



## **InteractiveMedia Studie belegt: Online-Sportsponsoring wirkt**

**Der Automobilzulieferer Continental erzielt mit einem Sponsorship auf t-online.de eine deutliche Steigerung der Werbebekanntheit.**

**Darmstadt, 02. Februar 2010** – InteractiveMedia, der reichweitenführende Qualitätsvermarkter für digitale Medien, hat die Brandingwirkung des Fußball-Bundesliga-Sponsorings von Continental auf t-online.de untersucht. Das Ergebnis: Das Engagement führte zu einer Steigerung der Werbebekanntheit um rund 18 Prozent, bei der gestützten Befragung sogar um mehr als 21 Prozent in der befragten Zielgruppe. Zudem zeigte sich, dass sich die Werbebekanntheit mit der Zeit aufbaut – ein Ergebnis, das für die Effektivität langfristig angelegter Werbeplatzierungen spricht. Ferner erzielte die Kampagne eine äußerst positive Beurteilung: Fast die Hälfte der Studienteilnehmer bewertete die Werbeformen mit „sehr gut“ oder „gut“.

Gegenstand der Studie in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Fittkau & Maaß war das Sponsoring des Bundesliga-Channels auf t-online.de, das sich Continental bis zum Ende der Saison-Rückrunde im Mai 2010 gesichert hat. Dieses besteht im Einzelnen aus einem exklusiven Presenter und Contentboxen auf Start- und Artikelseiten, einer permanenten Wallpaper-Platzierung auf der Startseite der 1. Bundesliga und dem Presenting des Live-Tickers, des Info- und Votingtools sowie der Foto-Shows. Befragt wurden eine Kontrollgruppe vor dem Start der Kampagne sowie zwei Testgruppen, die im Abstand von zwei Monaten zu unterschiedlichen Motiven interviewt wurden.

Weiteres interessantes Ergebnis der Untersuchung: Durchschnittlich 63 Prozent der Befragten halten die Werbemittel für auffällig, für 60 Prozent zeichnen sie sich vor allem durch ihre Modernität aus. Zudem wird Continental von den t-online.de-Usern deutlich stärker als Sponsor der Bundesliga wahrgenommen als dies bei den offiziellen Partnern der Fall ist. „Durch das Sponsoring des Bundesliga-Channels auf t-online.de können wir die Marke Continental exklusiv und langfristig in einem emotionalen Umfeld platzieren“, sagt Regina Kahovec, Leiterin Media und Marketing Produktion

# Pressemitteilung

D/A/CH, Continental Reifen Deutschland GmbH. „Neben den hochwertigen Inhalten hat uns auch die hohe Reichweite überzeugt. Wir freuen uns, dass die Werbewirkungsstudie die Effektivität unserer Kampagnenstrategie bestätigt.“

Das Fußball-Angebot auf t-online.de verzeichnet monatlich rund 1,5 Millionen Unique User und verfügt über eine äußerst attraktive Nutzerschaft: 79 Prozent der User auf bundesliga.t-online.de verfolgen jeden Spieltag der Bundesliga, 61 Prozent bezeichnen sich selbst als leidenschaftliche Fußball-Fans. Zwei Drittel der User geben an, auf t-online.de immer interessante Fußballmeldungen zu finden. „Das Beispiel von Continental zeigt, wie sich die Vorteile von Online-Werbung und Sportsponsorings optimal kombinieren lassen“, sagt Frank Bachér, Geschäftsführer Marketing & Sales InteractiveMedia. „Durch die langfristige Präsenz in einem hochwertigen Sportumfeld erzielen Werbungtreibende nachhaltige Werbewirkung.“

Die Ergebnisse der Werbewirkungsstudie gibt es als kostenfreien Download unter [www.interactivemedia.net/de/studien](http://www.interactivemedia.net/de/studien).

InteractiveMedia betreut neben t-online.de/sport (Deutschlands Sportportal Nr. 1) und fussball.de (offizieller DFB-Ergebnisdienst) mit kicker.de auch das Onlineportal von Deutschlands führender Fußballzeitschrift. Mit diesem Spitzen-Trio avanciert InteractiveMedia zum reichweitenstärksten Vermarkter von digitalen Sport- und insbesondere Fußballmedien.

## **Über InteractiveMedia CCSP GmbH**

InteractiveMedia ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der Deutschen Telekom AG. Das Unternehmen steht mit einer Reichweite von 51,2% und 22,27 Mio. Unique User laut internet facts 2009-III der AGOF (Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung) an der Spitze der Qualitätsvermarkter für digitale Medien in Deutschland. Ebenso führt InteractiveMedia das IVW-Ranking der Top-Vermarkter nach Visits an.

Führend positioniert in einem wachsenden Markt bietet InteractiveMedia seinen Kunden individuelle Premium-Lösungen für Online- und Bewegtbildwerbung, Mobile Advertising und Out-of-Home Media sowie in den Bereichen Performance Marketing, Targeting und Marktforschung. 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.

Mehr unter: [www.interactivemedia.net](http://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](mailto:presse@interactivemedia.net)

### **Agentur:**

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

### **Presseportal im Internet:**

[www.interactivemedia.net/de/presse](http://www.interactivemedia.net/de/presse)