



PictureAds – Über 100 Publisher setzen auf das von plista eingeführte Online-Werbeformat

- präferenzbasierte Werbung auf bisher ungenutzten Werbeflächen in Bildern
- Unaufdringliche Darstellung trifft auf hohe Aufmerksamkeit in einem emotionalen Umfeld

Berlin, 20. Januar 2011 – Seit dem Launch im September letzten Jahres hat das Berliner Audience Werbenetzwerk plista über 100 Publisher Partner mit seinen eigens entwickelten PictureAds (<http://www.plista.com/publishers/info/picturead>) überzeugen können. Zu den Online-Medien, wo das neuartige, präferenzbasierte Werbeformat eingesetzt wird, gehören unter anderem koeln.de, berlin.de, prinz.de, fr-online.de, express.de, abendzeitung.de und viele weitere.

Mit den PictureAds können Publisher bisher ungenutzte Flächen zusätzlich monetarisieren, ohne bereits vorhandene Einnahmequellen zu gefährden. Da die Werbung nur erscheint, wenn der Nutzer mit der Maus über die Bildfläche fährt, wirkt sie nicht störend und konvertiert aufgrund des aktiven Interesses des Lesers umso besser. Da Bilder und Fotos zumeist sehr stark emotional aufgeladen sind, profitieren Advertiser umso mehr von einem starken Branding-Effekt.

„Unser Ziel ist es, Publishern und Verlagen neue und effizientere Möglichkeiten zu eröffnen, mit ihren Inhalten Geld zu verdienen. Gleichzeitig soll die Qualität der Inhalte für den Leser nicht vermindert werden, indem Werbeinhalte umso relevanter und unaufdringlicher in das Content-Angebot integriert werden“, so Dominik Matyka, Geschäftsführer der plista GmbH (www.plista.com). Und weiter: „Letztendlich profitieren auch und vor allem Werbekunden, die ihre Botschaften in einem passenden redaktionellen Umfeld mit hoher Aufmerksamkeit an den passenden Leser übermitteln und somit Klickraten erzielen können, die in der Regel 300 Prozent über dem Marktdurchschnitt liegen.“

Über die **plista GmbH**: plista (www.plista.com) bietet Webseitenbetreibern und Verlagen innovative und nutzerfreundliche Werbeformate und Selbstbuchungsplattformen an. Mit 40 Mitarbeitern, allein in Deutschland, betreibt plista ein Audience Werbenetz von über 500 Publishern und 50 Verlagshäusern in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich und Slowenien. Mit Anzeigeformaten im Bild-, Text- und Video-Bereich und vielfältigen Targeting-Möglichkeiten ist plista seit 2009 am Markt.

Medienkontakt:

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