

PRESSEMITTEILUNG

The Reach Group Spezialist für userzentriertes Onlinemarketing

The Reach Group mit größtem Affiliate-Billingumsatz in Deutschland

- iBusiness analysiert insgesamt 1,2 Milliarden Euro Performance-Billings
- Mit 13,3 Millionen Euro Billings führt The Reach Group das Affiliate-Subranking an
- Im Gesamtvergleich der Performance-Marketing-Agenturen schafft The Reach Group den Einstieg auf Anhieb auf Platz 11

Berlin/27.8.15. The Reach Group, Spezialist für userzentriertes Onlinemarketing, wurde im Juni 2015 von den Performance-Marketing-Anbietern Ad-Cons, Netlead, PR - Popularity Reference und Redvertisement gegründet und schaffte im diesjährigen iBusiness-Performance-Marketing-Ranking auf Anhieb den Neueinstieg auf Platz 1 des Subrankings Affiliate mit 13,3 Millionen Billings. Sie verweist die Mitbewerber mit jeweils mehr als 10 Millionen Euro Unterschied auf die Plätze zwei und drei. Im Gesamtvergleich der Performance-Marketing-Agenturen gelingt The Reach Group direkt der Einstieg auf Platz 11.

„Wie man an der Gesamtsumme der Billings ablesen kann, ist und bleibt Affiliate ein zuverlässiger Vertriebskanal, der sich in den vergangenen Jahren zu einem etablierten Instrument im Online-Marketing-Mix entwickelt hat“, sagt Holger Brandt, Managing Partner bei The Reach Group. „Am effektivsten spielt er seine Stärken aus, wenn er – ausgehend von einer userzentrierten Kampagnenplanung – zielgenau mit weiteren Kanälen kombiniert wird.“ Für 2015 rechnet er damit, auch in der Gesamtwertung zumindest in die Top Ten des iBusiness-Rankings aufzusteigen. Grund dafür seien stabile Kundenbeziehungen sowie das zukunftssträchtige Konzept von The Reach Group, technologisches Spezialwissen aus den Disziplinen Performance Display, Affiliate, SEO und SEA unter einem Dach zu bündeln und schlagkräftig für Kampagnen in Stellung zu bringen, so Brandt.

Ranking der deutschen Performance-Marketing-Agenturen

Die iBusiness ermittelte in diesem Jahr einen Gesamthonorarumsatz Billings von 1,217 Milliarden Euro, den 50 deutsche Performance-Agenturen im vergangenen Jahr umgesetzt hatten. Zum Billingumsatz zählen alle Werbebudgets, die eine Agentur für Affiliate-Marketing, Social-Media-Anzeigen und Leadkampagnen im Kundenauftrag ausgibt.



Weitere Informationen zum Ranking: <http://www.ibusiness.de/members/aktuell/db/163825jg.html>

Über The Reach Group

The Reach Group bietet kanalübergreifendes, userzentriertes Performance Marketing sowie eine intelligent genutzte Reichweite und austarierte 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.

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

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