

Pressemitteilung

Bonn, 10.05.2011

CaptchaAd gewinnt namhafte Kooperationspartner

- Online-Vermarkter arbeitet ab sofort u.a. für Paramount Pictures, MITSUBISHI MOTORS und GIGA.de
- Lokalisten.de weitet Zusammenarbeit aus
- Publisher und Advertiser setzen vermehrt auf interaktive Video-Werbung

Die Bonner CaptchaAd GmbH, weltweit der erste Anbieter, der herkömmliche CAPTCHAs (SPAM-Schutz-Funktion) mit hochqualitativer Video-Werbung kombiniert, konnte im ersten Quartal 2011 sein Kundenportfolio um weitere hochkarätige Kooperationspartner ergänzen.

„Die kontinuierlich steigende Anzahl von Kunden, sowohl bei Advertisern als auch auf der Seite der Publisher, bestätigt einmal mehr die Leistungsfähigkeit und Einzigartigkeit unseres Produktes“, freut sich Jan Philipp Hinrichs, Geschäftsführer der CaptchaAd GmbH. „Wir setzen darauf, auch in naher Zukunft weitere große Player am Markt durch unsere herausragende Werbewirkungsstudie und entsprechende Leistungswerte von uns und unserem Produkt überzeugen zu können. Wir führen derzeit viele gute Gespräche und werden in Kürze weitere namhafte Kunden präsentieren können.“

Auch für Paramount Pictures Germany, ein führender Anbieter für den Verleih von Kino- und Fernsehfilmen, arbeitet das Bonner Unternehmen. „CaptchaAd-Kampagnen passen ideal in unseren Marketing-Mix, wie aktuell in die Bewerbung unseres neuen Kinofilms „THOR“. Außerdem sind wir sehr erfreut über die hohen Klickraten der Werbeform, die uns stark unterstützen, dem interessierten User weiterführende Informationen über „THOR“ zu vermitteln. Wir haben bereits die nächste Werbekampagne mit CaptchaAds in der Planung und freuen uns auf eine weitere erfolgversprechende Zusammenarbeit“, so Sandra Funck, Senior Marketing Managerin Paramount Pictures Germany GmbH.

Zudem konnte das Bonner Unternehmen die MITSUBISHI MOTORS Deutschland GmbH als Werbepartner gewinnen. Der Automobilhersteller unterstützte darüber hinaus die aktuelle Werbewirkungsstudie von CaptchaAds an der Hochschule Fresenius Köln als externer Partner.

„Die Idee und die Umsetzung des Werbeformats der CaptchaAd GmbH sind einzigartig. Durch das Werbeformat von CaptchaAd entsteht ein 100 prozentiger Werbemittelkontakt, der dadurch in der Werbewirkung messbar ist und die Erfolge einer Kampagne in Zahlen wiedergibt“, erklärt Henrik Luijendijk, Verantwortlicher für den Bereich Neue Medien bei MITSUBISHI MOTORS Deutschland.

Auch auf Publisher-Seite konnte CaptchaAd reichweitenstarke Plattformen gewinnen. Neben der Kooperation mit Gamona.de werden beispielsweise in diesem Monat auf der Gamingplattform GIGA.de sowie der Schwesterplattform Funload.de CaptchaAds geschaltet. „Wir freuen uns sehr über die Kooperation mit CaptchaAd“, bestätigt Fabian Kröll, Projektleiter der traditionsreichen Gaming-Website GIGA.de - dem jüngsten Zukauf der Berliner ECONA Gruppe. „Beim Ausbau von GIGA.de können wir den Nutzern dank CaptchaAd einen Mehrwert in Sachen Datensicherheit und Benutzerfreundlichkeit bieten. Gute Erfahrungen mit CaptchaAd machten bereits unsere Kollegen des Download-Portals Winload.de.“ Winload.de gehört wie GIGA.de zu ECONA.

Bereits seit dem vergangenen Jahr sind auf lokalisten.de an einigen Stellen CaptchaAds integriert. Stefanie Waehlert, die Geschäftsführerin der Social Network Plattform, ist mit der Zusammenarbeit und der Einbindung sehr zufrieden. „Die Einbindung von CaptchaAds und die daraus hervorgehenden Vorteile für unsere User in Form von maximalem SPAM-Schutz und erhöhter Benutzerfreundlichkeit lassen ein positives Fazit unserer Zusammenarbeit zu“, so Stefanie Waehlert. „Neben der effektiven Monetarisierung neuer Bereiche erhalten wir von unseren Usern nahezu durchweg positives Feedback und sind somit entschlossen, die Zusammenarbeit mit der CaptchaAd GmbH weiter auszubauen.“

Über CaptchaAd GmbH:

Die CaptchaAd GmbH ist der weltweit erste Anbieter, der herkömmliche CAPTCHAs (SPAM-Schutz, von dem täglich ca. 280 Millionen weltweit geschaltet werden) mit hochqualitativer Video-Werbung (Advertising) kombiniert. Neu bei den sog. „CaptchaAds“ ist, dass nicht mehr unleserliche Zahlen-/ Buchstabenfolgen sondern konkrete Antworten zu einem Video-Spot, die aus dem Produktnamen, Slogan oder anderen Schlagwörtern bestehen können, in das CAPTCHA-Feld eingetippt werden müssen. Dies führt zu einem gesteigerten Wirkungsgrad der Werbebotschaft (100% Werbemittelkontakt, extrem hohe Werbewirkung) gegenüber anderer Onlinewerbung. Diese von CaptchaAd weltweit zum Patent eingereichte Technologie bietet somit eine zusätzliche Einnahmequelle für Webseitenbetreiber und Werbetreibenden eine völlig neuartige Möglichkeit, Marken- und Produktkommunikation äußerst effizient und messbar zu betreiben.

Auszeichnungen:

- 2. Platz Global Entrepreneurship Competition 2010, World Innovation Summit, Barcelona/17.06.2010
- 2. Platz Start-up des Jahres 2009, Deutsche-Startups.de, Berlin/01.12.2009
- 2. Platz IBTEC 2009, The Intel®+UC Berkeley Technology Entrepreneurship Challenge, Berkeley/19.11.2009
- Gewinner enable2start 2009, Financial Times Deutschland, Hamburg/17.11.2009
- 2. Platz TechCrunch Europe Munich 2009, München/20.10.2009
- 1. Platz StartupCamp 2009, Sun Microsystems, Köln/06.03.2009

Pressekontakt:

Marit Schumacher
BrunoMedia Communication GmbH
Bonner Straße 328
50968 Köln
Tel: 0221/ 34803833
Email: captchaad@brunomedia.de
Web: www.brunomedia.de