

ProSiebenSat.1 Networld kickt sich ins WM-Hoch: Plus 14 Prozent Klicks Sat1.de holt neuen Rekord mit rund 200 Millionen Page Impressions und 19 Millionen Visits

10.07.2006 - 15:50 Uhr, SevenOne Intermedia

München (ots) - Nicht nur die deutsche Nationalmannschaft spielte sich in die Herzen der Fußball-Fans, auch die ProSiebenSat.1 Networld überzeugte das Online-Publikum mit Specials zur WM 2006. Im Fußball-Monat Juni stiegen die Nutzungsdaten der ProSiebenSat.1 Networld bei den Visits auf 139,4 Millionen (plus sieben Prozent) und bei den Page Impressions auf 762,9 Millionen (plus 14 Prozent). Damit belegte das Netzwerk aus Sat1.de, ProSieben.de, kabeleins.de, N24.de, wetter.com und Oktoberfest.de Platz zwei aller Netzwerke nach IVW-Standardmessung.

Sat1.de holt sich den Online-Sieg: Visits plus 141 Prozent!

Im vergangenen Monat erreichte Sat1.de 198,6 Millionen Page Impressions (plus 62 Prozent) und 19,0 Millionen Visits (plus 141 Prozent). Ganz nach dem Motto "Das Runde muss in das Eckige" lockte Sat1.de mit seiner umfangreichen WM-Begleitung zahlreiche User vor den rechtwinkligen PC-Monitor. Hintergrundberichte zu allen Mannschaften, aktuelle Meldungen, Liveticker bei allen Spielen, Gewinnspiele und das in **Kooperation mit kicktipp.de** angebotene Tippspiel trugen zum absoluten Nutzungsrekord von Sat1.de im Juni 2006 bei. Aber nicht nur männliche Fußball-Fans begeisterten sich für die Website des TV-Senders Sat.1, auch weibliche User kamen voll auf ihre Kosten. Die "WM Ladys" in der Rubrik "Lifestyle & Magazine" sorgten mit speziell für Frauen aufbereiteten Inhalten für gute Stimmung rund um den Fußball. Tipps für das beste WM-Styling, Bildergalerien mit den schönsten Fußballstars, Gewinnspiele, Quizze und vieles mehr boten weiblichen Fußball-Fans zahlreiche interessante Themen rund um die WM.

ProSieben.de und N24.de im WM-Fieber

Die Website des TV-Senders ProSieben hat vor allem mit der Online-Verlängerung der Kampagne "WM for the Girls" gepunktet. So steigerte sich ProSieben.de um drei Prozent auf 414,7 Millionen Klicks. Die Besuche gingen um zwei Prozent leicht zurück auf 99,3 Millionen. Auf ProSieben.de stand die WM ganz im Zeichen der Frau: Es gab nicht nur heiße Bilder der internationalen Fußballstars und Tipps für das perfekte Outfit für Stadionbesuche und Fanmeilen, sondern auch für wenig begeisterte Fußball-Fans die "Sex and the City"-Wunschaktion mit der Wahl der fünf beliebtesten "Sex and the City"-Folgen, deren erstes Voting-Ergebnis am 4. Juli ab 20.15 Uhr auf ProSieben ausgestrahlt wurde. Auch der Yeti, Hauptakteur bei den bekannten Yetisports, erspielte sich in einer speziellen Fußball-Version klar den Vorteil bei Fußball-Fans, die online kicken wollten. Ziel des Spieles äYeti Puzzle Kickö ist es, das weiße Zottelvieh so zu steuern, dass es Pinguine zu deren jeweiligen Teamfarben kickt.

N24.de erreichte zwar im Vergleich zum Vormonat nur 19,7 Millionen Page Impressions (minus zehn Prozent) und 3,0 Millionen Visits (minus fünf Prozent), begeisterte die User aber dennoch mit seinem großen WM-Special. Neben Hintergrundberichten zur deutschen Nationalmannschaft und allen Konkurrenten und einem **Tippspiel** reizte N24.de mit der "Natz' WM" sowie der Karikatur-Show "Kaiser und Kanzlerin" die Lachmuskeln der User. Der Berliner Videokünstler Natz Spetsmann kommentierte alle Deutschland-Spiele im Vorfeld zum Einstimmen, Erinnern und Genießen der WM. Die Videoclips mit Karikaturpuppen von Kaiser und Kanzlerin nahmen sich dagegen wichtigen aktuellen Fragen rund um die WM an.

wetter.com informierte über ideales WM-Wetter

Um sich den besten Platz bei besten Wetterverhältnissen bei allen WM-Spielen zu sichern, spielte die Wettervorhersage eine entscheidende Rolle. Das Wetterportal wetter.com informierte die User, mit welchem Wetter sie rechnen konnten. Ob Stadion, Biergarten, Fan-Park oder gemütlich zu Hause vor dem Fernseher - dank wetter.com wurden Fußball-Fans während der Spiele nicht von unangenehmen Regenschauern überrascht. So wurde wetter.com im Juni genauso wie im Vormonat Mai 77,8 Millionen Mal geklickt und 16,7 Millionen Mal (plus

ein Prozent) besucht.

Ansprechpartner:

SevenOne Intermedia GmbH

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Media AG

Medienallee 6
D-85774 Unterföhring

Andrea Voigt
Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 [0] 89/9507-8922
Fax: +49 [0] 89/9507-8923

<http://www.sevenoneintermedia.de>

Originaltext: SevenOne Intermedia

Digitale Pressemappe: <http://presseportal.de/story.htx?firmaid=51042>

Pressemappe via RSS: feed://presseportal.de/rss/pm_51042.rss2