

Presseinformation

Media Impact und Otto Group Media vereinbaren Vermarktungskoooperation

Start des neuen gemeinsamen Premium-Targeting-Angebots „Female Connection“ im vierten Quartal 2015

Berlin / Hamburg, 15. September 2015 - Media Impact, der Vermarkter von Axel Springer und der Funke-Mediengruppe, und Otto Group Media GmbH, ein Unternehmen der Otto Group, starten eine Vermarktungskoooperation. Im vierten Quartal 2015 geht das gemeinsame Angebot an den Start: Die beiden Vermarkter verbinden ihre Kompetenzen zu einem neuen reichweitenstarken Premium-Targeting-Angebot „Female Connection“ auf Echtdatenbasis für die Zielgruppe der Frauen.

Den Kern von „Female Connection“ bilden die Nutzerdaten der Otto Group Media und die reichweitenstarken Premiumseiten des Media Impact-Portfolios. Auf dieser Basis können Werbekunden ihre Kampagnen auf den Media-Impact- und auch den Otto-Web-Shop-Seiten gezielt an User-Segmente ausliefern lassen, die auf den umfangreichen Datensätzen der Otto Gruppe basieren. Im Fokus stehen dabei soziodemographische, anonymisierte User-Segmente, insbesondere Frauen und deren Konsumverhalten.

Die Online-Shops der Otto Group erreichen 25 Mio. Unique User pro Monat bei einem Frauen-Anteil von 80 Prozent, die Premiumseiten von Media Impact 32 Mio. Unique User pro Monat. Die Reichweite des neuen Targeting-Angebotes kann auf dem gesamten Media-Impact-Vermarktungsportfolio wie BILD.de, WELT ONLINE oder Gofeminin.de sowie auf den Online-Shopseiten der Otto Group wie Otto.de, SportScheck.de, MyToys.de, Limango und Heine ausgesteuert werden.

Torsten Ahlers, Geschäftsführer von Otto Group Media: „Werbung und Daten gehören zusammen – das ist das Erfolgsrezept des Data Driven Advertising. Gemeinsam mit Media Impact geben wir Advertisern die Möglichkeit, datengesteuerte Kampagnen auf besonders attraktiven und hochwertigen Umfeldern zu schalten – und das vor allem unschlagbar präzise bei der sehr relevanten Zielgruppe shopping-affiner Frauen.“

Marco Barei, General Manager Programmatic Advertising von Media Impact: „Die Otto Group mit ihren CRM und E-Commerce-Daten ist der ideale Partner, um unser auf Echtdateen basierendes Targeting-Portfolio unter der Dachmarke Datafactor um weibliche Käufersegmente zu erweitern. Dank unserer programmatischen Infrastruktur können wir die ausgewählten Segmente auf unseren journalistischen Premium-Umfeldern wiederfinden. Ich bin überzeugt, dass diese Kombination aus besten Daten und besten Umfeldern ein extrem attraktives Werbeprodukt für unsere Kunden ist.“

Das Premium-Targeting-Angebot „Female Connection“ wird dem Fachpublikum erstmals am Mittwoch, 16. September 2015, auf der auf der dmexco in Köln (Otto Group Media: Halle 6, Stand D018; Media Impact: Halle 8.1, Stand D19-E18) präsentiert.

Über Otto Group Media

Die Otto Group Media GmbH ist der Spezialist für Data Driven Advertising der Otto Group. Das 100-prozentige Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg wurde im Mai 2015 gegründet und legt den Schwerpunkt auf nutzerbasierte Vermarktung und Aussteuerung von Werbeflächen auf den reichweitenstarken Plattformen der Otto Group und Partnerseiten. Das Angebot richtet sich an Werbetreibende, die über Otto Group Media ihre Branding-Kampagnen nutzerspezifisch auf passenden Umfeldern ausspielen lassen wollen. Über die Online-Shops der Otto Group erreicht Otto Group Media rund 25 Mio. Unique User im Monat. Mit 80 Prozent haben daran kaufaffine und produktinteressierte Frauen den größten Anteil.

Weitere Infos unter www.ottogroup.media

Über Media Impact

Die Media Impact GmbH & Co. KG ist das Vermarktungs-Joint-Venture der Axel Springer SE und der FUNKE MEDIENGRUPPE. Die Axel Springer SE ist zu 74,9 Prozent, die Funke-Mediengruppe zu 25,1 Prozent beteiligt. Media Impact bündelt die Vermarktung der nationalen Medienangebote beider Partner und übernimmt die Partnervermarktung für dritte Medienangebote. Damit ist Media Impact der größte crossmediale Vermarkter Deutschlands. Das Portfolio umfasst mehr als 90 Print-, Online- und Mobil-Marken und bietet damit die besten Voraussetzungen, um Kommunikationsbotschaften von Werbetreibenden wirksam zu platzieren. Unter der Marke Datafactor bietet Media Impact seit zwei Jahren ein Produktportfolio an digitalen Targeting-Möglichkeiten, die auf Echtdateen von Axel-Springer-Beteiligungen und Fremddatenquellen basieren.

Weitere Infos unter www.media-impact.de

Pressekontakte

Otto Group Media GmbH

Elke Thomsen

Tel. +49 160 99883040

elke.thomsen@ottogroup.media

Media Impact

Svenja Friedrich

Tel.: +49 30 2591 77609

Svenja.friedrich@axelspringer.de