

**Zweite Stufe des Portal-Relaunches steigert Preis-  
transparenz**

## **Aus 3 mach 1: SmartShopping.de integriert Gutscheine und Cash- backs in den Preisvergleich**

**Karlsruhe, 09. Februar 2012.** Gutscheine und Rabatte in Form von bspw. Cashbacks erhöhen die Kaufwahrscheinlichkeit, vergrößern Warenkörbe, steigern die Kundenzufriedenheit und stärken die Kundenbindung\* – auch und gerade im Online-Shopping. Bislang müssen preissensible Käufer im Internet allerdings verschiedene Plattformen nutzen – Preisvergleiche, Gutscheinportale, Cashback-Programme – um für ein bestimmtes Produkt bzw. Angebot den günstigsten Preis zu ermitteln, was häufig mit hohem Zeitaufwand durch umfangreiche Recherche verbunden ist.

Als erstes und bislang einziges Shoppingportal hat der Comparison-Shopping-Spezialist SmartShopping.de jetzt Gutscheine und Cashbacks vollautomatisch in seinen Preisvergleich integriert. Für zum Start über 1.100 Online-Shops, darunter Apple, Cyberport, Neckermann, OTTO, Praktiker und Zalando, und rund 6,3 Millionen Produkte erhalten Online-Shopper im SmartShopping.de Preisvergleich ab sofort auch den günstigsten Preis unter Einbeziehung sämtlicher verfügbarer Gutschein- und Cashback-Preisvorteile transparent und komfortabel angezeigt – bestenfalls auch in Kombination miteinander. Um die Preisvorteile nutzen zu können, genügt eine einmalige Anmeldung unter „Gutscheine und Rabatte“ (<http://rabatte.smartshopping.de>). Auf der Übersichtsseite des kostenfreien Schnäppchen-Services kann der Nutzer auch gezielt nach Shops mit Gutscheinen und Cashbacks suchen (alphabetisch oder nach Produktkategorien). Die Cashback-Vergütungen durch SmartShopping.de erfolgen ab

einem angesammelten Betrag von 20 Euro auf das vom Nutzer hinterlegte Konto.

Aber nicht nur für Online-Shopper, sondern insbesondere auch für die auf SmartShopping.de integrierten Online-Shops bietet der erweiterte Preisvergleich zahlreiche Vorteile: Neben dem einfachen und transparenten Setzen attraktiver monetärer Kaufanreize, die zugleich die Möglichkeiten bieten, sich wirkungsvoll von Konkurrenzprodukten und Mitbewerbern zu differenzieren, profitieren die E-Commerce-Anbieter auch von einem attraktiven, performanceorientierten Abrechnungsmodell auf Orderbasis.

„Mit der Optimierung des Preisvergleiches auf Basis der Integration von Gutscheinen und Cashbacks geben wir nicht nur dem Online-Shopping neue Impulse, sondern stärken auch zentrale Erfolgsfaktoren des E-Commerce. Dabei unterstreicht SmartShopping.de einmal mehr seine Innovationskraft und den Mehrwert-Ansatz seiner Plattform sowohl für Online-Shopper als auch für Online-Händler“, begrüßt Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media AG, das neue Shoppingangebot.

\* Quelle: Online Shopper Intelligence (06/2010)

### **SmartShopping.de**

Mit mehr als zwölf Millionen Produktangeboten von über 2.000 Shops ist SmartShopping.de eines der umfangreichsten Shoppingportale im deutschen Internet. Auf den Erfolgstrend Comparison Shopping spezialisiert, stellt SmartShopping.de Online-Shoppern umfassende Vergleichsfunktionen zu Produkten, Herstellern und Händlern zur Verfügung, die über die reinen Preisvergleiche hinausgehen und ihnen damit eine sichere Kaufentscheidung im Hinblick auf das optimale Preis-Leistungs-Verhältnis ermöglichen.

Unter [mobile.smartshopping.de](http://mobile.smartshopping.de) bietet das Portal auch eine Variante für den mobilen Einsatz, für Smartphones gibt es eine iPhone und eine Android App.

Herstellern und Händlern bietet SmartShopping.de eine leistungsstarke Präsenz- und Abverkaufsplattform in einem hochaffinen E-Commerce-Umfeld.

SmartShopping.de wird durch die 1&1 Internet AG in den Ländern Deutschland, Österreich und Großbritannien betrieben und von der United Internet Media AG vermarktet.

### **United Internet Media – The fine Arts of digital Media**

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-Werbung.

Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketingspezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP®), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung entwickelt werden.

Als Drehscheibe zu rund 30 Millionen deutschsprachigen, über 240 Millionen europäischen und über 600 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzern-eigenen Online-Angebote und -Kooperationsangebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1, mail.com, SmartShopping.de sowie top.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf, Wien, London und New York.

**INTERNETADRESSEN**

**SmartShopping.de:**

<http://smartshopping.de>

**United Internet Media AG:**

<http://united-internet-media.de>

**PRESSESERVICE**

Pressemitteilungen, honorarfreies  
Fotomaterial

sowie Hintergrundinformationen  
finden Medienvertreter in der

**United Internet Media Presselounge:**

<http://united-internet-media.de/presse>

**KONTAKTADRESSEN**

United Internet Media AG

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

D – 80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: [nadja.elias@united-internet-media.de](mailto:nadja.elias@united-internet-media.de)