



Kampagnen-Tuning: Formel 1 Special auf t-online.de Sport

Zum Start der Formel 1 Saison gibt der Qualitätsvermarkter InteractiveMedia Vollgas und bringt Werbekunden auf die Pole-Position von t-online.de Sport.

Darmstadt, 11. März 2010 – Das Comeback von Rekordchampion Michael Schumacher macht die Formel 1 Saison 2010 für Motorsport-Fans zum Sportereignis des Jahres. In der umfangreichen Medienberichterstattung wird die „wohl spektakulärste Saison“ erwartet. Techniker und Fahrer nutzen die letzten Tage vor Saisonbeginn mit dem GP von Bahrain am 14. März für den letzten Schliff an ihren Boliden. Der reichweitenführende Qualitätsvermarkter InteractiveMedia bietet zum Saisonstart ein „Tuning-Paket“ für Werbetreibende, das auf t-online.de Sport Formel 1 Begeisterte anspricht.

t-online.de Sport ist mit einer Reichweite von 2,2 Millionen Unique Usern Deutschlands Sportportal Nummer 1. Nach den Seiten der Fußball-Bundesliga ist die Berichterstattung über die Formel 1 der trafficstärkste Bereich des Portals. Für Werbungtreibende ist t-online.de Sport ideal, um Marken in einem motorsport-affinen und reichweitenstarken Umfeld zu platzieren. Im Rahmen eines Formel 1 Specials wurden attraktive redaktionelle Formate entwickelt, die hohen Traffic generieren: Neben „Klassikern“ wie Gewinnspielen, Foto-Shows und einem Live-Ticker gibt es überdies zum Beispiel das Video-Magazin „Inside Grand Prix“. Auch das kostenlose Online-Rennspiel „Formula Fast 3D“ ist Bestandteil des Specials. Das Formel 1 Werbepaket enthält die ganze Bandbreite von Sponsoring- bzw. Werbeformaten, unter anderem Presenter Header, Contentbars, Content Boxen, Pre-Rolls, Player Brandings und InGame Advertising.

Online-Sponsoring im Formel 1-Umfeld

Ein Beispiel für erfolgreiches Online-Sponsoring im Formel 1 Umfeld ist die Kampagne von T-Systems auf dem Formel 1 Channel von t-online.de im Jahr 2009. Die Kampagne umfasste das Branding von Artikelseiten, Foto-Shows, Live-Tickern und anderer Elemente sowie zahlreiche Werbeformate wie Wallpaper und Super Banner. Von März bis November 2009 entstanden mehr

Pressemitteilung

als 41 Millionen Kontakte. So wurde die Marke T-Systems von Millionen Nutzern als Presenter von Formel 1 Themen wahrgenommen und mit diesem Hochleistungssport verbunden.

„Wie die Kampagne von T-Systems zeigt, ist Online-Sportsponsoring ein enorm effektives Marketinginstrument. Dies belegt auch die Werbewirkungsstudie zur Fußball-Bundesliga, die wir im Herbst 2009 gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut Fittkau & Maas durchgeführt haben“, erklärt Frank Bachér, Geschäftsführer Marketing & Sales InteractiveMedia. „Die hohe Aufmerksamkeit, die die Formel 1 Saison 2010 schon vor ihrem Start genießt, ist eine ausgezeichnete Ausgangsbasis für ein erfolgreiches Online-Sponsoring.“

Das Special zur Formel 1 Saison 2010 auf t-online.de Sport sowie die Case Study zum Formel 1 Sponsoring von T-Systems und die Werbewirkungsstudie („Erfolgreiches Online-Sport-Sponsoring von Continental“) stehen auf der InteractiveMedia Website zum Download bereit:

<http://www.interactivemedia.net/de/mediaspecials>

<http://www.interactivemedia.net/de/online-cases>

<http://www.interactivemedia.net/de/studien>

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.

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