



15. August 2008, 12:15 Uhr

**Autor: Alexander Hüsing**

## Finanzspritze für smash24/7

Der [b-to-v Investorenkreis](#) und die österreichische Beteiligungsgesellschaft [VM Digital](#) investieren in die kürzlich gestartete Promi-Plattform [smash24/7](#) ([www.smash247.com](#)). Über die Höhe der Finanzspritze ist nichts bekannt. Bei smash24/7 finden jugendliche Onliner (Zielgruppe: 14 bis 29 Jahre) täglich Neuigkeiten aus der Welt der Stars und Sternchen. "Keine gestellten Fotos, keine langweiligen Interviews, sondern Entertainment pur mit unzensurierten Emotionen", sagt Kaspar Neftel, Geschäftsführer von smash24/7.



Neben kurzen Texten und vielen, vielen Fotos bietet smash24/7 auch Videos und Abstimmungen. Inhaltlich erinnert das ganze an neuere Promi-Magazine wie "in - das Starmagazin" oder "InTouch", die mit ihrer Mischung aus sehr wenig Text und vielen großen und kleinen Fotos derzeit große Erfolge am Kiosk feiern. Und mit Promifotos kennt sich Neftel bestens aus: 1998 gründete er gemeinsam mit Rolf Baierle die Fotoagentur Roba Press. Inzwischen ist das Spin-Off der Roba Musikverlage nach eigenen Angaben eine der bekanntesten Bildagenturen im Celebrity-Segment. Mit Unterstützung des b-to-v Investorenkreises will der Hamburger seine Zielgruppe nun sieben Tage die Woche rund um die Uhr mit Prominews beglücken: „Mit b-to-v haben wir einen Partner an Bord, der ein umfangreiches Netzwerk an Medien- und Internet-Beteiligungen einbringt, die für uns nützlich sein werden.“ Der Investorenkreis stieg zuletzt bei der Live-Spielshow-Plattform First1, dem Video-Vermarkter CaptainAd und beim Erinnerungsdienst Kronomy ein.

### Viply erreicht 60.000 Unique User im Monat

Ebenfalls ein Spin-Off einer Bildagentur ist der Promidienst Viply ([www.viply.de](#)). Wie smash24/7 berichtet die Ende 2005 gestartete Plattform über Stars und Sternchen aus aller Welt. Hinter Viply steckt die Berliner Bildagentur hgm-press. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF)

bescheinigte der Promiwebsite bei der letzten Welle 60.000 Unique Visitors im Monat. Keine Riesensumme, aber der Webableger des erfolgreichen Magazins "InTouch" erreicht gleichzeitig nur 20.000 Unique Visitors. Bei einer verkauften Auflage von 292.200 Exemplaren (IVW II/2008) ein äußerst mageres Ergebnis. Offensichtlich hat die junge Zielgruppe die neuen Dienste noch nicht entdeckt - somit ist das Rennen in diesem speziellen Promisegment abseits von "Bunte", "Gala" und Co. noch völlig offen.

Url: <http://www.deutsche-startups.de/2008/08/15/finanzspritze-fuer-smash247/>

© 2008 DS Media GmbH