

## Deutsche Post kickt auf FUSSBALL.DE

17.05.2010, 12:25 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *InteractiveMedia CCSP GmbH*  
Presseagentur: *Ketchum Pleon GmbH*

---

InteractiveMedia bringt Deutsche Post Werbekampagne zum DFB-Pokal und Frauenfußball auf die Portale FUSSBALL.DE, t-online.de/Sport und kicker.de.

Darmstadt, 14. Mai 2010 - Der marktführende Qualitätsvermarkter InteractiveMedia platziert ein umfangreiches Fußball-Special der Deutschen Post auf den Seiten FUSSBALL.DE, t-online.de/Sport und kicker.de. Grundlage des Internet-Specials ist die Kooperation der Deutschen Post mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB). Die Deutsche Post ist seit 2009 Top-Partner für den DFB-Pokal und offizieller Premium-Partner der Frauenfußball-Nationalmannschaft.

Exklusives Presenting von DFB-Pokal und Frauenfußball:

Die Fußball-Kampagne der Deutschen Post läuft bis Dezember 2010 und greift zwei Themen auf. Auf FUSSBALL.DE, t-online.de/Sport und kicker.de ist die Deutsche Post Presenter des DFB-Pokals - mit Höhepunkt des Cupfinales am 15. Mai in Berlin, sowie auf FUSSBALL.DE exklusiver Presenter des DFB Frauenfußballs. Das Presentership umfasst auch die Mobilseiten kicker.mobi und FUSSBALL.DE mobil. Nicht nur die lange Laufzeit der Kampagne ist außergewöhnlich, sondern auch die Anzahl der gebrandeten Formate: zum Beispiel Presentingheader, L-Header, Wallpaper, Live-Ticker, Aufstellungen, Video-Player, der individuelle Toralarm und Gewinnspiele.

Frauenfußball auf FUSSBALL.DE:

Auf FUSSBALL.DE ist die Deutsche Post zusätzlich beim Thema Frauenfußball präsent: In den Bereichen Frauen-Nationalmannschaft, DFB-Pokal, Frauen-Bundesliga und Amateurfußball erscheinen unter anderem Artikelseiten, Tippspiele, Pre-Rolls und der Video-Player im Deutsche Post Branding. Außerdem werden Aktionen der Deutschen Post zum Frauenfußball redaktionell integriert und durch Sportjournalisten von FUSSBALL.DE unterstützt. Um mit den Fußballfans in Dialog zu treten, agiert die Deutsche Post als aktives Mitglied der Frauenfußball-Online-Community und veranstaltet Gewinnspiele und Sonderaktionen - zum Beispiel zur FIFA U-20-Frauen-Weltmeisterschaft, die im Juli zum ersten Mal in Deutschland angekickt wird.

"Die Partnerschaft mit dem DFB eröffnet der Deutschen Post hervorragende mediale Möglichkeiten. Dies wird zum Beispiel bei unserem Special auf FUSSBALL.DE deutlich", erklärt Ingo Bohlken, Chief Marketing Officer BRIEF Deutschland. "Wir sind für eine riesige Fangemeinde als Marke präsent und können innerhalb der Online-Community die interaktiven Möglichkeiten des Internet voll nutzen und die Fußballseiten speziell mit unseren innovativen Produkten und Internet Diensten verlinken."

"Das Online-Engagement der Deutschen Post ist für den DFB eine willkommene Verlängerung unserer Partnerschaft", sagt DFB-Marketingdirektor Denni Strich. "Wir freuen uns insbesondere, dass die Deutsche Post in einem so reichweitenstarken und fußballinteressierten Umfeld dazu beiträgt, den Frauenfußball bekannter zu machen."

InteractiveMedia betreut neben t-online.de/sport (Deutschlands Sportportal Nr. 1) und FUSSBALL.DE (interaktive Online-Plattform des DFB) mit kicker.de auch das Onlineportal von Deutschlands reichweitenstärkster Fußball-Marke. Mit diesem Spitzen-Trio avanciert InteractiveMedia zum reichweitenführenden Vermarkter von digitalen Sport- und insbesondere Fußballmedien.

## Portrait

Über InteractiveMedia CCSP GmbH

InteractiveMedia ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der Deutschen Telekom AG. Das Unternehmen steht mit einer Reichweite von 55,7 Prozent und 24,23 Mio. Unique User laut internet facts 2009-IV der AGOF

(Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung) an der Spitze der Qualitätsvermarkter für digitale Medien in Deutschland.

Ebenso führt InteractiveMedia das IVW-Ranking der Top-Vermarkter nach Visits an.

Führend positioniert in einem wachsenden Markt bietet InteractiveMedia seinen Kunden individuelle Premium-Lösungen für Online- und Bewegtbildwerbung, Mobile Advertising und Out-of-Home Media sowie in den Bereichen Performance Marketing, Targeting und Marktforschung. Eine starke Mannschaft in Vertrieb und Produktmanagement sorgt für optimale Resultate - für Werbetreibende ebenso wie für Site- und Portalbetreiber. In Deutschland verfügt InteractiveMedia über fünf regionale Standorte.

Mehr unter: <http://www.interactivemedia.net>

---

News-ID: 428953 • Views: 204 (Stand: 20.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/428953/Deutsche-Post-kickt-auf-FUSSBALL-DE.html>