



## Recommendation Ads in Europa: plista expandiert nach Slowenien

- plista und die Interactive.agency Mediaservices bringen die Erfolgs-Werbeformate Recommendation Ads und Picture Ads sowie die Monetarisierungspotentiale präferenzbasierter Online-Werbung nach Slowenien
- Reichweite soll innerhalb der ersten Jahreshälfte von 15 auf 90 Prozent der slowenischen Internetnutzer ausgebaut werden

Berlin, 07. Februar 2011 – Das Berliner Audience Werbenetzwerk plista ([www.plista.com](http://www.plista.com)) baut zusammen mit seinem slowenischen Partner, der Interactive.agency, seine europäische Reichweite aus. Mit dem Launch seiner präferenzbasierten Werbeformate auf fünf der reichweitenstärksten Nachrichtenportale kann das 2009 gegründete Unternehmen plista bereits 15 Prozent der slowenischen Internetnutzer erreichen.

Zu diesen Online-Publikationen gehören die Sport-Nachrichtenseiten [www.nogomania.com](http://www.nogomania.com) und [www.prostimet.si](http://www.prostimet.si), das News-Portal [www.pozareport.si](http://www.pozareport.si), die Entertainment-Plattform [www.arena.si](http://www.arena.si) und das Marketing-Fachportal [www.mladipodjetnik.si](http://www.mladipodjetnik.si). „Unser Ziel ist es, innerhalb der nächsten Monate 90 Prozent der slowenischen Nutzer über unser Publisher Netzwerk zu erreichen“, so Dominik Matyka, Geschäftsführer der plista GmbH ([www.plista.com](http://www.plista.com)). Und weiter: „Wir freuen uns sehr, mit der Interactive.agency in Slowenien einen starken Partner zur Seite zu haben, der uns dabei unterstützt, dieses Ziel in kürzester Zeit zu erreichen und somit unser europäisches Wachstum voranzutreiben.“

„Die Verlage und Publisher, mit denen wir sprechen, sind begeistert von den Monetarisierungspotentialen und der nutzerfreundlichen Integration der Werbeformate von plista“, kommentiert Damjan Planinc, Managing Director der Interactive.agency. „plista startet als Pionier für das Thema Behavioral Targeting, da viele Webseitenbetreiber hierzulande bisher kaum Berührungspunkte mit präferenzbasierter Werbung hatten. Umso begeisterter sind sie von den Möglichkeiten, ihre Nutzer auf unaufdringliche Art und Weise mithilfe der webseitenübergreifenden Empfehlungstechnologie sowohl auf weitere Inhalte ihrer Portale als auch auf Produkte und Services aufmerksam machen zu können“, führt Planinc weiter aus.

Über die **plista GmbH**: plista ([www.plista.com](http://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](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)