

Native Advertising goes Billboard

09.09.2014, 12:30 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *HiMedia Deutschland*

dmexco-Neuheiten von HiMedia: Native-Ad-Formate, erweitertes Crossmedia-Angebot und Anruf-Conversion-Tracking

Düsseldorf, 08. September 2014 – Der Siegeszug von Native Advertising belegt die hohe Akzeptanz der Werbeform von Seiten der Werbungtreibenden und User. Das liegt vor allem an der Platzierung im natürlichen Lese- und Nutzungsfluss der Onliner und an der Möglichkeit, Native Ads individuell und unterhaltend gestalten zu können. Diese Vorzüge vereint der Premium-Digital-Vermarkter HiMedia mit seinen neuen Formaten Native Billboard und Native Halfpage Ad, die erstmals auf der dmexco vorgestellt werden. Die Werbeformate werden von der Business Unit Magic individuell für Marken gestaltet und beinhalten aufmerksamkeitsstarken Content, mit dem User interagieren können. Das können Nutzwertartikel, aber auch Quiz-Fragen, Typen-Tests oder Spiele sein. Die großflächig angelegten Kampagnen bieten ein Maximum an Effizienz und Effektivität und werden über den HiMedia-Adserver ausgeliefert. Werbekunden erschließen über diese Native-Ad-Formate neue Platzierungsmöglichkeiten für ihre Werbeeinhalte, Publisher profitieren von weiteren Erlösen durch die Erschließung neuer Werbeflächen.

„Die Verheiratung der erfolgreichen Werbeform Native Advertising mit den aufmerksamkeitsstarken etablierten Branding-Formaten war für uns ein logischer Schritt. Unsere Native Billboard und Native Halfpage Ads erhöhen die Akzeptanz von Werbung, weil sie die Botschaften des Werbenden sehr userfreundlich verpackt präsentieren. Anders gesagt: Statt platter Werbebotschaften und Call-to-Actions wird aus den originären klassischen Werbeflächen Content, der dem User Spaß macht, ihn unterhält und damit zur Marke führt“, erklärt Andreas Stietzel, CEO der HiMedia Deutschland AG.

Aufmerksamkeitsstark präsentiert sich auch das Crossmedia-Angebot des Digital-Vermarkters, das um weitere Digital-out-of-Home-Formate ergänzt wurde. Mit Werbung bespielt werden können zum Beispiel die Videowalls der Flughäfen Köln Bonn und Düsseldorf. Hier werden hochattraktive Zielgruppen wie etwa Geschäftsleute erreicht.

Im Bereich Erfolgskontrolle zeigt HiMedia auf der dmexco 2014 das Conversion-Tracking für Telefonanrufe der unternehmenseigenen Business Unit Adexchange.com. Dieser neue Konversionstyp ermöglicht eine Zuordnung von Telefonanrufen zur auslösenden Werbemaßnahme. Dies erfolgt über individuell auf der Landing Page eingebundene Weiterleitungsrufnummern, die dem Werbemittel und der Platzierung zugeordnet werden können.

HiMedia präsentiert sich auf der dmexco in Halle 8, Stand E010 E014 und kredenzt für alle Messebesucher am Stand passend zum Hauptsitz des Unternehmens in Paris das Nationalgericht der Franzosen: Crêpes. Außerdem sorgt HiMedia mit Sandwiches, Salaten, Joghurt-Desserts, Muffins, Cupcakes und vielen weiteren Köstlichkeiten für das Wohl der dmexco-Besucher und ein gemütliches Ambiente am Messestand.

Bildmaterial zum Download:

Die VIDEOWALL in Terminal 1 erreicht Fluggäste, Abholer und Besucher

<http://download.hi-media.de/presse/fotos/videowall.jpg>

(Bildnachweis: Köln Bonn Airport)

Andreas Stietzel, CEO, HiMedia Deutschland AG

http://download.hi-media.de/presse/fotos/andreas_stietzel_01.jpg (Querformat)

http://download.hi-media.de/presse/fotos/andreas_stietzel_02.jpg (Hochformat)

(Bildnachweis: HiMedia)

Portrait

Pressekontakt HiMedia
Agentur Frau Wenk+++
Anne-Kathrin Richter
himedia@frauwenk.de
+49 (0)40 32 90 47 38 - 13

News-ID: 814850 • Views: 955 (Stand: 03.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/814850/Native-Advertising-goes-Billboard.html>