InteractiveMedia setzt PUMA Kampagne rund um afrikanischen Fußball in Szene

Exklusive Kooperation startet mit der Präsentation des Africa Cup of Nations auf t-online.de/sport, FUSSBALL.DE und kicker online.

Darmstadt, 19. Januar 2010 – 2010 blickt die gesamte Fußballwelt nach Afrika. Doch für PUMA ist der schwarze Kontinent kein Neuland. Das Sportlifestyle-Unternehmen ist schon seit Jahren im afrikanischen Fußball aktiv. Gemeinsam mit der Verbundgruppe des Sportfachhandels INTERSPORT sponsert PUMA während des Africa Cup of Nations und während der FIFA WM 2010 die Nationalmannschaften von Ghana, der Elfenbeinküste und Kamerun. Deshalb dreht sich in der aktuellen Online-Kampagne alles um den afrikanischen Fußball. Grundlage der Kampagne ist eine langfristige exklusive Kooperation mit dem reichweitenführenden Qualitätsvermarkter InteractiveMedia.

Die Kooperation startete am 10. Januar 2010 mit Beginn des Africa Cup of Nations. PUMA übernimmt während des Africa Cup das Presenting der redaktionellen Berichterstattung sowie des Live-Tickers und der Fotoshows. Von Januar bis Juli begleiten die drei Sportseiten t-online.de/sport, FUSSBALL.DE und kicker online vier Produktlaunches mit Homepage-Events. In die expandable Wallpapers sind unter anderem Videos integriert. Darüber hinaus startet PUMA ab dem 19. Januar einen eigenen PUMA Channel auf FUSSBALL.DE. Neben vielfältigem redaktionellen Content, wie Hintergrundinformationen zu den Mannschaften und Videos, enthält der PUMA Channel auch Informationen zu Produkten, Gewinnspielen und weiteren Aktionen.

„Mit dieser Kampagne wollen wir nicht nur unsere Produktlaunches kommunizieren. Wir wollen dem europäischen Publikum auch den Africa Cup of Nations und den afrikanischen Fußball etwas näher bringen. Deshalb zählt nicht nur eine hohe Reichweite“, so Helmut Fischer, Head of Sportmarketing

Pressemitteilung

and Media, PUMA Germany. „Uns ist auch wichtig, dass die Online-Kampagne in ein hochwertiges Sportumfeld integriert ist – und zwar so, dass die User davon auch einen Mehrwert haben.“

„Auf den Seiten unseres Fußball Spitzentrios erreicht PUMA Millionen von Fußballfans. Dass die Werbemittel der Kampagne unter dem Dach der Marke PUMA Informationen über den hierzulande recht unbekannten afrikanischen Fußball präsentieren, macht sie für die User umso attraktiver“, erklärt Frank Bachér, Geschäftsführer Marketing & Sales von InteractiveMedia.

Das Sport-Spitzentrio von InteractiveMedia (t-online.de/sport, FUSSBALL.DE und kicker online) erreicht rund 4,7 Millionen Unique User im Monat. Jeder vierte sportbegeisterte Internetnutzer in Deutschland zählt zur riesigen Fangemeinde dieser drei Portale.

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
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