



InteractiveMedia baut Bewegtbild-Angebot aus

Der Vermarkter bietet neue attraktive Umfeldler für Video-Werbung auf t-online.de und weiteren Markensites aus dem Portfolio.

Darmstadt, 12. Mai 2009 – Um der steigenden Nachfrage nach Umfeldern für Video Ads zu entsprechen, erweitert InteractiveMedia sein Bewegtbild-Portfolio. Mit der Reichweiten-Nummer-1 t-online.de, der Downloadplattform Videoload free und dem Web-Serienportal 3min bietet der führende Vermarkter digitaler Werbemedien Sites mit exklusivem Content für jede Zielgruppe. Komplettiert wird das Bewegtbild-Angebot durch das Portal rtl2.de sowie durch die Netzwerke von Kewego und Sony Music. „Voraussetzung für die Wirksamkeit von Bewegtbildkampagnen sind hochwertige Umfeldler“, sagt Frank Bachér, Geschäftsführer Marketing & Sales InteractiveMedia. „Mit unserem Portfolio von Qualitätssites und exklusiven Inhalten bieten wir optimale Voraussetzungen.“

Auf t-online.de steht Werbungtreibenden ein breites Spektrum von Platzierungsmöglichkeiten zur Verfügung. Durch Partnerschaften mit namhaften Content-Lieferanten wie Bild.de, ZDF, Reuters, AFP, Zoom.in, Deutsche Welle und sevenload können Marketingverantwortliche aus über 15.000 verschiedenen Videos als Plattform für Pre- oder PostRoll Ads sowie Companion Ads wählen. Derzeit verzeichnet t-online.de rund 8 Millionen Videoabrufe pro Monat.

Als Ergänzung zum Videoload-Angebot stehen mit Videoload free auch werbefinanzierte Gratis-Inhalte zur Verfügung. Unter <http://free.videoload.de> sind derzeit rund 600 kostenlose Filme, Serien, Musik- und Extremsportinhalte zu sehen. Für Werbekunden sind aufmerksamkeitsstarke Werbeformen wie Hockey Stick, Pre- und PostRoll Ad oder Companion Ad buchbar.

Professionell produzierte Inhalte im 3-Minuten-Format zeigt 3min – das erste deutsche Webserien-Portal. 3min baut sein Serienangebot kontinuierlich aus und bietet derzeit Unterhaltung in mehr als 30 Formaten mit über 350 Folgen aus den sechs Kategorien: Fiction, Comedy, Real Life, Musik, Sport und Film.

Werbekunden können ihre Werbebotschaft in Prerolls, Standardwerbemitteln und großflächigen, aufmerksamkeitsstarken Exklusivbuchungen etwa als Homepage-Takeover oder 360-Grad-Ads auf 3min in Szene setzen.

Darüber hinaus stehen die Seiten von rtl2.de mit rund fünf Millionen Videoabrufen monatlich und des Kewego-Netzwerks mit Kunden wie RheinMain TV, Hamburg 1 oder TV Berlin sowie die Online-Auftritte von Sony Music als Bewegtbildumfelder für aufmerksamkeitsstarke Video-Werbung zur Verfügung.

Über InteractiveMedia CCSP GmbH

InteractiveMedia ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der Deutschen Telekom AG. Das Unternehmen steht mit einer Reichweite von 43 Prozent und 17,95 Mio. Unique User laut internet facts 2008-IV der AGOF an der Spitze der Qualitätsvermarkter für digitale Medien in Deutschland. Mit durchschnittlich über 1 Milliarde Page Impressions monatlich führt InteractiveMedia das IVW-Ranking der Vermarkter mit der höchsten Reichweite in redaktionellen Umfeldern mit an.

Führend positioniert in einem wachsenden Markt bietet InteractiveMedia seinen Kunden individuelle Premium-Lösungen für Online- und Bewegtbildwerbung, Mobile Advertising sowie Out-of-Home Media. Eine starke Mannschaft in Vertrieb und Produktmanagement sorgt für optimale Resultate – für Werbetreibende ebenso wie für Site- und Portalbetreiber. In Deutschland verfügt InteractiveMedia über fünf regionale Standorte, zudem ist das Unternehmen mit einem Vertriebsbüro in London vertreten.

www.interactivemedia.net

Pressekontakt:

InteractiveMedia CCSP GmbH
Christian Endres
T-Online-Allee 1 / 64295 Darmstadt
Tel. +49 (0)6151 5002-333
Fax +49 (0)6151 5002-101
presse@interactivemedia.net

Agentur:

Pleon GmbH
Nicole Kaul
Kaiserstraße 33 / 53113 Bonn
Tel. +49 (0)228 91514-389
Fax +49 (0)228 210833
interactivemedia@pleon.com

Presseportal im Internet:

www.interactivemedia.net/de/presse