



Film ab für die neue Online-Kampagne der DekaBank

Der Qualitätsvermarkter InteractiveMedia platziert eine aufwändige Bewegtbildkampagne über Sparfonds auf t-online.de.

Darmstadt, 28. Juli 2010 – Viele Verbraucher schrecken allein deshalb vor Finanzprodukten zurück, weil sie diese für zu komplex halten und sich nicht durch dicke Broschüren kämpfen wollen. Deshalb spricht die DekaBank, der zentrale Asset Manager der Sparkassen-Finanzgruppe, Verbraucher auf eine für Banken ungewohnte Weise an. Seit Juni läuft auf Deutschlands reichweitenstärkstem Internet-Portal t-online.de eine breit angelegte Online-Kampagne, die Sparfonds und andere Finanzprodukte in emotionalen Informationsfilmen erläutert. Universal McCann entwickelte in Zusammenarbeit mit dem reichweitenführenden Qualitätsvermarkter InteractiveMedia die Bewegtbildkampagne. Zielgruppe sind Frauen und Männer zwischen 20 und 59 Jahren. Die Kampagne ist geplant bis Ende 2010.

Von der „Deka Wunschwelt“ in die „Deka Erklärwelt“

Vier saisonale Themensponsorings zu besonderen Wünschen wie Immobilien oder Autos bilden die Höhepunkte der Kampagne. Diese Sponsorings werden auf der gesamten Themenbreite des Portals platziert. Zum Beispiel erscheinen im Sommer Presenterheader, Wallpaper und Content Boxen in der Rubrik reisen.t-online.de. Die Werbeformate verlinken zum Kern der Kampagne, zur „Deka Wunschwelt“ auf t-online.de, die redaktionelle Inhalte und Videos enthält. Interessierte User werden weiter zur „Deka-Erklärwelt“ verlinkt: Ein Videoarchiv innerhalb der Rubrik wirtschaft.t-online.de, das Informationsfilme zu verschiedenen Themen von Fondssparen bis zu Immobilienfonds enthält. Die Videos sind mit einer Weiterempfehlungsfunktion für Social Media Portale versehen.

Ziel der Kampagne ist es, Verbraucher über einzelne Finanzprodukte anschaulich über Videos informativ aufzuklären und ihnen aufzuzeigen, welche Wünsche sie sich mit entsprechenden Fonds erfüllen können. Von der Site t-online.de aus werden die User dafür auf die Deka Kampagnensite

Pressemitteilung

www.wuensche-gesichert.de geleitet, um dort online einen Beratungstermin mit ihrer lokalen Sparkasse vereinbaren zu können.

t-online.de ist mit 27,09 Millionen Unique Usern pro Monat (AGOF internet facts 2010-I) Deutschlands reichweitenstärkstes General Interest Portal und verzeichnet über 15 Millionen Video-Abrufe monatlich. 2010 wurde t-online.de laut der Studie „Most Trusted Brands“ auf Platz 1 im Ranking der vertrauenswürdigsten Marken gewählt.

Über InteractiveMedia CCSP GmbH

InteractiveMedia, reichweitenführender Qualitätsvermarkter für digitale Medien, ist ein Tochterunternehmen der Deutschen Telekom AG. Das Unternehmen steht an der Spitze des Online-Vermarkterankings der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF): InteractiveMedia erreicht rund 2/3 aller Internetuser in Deutschland mit seinen vermarkteten Online-Angeboten t-online.de sowie 50 weiteren Markensites aus verschiedenen Bereichen wie Sport, Lifestyle oder Digital Entertainment. Führend positioniert in einem wachsenden Markt bietet InteractiveMedia Premium-Lösungen für Online- und Bewegtbildwerbung, Mobile Advertising, Out-of-Home Media sowie in den Bereichen Performance Marketing und Targeting. Eine starke Mannschaft sorgt für optimale Resultate – für Werbetreibende ebenso wie für Site- und Portalbetreiber. InteractiveMedia ist zudem Veranstalter des New Media Award (www.newmediaaward.de), der renommiertesten Auszeichnung der digitalen Branche im deutschsprachigen Raum. Das Unternehmen ist in Darmstadt ansässig und hat Niederlassungen in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München. Mehr unter: 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:

Ketchum Pleon GmbH
Michael Schalamun
Kaiserstraße 33 / 53113 Bonn
Tel. +49 (0)228 91514-267
Fax +49 (0)228 210833
interactivemedia@pleon.com

Presseportal im Internet:

www.interactivemedia.net/de/presse