



Presseinformation

Hamburg, 23.04.2008

Geoflags startet Internetplattform für die geografische Verortung von Personen, Orten und Nachrichten

Auf www.geoflags.de sieht der Nutzer seine Umgebung von oben, bespickt mit einer Vielzahl von Geoflags. Diese markieren den aktuellen Aufenthaltsort von Freunden, interessante Orte wie Restaurants, Cafés, Museen, Briefkästen etc. oder Nachrichten in Echtzeit. Aber auch private Geoflags, wie die nächste WG-Party oder der Geheimparkplatz in Uninähe, lassen sich eintragen und sind wahlweise nur für Freunde sichtbar. So existieren dank der hohen Aktivität der Nutzer und namhafter Kooperationspartner wie Wikipedia und tagesschau.de bereits über 250.000 Geoflags weltweit. "In Zukunft werden über jedem Objekt in unserer Umwelt digitale Markierungen schweben, wir nennen sie Geoflags", sagt Gründungsmitglied Balthasar Reusse.

Das Zielder Geoflags-Gründer geht über die Idee eines modernen Branchenbuches mit Kommentarfunktion hinaus und lautet "die digitale Abbildung deiner Welt von oben". Somit unterscheidet sich Geoflags von Angeboten wie Google-Maps oder Qype durch Echtzeitinformationen über Freunde, nichtgewerbliche Einträge oder Nachrichten aus der aktuellen Umgebung.

Um die Übersicht in der zunehmenden Menge an Geoflags zu wahren, wird die Relevanz der Geoflags für den Betrachter anhand diverser Kriterien wie z.B. der Aktualität, der Beliebtheit oder einer Übereinstimmung des Stils zwischen Betrachter und Ersteller des Geoflags berechnet. "Unser Algorithmus gibt den Geoflags in der Geoflags-Welt eine ähnliche Struktur, wie Googles PageRank-Algorithmus sie den Seiten des Internets gibt", so Mitgründer Stephan Schirmer.

Durch Geoflags erfahren private Nutzer im Sinne einer "Regionalzeitung 2.0" einen Zugewinn an Informationen über ihr direktes geografisches Umfeld, auch auf Reisen. Besonders kleine und mittelständische Werbetreibende hingegen bekommen durch Geoflags die Möglichkeit, ortsbezogene Werbung auf digitalem Wege an eine genau selektierbare Zielgruppe zu richten. Das Geschäftsmodell von Geoflags basiert daher auf Werbeerlösen aus Empfehlungsmarketing und soll kleinen und mittelständischen Unternehmen den Online-Werbemarkt eröffnen.

Das Hamburger Startup Geoflags wurde Ende 2007 von den drei BWL- und Informatikstudenten der Universität Hamburg, Balthasar Reusse, Benjamin Pennig und Stephan Schirmer gegründet. Finanziert wird Geoflags durch private Kapitalgeber. Die Entwicklung einer mobilen Version für die Nutzung von Geoflags auf dem Handy soll das aktuelle Angebot ergänzen und bis Mai 2008 marktfähig sein. "Rechtzeitig, um Geoflags zu einem Produkt der ersten Stunde des mobilen Internets zu machen", sagt Gründungsmitglied Benjamin Pennig.

Weitere Informationen:

Informationen, Fotos und Logos zu Geoflags zum Download unter www.geoflags.de/presse

Pressekontakt:

Balthasar Reusse (Geschäftsentwicklung, Marketing)

Telefon: +49 (0)40 441 40 40 8

E-Mail: presse@geoflags.de