

# Pressemitteilung



Seite 1 von 1

## Neue Werbemöglichkeiten auf maxdome Twentieth Century Fox startet vernetzte Kampagne auf ProSiebenSat.1-Plattformen / SevenOne Media bietet PreRoll Video-Ads bei maxdome in neuen Umfeldern

München, 9. Februar 2009. Twentieth Century Fox setzt zur Kommunikation seines neuen Blockbusters „96 Hours“ mit Liam Neeson auf die Plattformen der ProSiebenSat.1 Group. SevenOne Media vereinbarte mit dem Filmverleiher dazu eine vernetzte Kampagne auf ProSieben, ProSieben.de, MyVideo.de, ICQ und maxdome. Erstmals kommen dabei so genannte PreRoll Video-Ads im Umfeld des Gratis-Spielfilmangebots bei der Online-Videothek maxdome zum Einsatz. Die Kampagne startet am 9. Februar und ist bis 22. Februar 2009 on Air und online. Das Konzept zur Kampagne wurde von SevenOne Media in Zusammenarbeit mit Twentieth Century Fox und der Mediaagentur Vizeum Deutschland entwickelt.

SevenOne Media

Ein Unternehmen der  
ProSiebenSat.1 Group

Andreas Kühner  
Director Communications  
Tel. +49 [89] 95 07- 4132  
Fax +49 [89] 95 07- 4135  
Andreas.Kuehner@sevenonemedia.de

Miriam Friedmann  
Manager Communications  
Tel. +49 [89] 95 07 - 4139  
Fax +49 [89] 95 07 - 94139  
Miriam.Friedmann@sevenonemedia.de

Beta-Straße 10 i  
D-85774 Unterföhring  
Postfach 1165  
D-85767 Unterföhring

Pressemitteilung online:  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)

Anfang Februar hat maxdome seinen Gratis-Bereich, der allen registrierten Nutzern zugänglich ist, deutlich aufgestockt und bietet nun insgesamt über 400 Videos – von italienischem Fußball über Comedy bis hin zu TV-Shows und Movies – kostenlos an. Für seine Kampagne nutzt Twentieth Century Fox die Möglichkeit, in diesen Umfeldern PreRoll Video-Ads zu buchen und ist mit dem Spot zum Kinofilm „96 Hours“ vor allen Spielfilmen im Gratis-Bereich präsent. Ergänzend dazu ist der Filmverleiher mit einem Gewinnspiel und Promostories im TV on Air. Die Promostories geben exklusive Eindrücke in die Produktion des Films und werden unter anderem im Umfeld von „Die Simpsons“ auf ProSieben ausgestrahlt. Darüber hinaus kommen verschiedene Onlinewerbeformen auf den Internetseiten ProSieben.de, MyVideo.de und ICQ.de zum Einsatz. Diese beinhalten neben einem Special unter anderem auch Video-Ads im Umfeld von „Blockbuster TV“ sowie eine Seiteneinfärbung auf ProSieben.de.

### Über maxdome

Das Video-on-Demand-Portal maxdome ist ein gemeinsames Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group mit der United Internet Media AG und bietet eine Vielzahl an Spielfilmen, Serien, Comedy, Sport, Musik und Cartoons. Der Abruf der Videos ist unter [www.maxdome.de](http://www.maxdome.de) sowohl einzeln als auch im Abonnement möglich. Der Zugang zu maxdome erfolgt per Breitband-Internetanschluss entweder auf dem PC oder über eine Set-Top-Box auf einem TV-Gerät. maxdome kann als offene Plattform aus allen Breitbandnetzen heraus genutzt werden. Mit insgesamt rund 17.000 Titeln und bis zu 2,5 Millionen Video Views pro Monat ist maxdome Deutschlands größte Online-Videothek.

### Werbung auf maxdome

SevenOne Media, der Vermarkter der ProSiebenSat.1 Group, bietet auf maxdome erstmals Bewegtbild-Werbung in DVD-Qualität. Die Werbekunden profitieren dabei vor allem von einer hohen Exklusivität durch stark begrenzte Werbeflächen. Insgesamt stehen drei Werbeformen zur Auswahl: PreRoll Video-Ads, Sponsoring sowie Advertising-on-Demand (kundenindividuell gestaltete Werbung auf Abruf, wie z.B. Testberichte, Unternehmens-, Kurz- oder Imagefilme).