



Studie: Internetnutzer begrüßen individualisierte Werbung

Luxemburg, 11. September 2008 - Speziell auf die Nutzer zugeschnittene, interessenbezogene Online-Werbung stößt auf größere Akzeptanz als unterhaltsame Werbung im Internet. Das belegt eine aktuelle Umfrage von wunderloop, Europas führendem Anbieter von Integrated Targeting Services.

Für die repräsentative Umfrage wurden 514 deutsche Online-Nutzer nach wichtigen Aspekten für ihre Internetnutzung befragt. Die zentralen Ergebnisse lauten:

- 47 Prozent der Befragten ist vor allem wichtig, dass Online-Werbung auf ihre Interessen zugeschnitten ist.
- 38 Prozent der Befragten ist vor allem wichtig, dass Online-Werbung unterhaltsam ist.
- 67 Prozent der Befragten ist vor allem wichtig, dass die Inhalte auf ihre Interessen zugeschnitten sind.

Ältere Studien stufen den Unterhaltungsfaktor von Online-Werbung als maßgeblich für den Erfolg ein. Im Auftrag von wunderloop fand die forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH nun heraus: So wichtig der Unterhaltungsfaktor auch ist, interessenbezogene Werbung wird von Nutzern als noch wichtiger eingestuft.

„Die Studie belegt, dass speziell auf die Nutzer zugeschnittene Angebote eine hohe Akzeptanz haben“, so Torsten Ahlers, CEO von wunderloop. „Genau diese individuelle Ansprache ermöglichen wir unseren Kunden mit unserer innovativen Targeting-Technologie.“

Das Unternehmen wunderloop präsentiert sich auf der online-marketing-düsseldorf vom 17.-18. September 2008 in Halle 10, Stand C68. Torsten Ahlers, diskutiert am 17. September ab 14 Uhr „Globale Media-Trends und die Chancen des Targetings“.

Über wunderloop

Als Europas führender Anbieter von Integrated Targeting Services bietet wunderloop die Möglichkeit der exakten Zielgruppenansprache im Internet. Mit seinen Lösungen ‚wunderloop custom‘ und ‚wunderloop connect‘ sammelt das Unternehmen Informationen über das Online-Verhalten von Nutzern. Alle Targeting- und Analyse-Methoden stellt wunderloop auf einer integrierten Plattform bereit und ermöglicht seinen Kunden dadurch die gezielte Ansprache der Internetnutzer mit relevanten Werbemitteln, Inhalten und passenden Shopping-Angeboten.

Die datenschutzrechtlich unbedenkliche Informations- und Datenverarbeitung durch wunderloop wurde durch das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) und den TÜV Rheinland bestätigt.

Ausgezeichnete Technologie

Das 1999 von Ulrich Hegge und Frank Conrad gegründete Unternehmen mit Hauptsitz in Luxemburg und europaweiten Niederlassungen wurde bereits 2007 mit dem "Red Herring 100 Europe", dem „Innovationspreis 2007“ und dem "European Seal of E-Excellence" für seine innovative Technologie ausgezeichnet. In Hamburg sitzt die deutsche Landesgesellschaft.

Renommierte Kunden und Investoren

Zu den Kunden von wunderloop gehören namhafte Vermarkter und Publisher wie T-Com/T-Online, ad pepper media International N.V, AOL, G+J Electronic Media Services, Telecom Italia, Tiscali, CondeNast, Marktplaats (ein eBay Tochterunternehmen), Mandadori Digital Publishing, Orange, SBS TV und Ilse Media. In Deutschland setzt die Mehrheit der 30 größten Vermarkter auf die Technologie von wunderloop.

Anfang 2007 haben Investoren um Niklas Zennström, Atomico Investments und Klaus Hommels dem Unternehmen Finanzmittel in Millionenhöhe für die weitere internationale Expansion zur Verfügung gestellt. Zu den Unterstützern von wunderloop zählen unter anderem Bernd M. Michael, Chairman von Grey Advertising und Christiane zu Salm, Vorstandsmitglied des Burda Verlags und Gesellschafterin bei Neva Media.

Für redaktionelle Fragen stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.

Kontakt

Carolin Mindermann
wunderloop media services GmbH
Email: carolin.mindermann@wunderloop.com
Tel: 040- 43 207 875