

PRESSEINFORMATION

RBC GmbH erweitert Vermarktungsportfolio um amerikanische Webradios:

DI.FM, Sky.fm und Jazzradio.com mit über 17 Millionen Hörern im deutschen Markt

Hamburg, 01.02.2011. Das von der RBC GmbH Business to Media Consumer vermarktete Webradio-Portfolio bietet ab sofort Zugriff auf das deutsche Audioinventar¹ von DI.FM, Sky.fm und Jazzradio.com. Die drei Sender erreichen zusammen über 17,7 Millionen Hörer pro Monat im deutschen Markt, um die sich das Reichweitenangebot der Plattform RBC | Netvertiser künftig erweitert. Der Webradio-Vermarkter aus Hamburg kooperiert dabei mit dem belgischen Partner Adswizz, der die gesamte internationale Hörerreichweite der drei amerikanischen Internet-Radios exklusiv verantwortet. Neben klassischen Spot-Kampagnen können auch Sonderwerbformen wie z.B. Pre-Roll-Kampagnen gebucht werden.

Geo-Targeting für Audio-Werbung

„Internationale Webradio-Angebote finden wachsenden Zuspruch. Wie die Hörerzahlen der drei Sender zeigen, verfügen diese Webradios über einen enormen Overspill weltweit. Die Audio-Reichweite außerhalb des eigenen Landes ist für Media-Agenturen und Kunden jedoch häufig uninteressant. Wir bieten hier die Möglichkeit, mit Werbung gezielt ausschließlich die deutschen Hörer von DI.FM, Sky.fm und Jazzradio.com anzusteuern“, bringt RBC-Geschäftsführer Klaus Gräff das neue Angebot auf den Punkt. Möglich wird dies über ein Geo-Targeting-Tool. Die Technologie kann die Kampagnen im Stream für jeden Nutzer je nach Standort anhand der IP-Adressen-Lokalisierung mit einem zentralen Werkzeug ausliefern.

Hintergrund DI.FM, Sky.fm und Jazzradio.com:

DI.FM steht für Digitally Imported Radio und besteht aus mehr als 30 verschiedenen Kanälen mit jeweils unterschiedlichem Musik-Genre – von Chillout über Dance und Trance bis hin zu House und Club Sounds. Die Mehrheit des Publikums besteht aus solventen 20-30 Jährigen vornehmlich männlichen Hörern.² Sky.fm hingegen wird überwiegend von 35-60 Jährigen gehört, die als zahlungskräftige und geübte Online-Einkäufer gelten.² Der Sender besteht aus 29 verschiedenen Kanälen von der Musik der 70er und 80er über Country und Oldies bis hin zu Top Hits und Rock. Bei Jazzradio.com ist der Name Programm: Der Sender bietet auf 17 verschiedenen Kanälen alle Formen von Jazzmusik. Die Hörerschaft sind ebenfalls gut situierte 35-60 Jährige.²

Hintergrund RBC:

¹ Audioinventar umfasst die gesamten Werbepplätze der Sender.

² Quelle: Media Kit von DI.FM, Sky.fm & Jazzradio.com

Die RBC GmbH Business to Media Consumer, eine 100-prozentige Tochter der REGIOCAST GmbH & Co. KG, ist der führende Anbieter für Diversifikationsgeschäfte im deutschen Hörfunkmarkt. Über die Plattform RBC | Netvertiser bietet die RBC Werbekunden und Agenturen einen komfortablen Zugriff auf derzeit über 200 Webradios mit insgesamt mehr als 40 Millionen Kontakten pro Monat. Die im Januar 2004 gegründete RBC beschäftigt derzeit 20 Berater und Servicemitarbeiter in vier Geschäftsfeldern und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 30 Millionen Euro. Ziel des Unternehmens ist es, innovative Geschäftsmodelle für Medienunternehmen zu entwickeln und umzusetzen. www.rbc.de

Hintergrund Adswizz:

Adswizz ist einer der führenden europäischen Internet-Technologieanbieter im Bereich Online-Werbung B2B und B2C. Im Bereich Webradiovermarktung verfügt Adswizz über ein weltweites Netzwerk aus Sendern und Vermarktern. Das 2008 gegründete Unternehmen mit Hauptsitz in Brüssel hat außerdem Teams in Paris, Berlin, Bukarest und Windsor, UK. www.adswizz.com

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Susanne Borr
RBC GmbH Business to Media Consumer
Telefon: 040 / 23 85 49 406
E-Mail: susanne.borr@rbc.de

Marion Junghans
VOCARIS – Agentur f. Kommunikation
Telefon: 0341 / 687 98 53
E-Mail: marion.junghans@vocaris.de