



dmexco 2010: InteractiveMedia zeigt, was

Online-Werbung kann

Der führende Qualitätsvermarkter setzt sein erfolgreiches Seminarkonzept fort und präsentiert sich mit einem innovativen Messestand

Darmstadt, 31. August 2010. Wie unterstützt Online-Werbung die Markenführung? Welche Werbung wirkt bei Frauen, welche bei Männern? Wie funktionieren interaktive Ads? – Zur diesjährigen dmexco am 15. und 16. September 2010 in Köln lädt InteractiveMedia die Messebesucher wieder zu einem Fachseminar der besonderen Art ein. Unter dem Titel „Digital Advertising 2010“ stellt Dr. Stefanie Exler aktuelle Highlights aus Forschung und Praxis vor. In drei Themenblöcken untersucht die Marktforscherin von InteractiveMedia die Möglichkeiten, die Online-Werbung bietet. Unterhaltsam und informativ zugleich stellt sie anhand von Studien, Kurzfilmen, Bewegbildspots und Beispielkampagnen vor, wie Werbung im Internet und auf dem Handy punkten kann. Das Seminar findet am 15. September 2010 von 11:45 - 12:45 Uhr im Seminarraum 2 der Messe Köln statt.

Interaktiver Messestand

InteractiveMedia präsentiert sich während der dmexco in Halle 8, Gang C, Stand 31 auf rund 400 Quadratmetern mit einem komplett digitalen Messekonzept: Interaktive Medienbespielungen und Touchscreen-Terminals informieren über neueste Entwicklungen im Online-, Mobile- und Bewegbildportfolio des Unternehmens. „Die dmexco ist der wichtigste Branchentreff der digitalen Marketing- und Mediaszene. Sie bietet uns das perfekte Umfeld, um unser Portfolio und Innovationen vorzustellen“, erklärt Frank Bachér, Geschäftsführer Marketing & Sales von InteractiveMedia. „Thematische Schwerpunkte unseres diesjährigen Messeengagements sind die Bereiche Sportvermarktung, Mobile Advertising und unser frauenspezifisches Portfolio.“

Thematische Schwerpunkte

Erst im Juni hat InteractiveMedia im Rahmen einer Studie festgestellt, dass es deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Wahrnehmung von

Werbung im Internet gibt. Unter den Qualitätsvermarktern bietet InteractiveMedia mit über zehn Millionen Unique Usern das reichweitenstärkste Portfolio für die Zielgruppe Frauen. Mit Portalen wie t-online.de Sport, kicker.de und FUSSBALL.DE ist das Unternehmen außerdem der reichweitenführende Vermarkter von digitalen Sportmedien. Im Bereich Mobile hat InteractiveMedia mehr als 20 reichweitenstarke Portale im Portfolio.

Diese Pressemitteilung finden Sie auch im Internet unter:

<http://www.interactivemedia.net/de/presse-310810/>

Über InteractiveMedia CCSP GmbH

InteractiveMedia, reichweitenführender Qualitätsvermarkter für digitale Medien, ist ein Tochterunternehmen der Deutschen Telekom AG. InteractiveMedia erreicht rund zwei Drittel 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 und steht damit an der Spitze des Online-Vermarkter-rankings der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF).

Führend positioniert in einem wachsenden Markt bietet InteractiveMedia Premium-Lösungen für Online- und Bewegtbildwerbung, Mobile Advertising, Out-of-Home Media sowie für Performance Marketing und Targeting. Werbetreibende ebenso wie Site- und Portalbetreiber erzielen mit InteractiveMedia optimale Resultate.

InteractiveMedia ist Veranstalter des New Media Award (www.newmediaaward.de), der renommiertesten Auszeichnung für Kampagnen 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@ketchumpleon.com

Presseportal im Internet:

www.interactivemedia.net/de/presse