

PRESSEMITTEILUNG

Agentur für userzentriertes Performance Marketing Onlinemarketing-Spezialisten fusionieren zu The Reach Group

- Ad-Cons, Netlead, PR – Popularity Reference und Redvertisement schließen sich zusammen
- Austarierte Performance-Technologie entlang der gesamten Customer Journey
- Gedanke intelligenter Reichweite und Beratungsstärke der früheren TRG lebt neu auf

Berlin, 18.6.15. Die etablierten Spezialanbieter Ad-Cons, Netlead, PR - Popularity Reference und Redvertisement fusionieren zum neu gegründeten Unternehmen The Reach Group. The Reach Group führt die Kompetenzen der einzelnen Unternehmen in einer starken Marke zusammen. Hintergrund der Fusion ist der sich konsolidierende Markt der Performance-Anbieter, der an Agenturen zunehmend neue Anforderungen stellt – vor allem in Bezug auf die Umsetzung ganzheitlicher, interdisziplinärer Kampagnen. An fünf Standorten in Europa steuern künftig 75 Mitarbeiter Online-Kampagnen über sämtliche digitale Kanäle userzentriert aus. Es werden Kampagnen in der D-A-CH-Region sowie in Italien, Frankreich, Spanien, Skandinavien, den Niederlanden und Großbritannien ausgeliefert. Das Management Board setzt sich aus den Inhabern der gründenden Unternehmen zusammen.

Stark bei Performance, Kanalauswahl und -kombination

The Reach Group strukturiert ihr Portfolio künftig in die drei Produktbereiche „Performance Marketing“, „Relations“ sowie „Media und Brand“. Die Kernkompetenzen Performance Display, Dynamic Retargeting, Affiliate Marketing sowie SEO, SEA und Social Media Advertising werden effektiv im Performance Marketing gebündelt. Mit Relations deckt das Unternehmen die stetig an Bedeutung gewinnenden Maßnahmen aus dem Inbound Marketing von Content Creation bis Community Management ab. Das Team im Bereich Media & Brand wird für Kunden darüber hinaus crossmediale Digitalkampagnen planen und umsetzen.

Alle drei Produktbereiche eint die Philosophie, bei jeder Kampagne den User in den Fokus zu rücken. Dabei setzt The Reach Group in der Konzeptionsphase auf Persona-Modeling. Auf Grundlage der Methode können auch solche Reichweiten präzise genutzt werden, die bisher kein optimales dynamisches Targeting bieten, wie es beispielsweise bei vielen Affiliate-Seiten oder auch bei SEA und SEO der Fall ist.

Kampagnen entlang von Kundenbedürfnissen entwickeln

The Reach Group kombiniert die Maßnahmen aus verschiedenen Disziplinen entsprechend ihrer Wirkungsweise entlang der Customer Journey. Dieser Ansatz ermöglicht kanalübergreifendes (Re-) Targeting und erreicht durch die personalisierte Ansprache ein Höchstmaß an Effizienz. „Den Ansatz, nicht in einzelnen Kanälen, sondern in Kundenbedürfnissen zu denken, werden wir mit Leben füllen“, erklärt Holger Brandt, Managing Partner der neu gegründeten The Reach Group. „Bei uns werden Kundenziele und die kommunikativen Präferenzen der Zielgruppen für die Kampagnenkonzption absoluten Vorrang haben – nicht zuletzt, weil wir kein Interesse haben, einen bestimmten Kanal in den Vordergrund zu stellen.“

Interdisziplinärer Beratungsansatz und Spezialisierung pro Disziplin

Die Gründer wählen mit The Reach Group bewusst einen Namen, den die Onlinemarketing-Branche bereits kennt. „Als TRG 2008 erstmals startete, vermittelte das Unternehmen von Anfang an Kompetenz und Beratungsstärke – es war klar, dass es für die Branche Takt- und Ideengeber zugleich werden könnte“, erinnert sich Brandt. „Da gibt es Parallelen zu uns: Wir sind Onlinemarketer der ersten Stunde und mit unserer Fusion schaffen wir etwas Neues, das einen zentralen Bedarf am Markt bedient. Unser interdisziplinärer Beratungsansatz, kombiniert mit der Spezialisierung unserer Teams, bildet die Grundlage für eine neue Qualität von Performance-Kampagnen. Gleichzeitig können wir mit unseren insgesamt 90 Jahren Managementenerfahrung natürlich vieles von dem richtig machen, was der früheren TRG trotz guter Ideen 2013 nicht mehr gelungen ist.“ Für die Kunden der gründenden Unternehmen bleiben sowohl Ansprechpartner als auch die tägliche Zusammenarbeit unverändert. Gleichzeitig profitieren die Werbetreibenden künftig vom erweiterten Know-how innerhalb des entstehenden interdisziplinären Teams, das sowohl in Beratung als auch in operativer Umsetzung und Optimierung seine Kernkompetenz hat.

Hauptsitz in Berlin

Den Hauptsitz hat The Reach Group in Berlin. Weitere Standorte gibt es in Düsseldorf, London, Zürich und Wien. Zu den prominentesten Kunden gehören Postbank, UnityMediaKabelBW, Butlers, Barmenia, ThyssenKrupp, DriveNow, Congstar und die Deutsche Bahn.

Über The Reach Group

The Reach Group bietet kanalübergreifendes, userzentriertes Performance Marketing sowie eine intelligent genutzte Reichweite und austarierete Technologie entlang der gesamten Customer Journey. Kampagnen werden für Werbetreibende aus den Bereichen E-Commerce und Medien sowie für Agenturen, in allen digitalen Kanälen auf detaillierte Nutzermodelle hin optimiert. Das Produktportfolio setzt sich aus den Kernbereichen Performance Marketing, Relations sowie Media und Brand zusammen. Im Performance Marketing vereinen sich die Kernkompetenzen Performance Display, Dynamic Retargeting, Affiliate Marketing sowie SEO, SEA und Social Media Advertising. Mit Relations deckt The Reach Group die stetig an Bedeutung gewinnenden Maßnahmen aus dem Inbound Marketing von Content Creation bis Community Management ab. Mit dem Bereich Media & Brand wird The Reach Group für Kunden darüber hinaus crossmediale Digitalkampagnen planen und aussteuern.

- Die etablierten Performance-Spezialanbieter Ad-Cons, Netlead, PR - Popularity Reference und Redvertisement fusionierten 2015 zum Unternehmen The Reach Group. Die Gründer haben jeden der Fachbereiche von der Pike auf bis heute vorangetrieben und entwickelt. The Reach Group ist Mitglied im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW).

Weitere Informationen unter www.reachgroup.com

Pressekontakt

Andrea Petzenhammer
Agentur Frische Fische
F +49 30 62901174
E ap@frische-fische.com

Unternehmenskontakt

Holger Brandt
Managing Partner
The Reach Group GmbH
F +49 211 563843 21
E hbr@reachgroup.com

www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup