

Pressemitteilung

Good Advertising: Nachbarschaftsnetzwerk nebenan.de startet Werbeangebot für verantwortungsvolles Marketing

Berlin, 24.08.22. Die Beta-Phase ist erfolgreich abgeschlossen, nun ermöglicht das Nachbarschaftsnetzwerk nebenan.de allen Werbetreibenden ihr "Good Advertising", um die rund 2,5 Millionen Nutzer:innen anzusprechen. In den vergangenen Monaten pilotierten bereits Unternehmen wie Babbel, Bio Company und felmo ihre ersten [Kampagnen](#) auf der Plattform.

Hyperlokale Ansprache statt gläsernem User

„Wir haben bei nebenan.de Standards und Werte, was wir unter einem fairen Online-Geschäftsmodell verstehen, das unsere User respektiert. Diese wenden wir auch beim Thema Werbung an. Für uns heißt 'Good Advertising' erfolgreiches Werben ohne massives Datensammeln. Wir verzichten bewusst auf Profiling und Third-Party-Tracking und sind dadurch schon jetzt ideal für die *cookieless future* aufgestellt“, sagt Ina Remmers, Gründerin von nebenan.de.

Das Advertising-Team von nebenan.de entwickelt dafür mit Kund:innen maßgeschneiderte bundesweite [Kampagnen](#), die in den rund 10.000 Nachbarschaften der Plattform hyperlokal ausgespielt werden. Dafür stehen Werbetreibenden mehrere Ad-Flächen im Feed sowie Microsites, Advertorials sowie Branded Hubs zur Verfügung. Diese ergänzen die bereits bestehenden Möglichkeiten von lokalen [Gewerbetreibenden](#), [Organisationen](#) und [Verwaltungen](#), in ihren Nachbarschaften zu kommunizieren.

Geschützte Community schafft Glaubwürdigkeit und Vertrauen

„Mehr als 30 Prozent unserer Nutzer:innen sind auf keinem anderen sozialen Netzwerk aktiv. Bei nebenan.de sind alle Nutzer:innen adressverifiziert und unter Klarnamen aktiv. Das führt zu einem hohen Maß an Vertrauen in die Community und in unsere Marke. Wenn Unternehmen in diesem Umfeld werben, entsteht ein Touchpoint in einem maximal persönlichen Umfeld, eben in der direkten Nachbarschaft, nur digital“, erklärt Ina Remmers.

Dieses hohe Vertrauen entsteht durch die gelebte Philosophie von nebenan.de: Es ist ein wirklich soziales Social Network, bei dem gegenseitige Hilfe im Vordergrund steht; Nutzer:innen haben besonders starkes Interesse an Themen wie Solidarität, Mitgestaltung und Nachhaltigkeit.

Wie die Tests mit ausgewählten Unternehmen zum Jahresbeginn zeigten, gibt es auch beim Marketing zu diesen Themenbereichen eine hohe Akzeptanz in der nebenan.de-Community. Ein Grund dafür ist der selektive und punktgenaue Einsatz von Anzeigenplätzen; die Werbeflächen sollen auch langfristig nur an ausgewählten Stellen innerhalb der Plattform zum Einsatz kommen. Werbeerlöse sind für nebenan.de [einer von fünf Revenue Streams](#), die das Netzwerk nachhaltig profitabel machen sollen.

Kontakt: Vanessa Schultheiß | presse@nebenan.de | 030 346 5577 64 | presse.nebenan.de

Weitere Infos: kampagnen.nebenan.de

Über nebenan.de

nebenan.de ist mit rund 2,5 Millionen aktiven Nutzer:innen das größte soziale Netzwerk für Nachbar:innen in Deutschland. Über die kostenlose, lokale Plattform können sich Nachbar:innen unkompliziert kennenlernen, helfen, zu Aktivitäten verabreden, Dinge teilen und verschenken. Nur verifizierte Nachbar:innen haben Zugang zu nebenan.de. Die Plattform wurde 2015 in Berlin als Sozialunternehmen gegründet und ist TÜV-geprüft. Seit 2018 können lokale, [gemeinnützige Organisationen](#) und [Kommunen](#) über ein sogenanntes Organisationsprofil Teil der Nachbarschaft werden. Seit Anfang 2019 steht die Plattform auch [lokalen Gewerben](#) offen.