



PRESS RELEASE

**Die On-line Ideenunternehmen OpenAd.net sucht innovative Kunden auf dem DWK in München**

Nach der Internet- Ideenunternehmen OpenAd.net ([www.openad.net](http://www.openad.net)) wird die nächste große Werbeinnovation in Deutschland Kunden sein, die Marketing-Dienstleistungen on-line kaufen.

Die Firma sagt voraus, dass eine erste Welle von deutschen Kunden bereit ist, frühzeitige Nutzer solcher Dienstleistungen zu werden - weil sie Zeit und Geld sparen und exzellente Resultate bieten.

Aber OpenAd.net wird der deutschen Geschäftswelt auf dem Deutschen Werbekongress in München am 4. Mai - wo das Thema »Mut« sein wird - auch sagen, dass nur die kühnsten unter ihnen sie als erste testen können.

Der Grund dafür liegt darin, dass wie bei frühzeitigen Nutzern anderer Dienstleistungen, die meisten Marketingdirektoren bei dem bleiben werden, was sie kennen, bis die anderen das Neue getestet haben.

OpenAd.net ist weltweit das erste Angebot, welches es Kunden erlaubt, nach kreativen Lösungen jenseits der beschrittenen Pfade zu suchen und stattdessen ihre Werbung über 14 sektorenspezifische On-line-Galerien einzukaufen. Dies gibt Marketingdirektoren auch die Möglichkeit, spezielle Kommunikationsanweisungen zu versenden oder Werbegespräche online zu führen, dies alles mit Ideen von ungefähr 4.500 Top-Kreativen aus 53 Ländern.

Unter den Kunden, die bereits diesen Service in Anspruch genommen haben, befinden sich DaimlerChrysler, Lastminute.com und FHM. Ein Kunde kam zu der Einschätzung, dass OpenAd.net ihm eine Kampagne für ein Viertel des Preises geliefert hat, was ihn diese bei einer Werbeagentur gekostet hätte.

Tamara Stader, die Marketingmanagerin von OpenAd.net - welche auch an der DWK teilnimmt - sagte: »Es ist ironisch, dass die meisten Kunden die Bedeutung des Internets für die Kaufgewohnheiten ihrer Käufer verstehen, aber sehr langsam sind, dies für sich selbst zu nutzen.«

»Aber OpenAd.net ist reell und wir warten, das die couragiertesten Kunden uns als erste nutzen werden - dies ist der Grund, warum wir auf dem Deutschen Werbekongress präsent sein wollten, wo das ganze Thema Mut diskutiert werden wird. Marketingdirektoren werden OpenAd.net lieben, wenn sie deren kreativen

Meinungen vertrauen und glücklich sind, ihrem Vorstand etwas ganz neues zu präsentieren. Nur die mutigsten sind innovativ.«

Sie fügte hinzu: »Darüber hinaus gibt OpenAd.net dem Kunden Zugang zu der weltweit größten Kreativabteilung zum Bruchteil des Preises, den er an eine Agentur zahlen würde, da keine großen Kosten bestehen. Sie zahlen für die Idee.«

OpenAd.net wird auf der DWK mit einem Präsentationsstand vertreten sein.

Für nähere Informationen kontaktieren Sie bitte Tamara Stader unter 00 386 31 571 156 oder Michele Martin unter 00 44 7971 266787.

## *Anmerkungen des Herausgebers*

*OpenAd.net (www.openad.net) ist eine einzigartige Internetfirma, welche Kunden die Möglichkeit gibt, Kreativ- und Werbeideen online zu erwerben.*

*Die Dienstleistung funktioniert auf mitgliedschaftlicher Basis und bietet Kunden zwei Hauptmöglichkeiten.*

*Wer Werbeleistungen sucht, kann seine Kommunikationsanweisungen an die Werbegespräch-Sektion senden und darauf warten, dass Kreative Antworten geben auf seine speziellen Bedürfnisse.*

*Alternativ hierzu können sie eine der 14 OpenShow-Galerien nach Marktsektoren durchsehen, wo Werbeideen und Kampagnen vermarktet werden. Die Galerien decken von Food and Drink bis Automotive alles ab.*

*Die Kosten einer Standard-Mitgliedschaft, inklusive Zugang zu einer Kategorie und einer Werbeausschreibung, betragen 3.000 USD.*

*Die Seite verfügt über mehr als 4.500 Kreative in 53 Ländern, von Studenten bis zu international bekannten Kreativdirektoren. Alle Kreativen erscheinen anonym auf dieser Seite.*

*Jede Arbeit wird, bevor sie an den Kunden übergeben wird, technisch auf Copyright-Verletzungen überprüft sowie von einem englischen Muttersprachler geprüft, um die Verständlichkeit zu gewährleisten.*

*Jede Idee ist mit einem komplexen System von Copyright-Schutz und digitalen Datumsstempeln versehen, während nur die Abonnenten die Arbeiten sehen können.*

*Kunden erhalten durch das engagierte Kundendienstpersonal von OpenAd.net Hilfe bei dem Auswahl- und Kaufprozess. Wenn die Arbeit gekauft ist, ist es Sache des Kunden zu entscheiden, wie er eine endgültige Kampagne produzieren will, entweder durch eine existierende Agentur oder den Kreativen, von dem die Idee stammt.*

*Die Dienstleistung wurde letztes Jahr hauptsächlich in Europa getestet und war so erfolgreich, dass sie eine beachtliche Reinvestition an Weihnachten erlebte. Die Website wurde neu herausgegeben im Januar 2006, zum ersten Mal mit einem weltweiten Marketingschub. Es ist davon auszugehen, dass in erster Linie kleine und mittelgroße Kunden hiervon angesprochen werden, deren Budget nicht immer groß genug ist, um die volle Aufmerksamkeit einer großen Werbeagentur auf sich zu ziehen.*

*Wie auch immer, eine Anzahl von Blue-Chip-Firmen haben bereits Interesse geäußert, sowohl für Hauptmarken als auch zur Werbung für kleinere Namen in einem Portfolio, was ansonsten vielleicht übersehen werden könnte.*