

Pressemitteilung

The Reach Group Spezialist für userzentriertes Onlinemarketing

The Reach Group positioniert sich als performanceorientierter Reichweitenanbieter

Berlin, 01.02.16. Ein halbes Jahr nach der Fusion von Ad-Cons, Netlead, PR – Popularity Reference und Redvertisement zu The Reach Group zieht die Geschäftsführung eine positive Bilanz. „Die Entscheidung, als ganzheitlicher und interdisziplinärer Performance-Anbieter aufzutreten, hat sich als richtiger Weg erwiesen und wird von den Kunden sehr gut angenommen“, fasst Holger Brandt, Managing Partner bei The Reach Group zusammen. „Die Integration der Teams und strukturelle Angleichungen sind abgeschlossen, sodass TRG in der besten Ausgangsposition ist, um als performanceorientierter Reichweitenanbieter in den Bereichen SEA, Performance Display sowie Affiliate & Campaigns in die Top 10 in Deutschland aufzusteigen.“

Strukturelle Anpassungen zum Jahreswechsel

Zum Jahreswechsel wurden die letzten strukturellen Anpassungen umgesetzt. So widmen sich Holger Brandt, Simon Schier und Evert Veldhuijzen künftig als Managing Partner der Geschäftsführung. André Koegler übernimmt als Vice President Product & Technology den Bereich Produktentwicklung, um die unternehmenseigene Philosophie der nutzerzentrierten Ansprache von Kunden für Werbetreibende voranzutreiben und neue Chancen in Retargeting und Audience Analysis zu heben. Vice President Marketing & Sales Philipp Roth verantwortet künftig den Bereich Marketing mit dem Ziel, die Marke The Reach Group nachhaltig in der Branche und bei Werbetreibenden zu verankern.

Managing Partner Jan Kutschera hatte den Bereich Suchmaschinenoptimierung zunächst bei Popularity Reference GmbH aufgebaut und nach der Fusion mit Ad-Cons, Netlead und Redvertisement zu The Reach Group verantwortet und weiterentwickelt. Mit der Teilung der Unit Search & Social sind in Zukunft alle Unternehmensbereiche auf das Kerngeschäft Performance ausgerichtet. Die Verantwortung für den Geschäftsbereich übergibt Jan Kutschera an Managing Partner Evert Veldhuijzen. Kutschera bleibt The Reach Group weiterhin als Gesellschafter verbunden und widmet sich künftig neuen Projekten.



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. 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.

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