

## IEG Pressemitteilung

---

[www.medienbote.de](http://www.medienbote.de), 27. März 2007

### **BURDA: Einstieg bei Videoportal Sevenload**

Hubert Burda Media hat sich über seine Beteiligungsgesellschaft Burda Digital Ventures an Sevenload, dem Betreiber des gleichnamigen Internet-Videoportals, beteiligt. Das teilte der Verlagskonzern in München mit. Angaben zur Höhe der Beteiligung und zum Kaufpreis wurden nicht gemacht. Branchenkreisen zufolge wurden für einen hohen einstelligen Millionen-Euro-Betrag rund ein Fünftel der Anteile übernommen. Sevenload bestätigte, dass es sich um eine Minderheitsbeteiligung handelt, die im Rahmen einer Kapitalerhöhung erworben worden sei. Gleichzeitig sei eine umfassende Zusammenarbeit mit Burda vereinbart worden. Die Plattform stehe weiterhin anderen Kooperationspartnern offen. „Wir vertrauen Burda als Partner, weil dort schon sehr früh das Potenzial digitaler Medien erkannt worden ist“, sagte Ibrahim Evsan, Gründer und Chief Technical Officer von Sevenload. Chief Executive Officer Axel Schmiegelow erklärte: „Burda bietet uns unternehmerische Eigenständigkeit gepaart mit tiefer Medienkompetenz. Thematische Breite und Zielgruppen des Burda-Konzerns passen gut zu unserer Strategie.“

René Griemens, Geschäftsführer von IEG Investment Banking, der die Transaktion als Financial Advisor von Sevenload begleitete, sagte: „Dies war eine der größten Finanzierungen überhaupt im deutschen Web 2.0. Die Finanzierung durch Hubert Burda wird es dem Unternehmen ermöglichen, seine Produkt- und Technologieführerschaft im Video-on-Demand weiter auszubauen.“ Als nächster Schritt sei die Expansion in weitere internationale Märkte vorgesehen. Die Burda-Tochter R&D Marketing und Communications soll die Sevenload-Angebote mit den Marken, -Vermarktern und -Communities des Verlags vernetzen. „Die Beteiligung an Sevenload ermöglicht, unsere Position im Video-Publishing-Markt weiter auszubauen“, erklärte R&D- Geschäftsführer Marcel Reichart. „Das umfasst unsere Medienmarken und Communities, neue Formate und Vermarktungsangebote.“ Gemeinsam mit internationalen Unternehmen wie Sony, Universal Music und Opel wolle Sevenload neue Community-Werbeformate im Internet etablieren. Die werberelevante Zielgruppe soll durch crossmediale Vermarktungskonzepte über Video-on-Demand-Technologie direkt angesprochen und per User Generated Content aktiv mit eingebunden werden.

An der 2006 gegründeten Betreibergesellschaft Sevenload GmbH sind unter anderem die Beteiligungsfirma media ventures von Dirk Ströer und die Kölner Internet-Agentur denkwerk beteiligt. In Deutschland konkurriert Sevenload in erster Linie mit der Pro-Sieben-SAT.1-Beteiligung MyVideo und der RTL-Tochter Clifish; auf internationaler Ebene ist das Google-Portal YouTube der stärkste Wettbewerber. Infos: [www.sevenload.com](http://www.sevenload.com)