

## Mit einem Klick direkt auf SPIEGEL ONLINE werben: plista und Quality Channel starten Selbstbuchungsportal

- Besonders attraktiv für Selbständige, Privatschulen, Bildungs- und Nachhilfe-Services: Werbeanzeigen eigenhändig im hochwertigen SPIEGEL-ONLINE-Umfeld der Ressorts uniSPIEGEL, schulSPIEGEL und Netzwelt schalten
- Online-Werbung leicht gemacht: anhand der Ziel-Webadresse wird automatisch Wort-Bild-Werbebanner erstellt

Berlin, 18. Juni 2010 – SPIEGEL QC, der Premium-Vermarkter von SPIEGEL ONLINE, launcht heute mithilfe des weltweit ersten präferenzbasierten Werbenetzwerks plista ([www.plista.com](http://www.plista.com)) heute sein Selbstbuchungsportal für Werbekunden. Unter <http://www.plista.com/spiegel> können Unternehmen jeder Größe mit nur einem Klick – durch Eingabe ihrer Ziel-URL - ihr Online-Werbebanner erstellen und anpassen. Vorerst startet die Selbstbuchungs-Initiative in den Ressorts schulSPIEGEL, uniSPIEGEL und Netzwelt.

Ziel ist es, vor allem bei Premium-Longtail-Werbekunden der genannten Ressorts (z.B. Selbständige, kreative Dienstleister, Freiberufler, Bildungs- und Nachhilfe-Services oder Privatschulen) Vorbehalte vor vermeintlich aufwendigen Online-Werbe-Kampagnen abzubauen. Dank des 1-Click-Ad-Creators von plista müssen sich Werbekunden keine Sorgen um die Bannererstellung machen. Durch die regionale Auslieferung der Online-Anzeigen können Unternehmen und Selbständige ihre Zielgruppe unmittelbar in ihrer Nachbarschaft erreichen. Zusammen mit der Auswahl des für sie relevanten Ressorts haben sie eine optimale Kontrolle über möglichst geringe Streuverluste. Zudem werden die Werbebotschaften dank der plista-Technologie weniger aufdringlich, dafür umso wirksamer dem Leser angezeigt.

Dominik Matyka, Mitgründer und Geschäftsführer von der plista GmbH ([www.plista.com](http://www.plista.com)), zu der Kooperation: „Im Gegensatz zu globalen Werbenetzwerk-Riesen, bei denen ein werbetreibendes Unternehmen nur wenig Kontrolle darüber hat, auf welchen Webseiten die Anzeigen tatsächlich erscheinen, bietet eine Selbstbuchungsplattform die Möglichkeit, sich zielgenau an ein bestimmtes Publikum zu wenden. Neben dem Performance-Aspekt, der durch unsere präferenzbasierte Empfehlungstechnologie gefördert wird, profitieren Werbekunden auf SPIEGEL ONLINE zudem aufgrund der anspruchsvollen Leserschaft und einer hochwertigen Wort-Bild-Kombination von einem signifikanten Branding-Effekt für ihre Marke.“

Eine Online-Werbekampagne in Form einer Text/Bild-Anzeige lässt sich bereits ab 99 Euro einstellen. Zum Launch des Selbstbuchungsportals steuern plista und SPIEGEL QC für die erste Kampagne jedes Unternehmens 50 Euro bei. Die Kampagnen werden performance-orientiert auf TKP (Anzahl der Einblendungen) oder CPC (Anzahl der Clicks) berechnet.

### Über plista

**Über plista GmbH:** plista ist das erste präferenzbasierte Werbenetzwerk, welches ein neuartiges Werbeformat für Publisher und Advertiser bietet. Es liefert in Anlehnung an das Amazon©-Prinzip „Das könnte Sie auch interessieren...“ oder „Leute, die das lesen, lesen/kaufen auch...“ sowohl Empfehlungen zu weiteren redaktionellen Artikeln als auch zu Anzeigen aus. Das neue präferenzbasierte Werbeformat ist für Publisher als auch Advertiser ein innovativer Lösungsweg, um Webseiten, Inhalte und Produkte einfacher und effizienter zu vermarkten. Die plista GmbH wurde im Juli 2008 von Dominik Matyka (CEO), Andreas Richter (CIO) und Christian Laase (COO) gegründet und beschäftigt zurzeit 30 Mitarbeiter in den Bereichen IT, Marketing und Management. Der Hauptsitz ist in Berlin-Mitte.

### Medienkontakt plista:

Mashup Communications | Miriam Rupp | [plista@mashup-communications.de](mailto:plista@mashup-communications.de) | +49.30.83211975 | <http://blog.plista.com> | [www.plista.com](http://www.plista.com) | [www.facebook.com/plista](http://www.facebook.com/plista) | [www.twitter.com/plista](http://www.twitter.com/plista)