



## PRESSEMITTEILUNG

Ligatus zieht positive 1-Jahres-Bilanz

### **Netzwerk-Reichweite 12 Monate nach Start mehr als verdoppelt**

5 Köln, 19. September 2006.- Der Performance-Marketing-Spezialist Ligatus hat sich im ersten Jahr seines Bestehens sehr erfreulich entwickelt. „Wir konnten die Reichweite unseres Premium-Netzwerkes innerhalb der letzten zwölf Monate um  
10 rund 130 Prozent steigern. Auch die Anzahl der Werbekunden ist gewachsen“, zieht Dr. Lars-Rüdiger Fink, Geschäftsführer der Ligatus GmbH, anlässlich der morgen beginnenden Fachmesse OMD Bilanz. „Diesen Erfolg werten wir als Bestätigung und Ansporn zugleich.“ Genau vor einem Jahr, zur  
15 OMD 2005, hatte die OnVista Group die Marke Ligatus gelauncht und ihren Geschäftsbereich Performance-Marketing in die neu gegründete, gleichnamige Tochtergesellschaft ausgegliedert. Die Ligatus GmbH ermöglicht  
20 Werbungtreibenden, innerhalb ihres Netzwerkes kostengünstig und effektiv auf Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen und Kunden zu gewinnen. Die Website-Partner wiederum profitieren von attraktiven Zusatzerlösen, indem sie Ligatus bislang ungenutzte Werbeflächen für  
25 vertriebsorientierte, erfolgsabhängig vergütete Werbung zur Verfügung stellen.

#### **30 neue Premium-Partner**

25 Rund 30 neue Websites schlossen sich seit Launch dem Premium-Netzwerk von Ligatus an. Während es im September 2005 noch 70 Partner umfasste, stieg die Zahl inzwischen auf rund 100 – allesamt besonders reichweiten- und imagestarke Online-Medien, die noch ungenutzte  
30 Werbefläche an Ligatus verkaufen und dadurch ganz ohne Vertriebsaufwand zusätzlichen Umsatz generieren. Neben dem Online-Ableger der Frauenzeitschrift Freundin gingen beispielsweise auch das IT-Informationsportal  
35 Computerwoche.de, die News-Plattform Reuters.de, der europäische Naturdoku-Kanal Terranova und WetterOnline eine Kooperation mit Ligatus ein. Darüber hinaus zahlte sich die Zufriedenheit bestehender Partner aus. Viele platzierten  
40 Ligatus-Werbemittel in zusätzlichen relevanten Themenbereichen ihrer Website. Wesentliche Gründe, warum das Performance-Marketing-Unternehmen die Anzahl an monatlichen AdImpressions (Werbeeinblendungen)

innerhalb eines Jahres von 700 Mio. (Sept. 2005) auf mehr als 1,6 Mrd. (Sept. 2006) steigern konnte.

### **In neuen Branchen Fuß gefasst**

45

Immer mehr werbungtreibende Unternehmen und deren Agenturen nutzen Ligatus. Dabei hat Ligatus seinen Kundenstamm seit 2006 gezielt ausdifferenziert. „Neben Finanzdienstleistern setzen nun auch Automobil- und Telekommunikationsunternehmen sowie Touristikanbieter auf unser Performance-Marketing-Angebot“, erklärt Ligatus-Geschäftsführer Fink. „Werbungtreibende aus diesen Branchen stoßen über unsere Partner-Websites auf einkommensstarke Abnehmer.“ Die Kundenliste reicht von namhaften Finanzdienstleistern wie Fidelity und Gothaer über Policen Direkt (Ankauf von Lebensversicherungen) bis hin zu Opel, Lufthansa und T-Mobile. Der insgesamt größte Kundenanteil stammt nach wie vor aus der Finanzbranche.

50

55

60

**Am 20./21. September** präsentiert sich Ligatus auf der **OMD 2006** in Düsseldorf, Deutschlands Leitmesse für die digitale Wirtschaft (**Halle 1, Stand A 06**). Die Messeöffnungszeiten sind: Mittwoch, 20. September von 9.30-18.30 Uhr sowie Donnerstag, 21. September von 9.30-17.30 Uhr. Außerdem bietet Ligatus am **20.9. um 12.30 Uhr** zusammen mit affilinet den **OMD-Workshop „Performance-Marketing: Ein entscheidender Baustein im Online-Marketing“** an.

(3.264 Zeichen)

### **Über Ligatus**

Ligatus ermöglicht Unternehmen, effektiv und kostengünstig Neukunden für ihre Produkte und Dienstleistungen via Internet zu gewinnen. Hierfür nutzt Ligatus sein kontinuierlich wachsendes Premium-Netzwerk für Performance-Marketing: Ligatus platziert die Werbung seiner Kunden auf Portalen wie n-tv.de, Spiegel Online oder sueddeutsche.de sowie auf über 90 anderen hochwertigen Websites. Dabei zahlt der Kunde nur bei Erfolg, zum Beispiel pro Klick oder pro generierter Interessenten-Adresse. Alle Werbemittel werden in redaktionellen Umfeldern, als Anzeige gekennzeichnet, eingebunden. Mit Hilfe einer eigens entwickelten IT-Plattform sorgt Ligatus dafür, dass die Angebote seiner Kunden dort platziert werden, wo sie den jeweils besten Zuspruch finden. Dies garantiert einen hohen Return-on-Investment für Werbungtreibende und attraktive Zusatzerlöse für Werbeträger.

Die Ligatus GmbH ist eine Gesellschaft der börsennotierten OnVista Group. Neben dem Performance-Marketing-Geschäft betreibt und vermarktet das Kölner Internetunternehmen hochwertige Special-Interest-Portale: das Finanzportal [www.onvista.de](http://www.onvista.de) und das Gesundheitsportal [www.onmeda.de](http://www.onmeda.de).

Im Geschäftsjahr 2005 erwirtschaftete die OnVista Group einen Umsatz von € 9,74 Mio. und ein Ergebnis vor Steuern von € 1,61 Mio. OnVista wurde 1998 von Michael W. Schwetje, Stephan Schubert und Fritz Oidtmann gegründet und hat seinen Sitz in Köln.

### **Kontakt**

Anja Seipp / Silja Moderer

OnVista Group

Tel.: +49 (0) 22 03-9146-306/ -305

Fax: +49 (0) 22 03-180 640

eMail: [presse@onvista.de](mailto:presse@onvista.de)

Web: [www.onvista-group.de](http://www.onvista-group.de), [www.ligatus.de](http://www.ligatus.de)