

Pressemitteilung

Telefónica bündelt Digitalmarketing auf Technologieplattform von ADITION technologies

Ganzheitliche Lösung für optimiertes Customer-Value-Management

Düsseldorf, 07. September 2015. Onsite- und Offsite-Kampagnen, Branding und Performance: Telefónica Deutschland hat die Steuerung seiner Digitalmarketing-Kampagnen jetzt noch weiter integriert und auf der Unified-Adservering-Plattform von ADITION technologies konzentriert.

Bereits seit 2013 ist der ADITION Adserver Auslieferungszentrale für das dynamische Content Marketing auf dem Online-Shop von O₂ und kommt künftig auch markenübergreifend bei Telefónica zum Einsatz. Jetzt erfolgt auch die klassische und programmatische Kampagnenaussteuerung (alle Formate und alle Endgeräte) auf externen Online-Angeboten über die führende Technologieplattform der Düsseldorfer Mediatechnologie-Spezialisten.

Die Bündelung der zahlreichen Marketingmaßnahmen der Markentöchter auf einer Technologieplattform ermöglicht Telefónica umfassende Effektivitäts- und Effizienzgewinne. Ziel ist ein optimales Customer-Value-Management über alle Marken hinweg.

ADITION technologies überzeugte dabei vor allem mit seinem flexibel konfigurierbaren Technologie-Set-Up. So können über den ADITION Store führende Lösungen von ADITION Partnerunternehmen wie [mov.ad](#) (Video), [The ADEX](#) (markenübergreifendes Datenmanagement zur zielgruppengenauen Marketingaussteuerung) und [batch media](#) (Markenschutz und Ad Verification zur Fraud-Vermeidung beim programmatischen Mediaeinkauf) kundenindividuell und bedarfsgerecht steuerbar in die Gesamtlösung integriert werden.

Neben einer hohen Konfigurationsflexibilität bietet die individuell für Telefónica aufgesetzte ADITION Lösung eine innovative Multi-Brand- und Multi-Agency-Konzeption. Mit ihr können über ein ausgeklügeltes Rechtesystem, das der jeweiligen Agentur ein vollständig autonomes Management ihrer Kampagnenverantwortlichkeiten ermöglicht, für sämtliche Marken des Mobilfunkanbieters sowohl Branding- wie auch Performance-Kampagnen und das Affiliate Marketing aus einer Lösung heraus integriert gesteuert werden.

Stefan B. Müller, Senior Vice President Sales ADITION technologies AG, erklärt: „Wir freuen uns sehr, dass wir Telefónica von der Leistungsstärke der ADITION Digital Marketing Enterprise Platform überzeugen konnten. Damit können wir unsere Position auch im Advertiser-Segment weiter ausbauen.“

Roland Dömges, Head of Online Sales bei Telefónica in Deutschland: „Ein markenübergreifendes, integriertes Digitalmarketing hat bei Telefónica einen sehr hohen

Stellenwert. Durch die Zusammenarbeit mit ADITION technologies verknüpfen wir Branding- und Sales- sowie Eigen- und Fremdmedia kundenorientiert miteinander und können so unser Customer-Value-Management nachhaltig optimieren.“

Über ADITION

ADITION technologies ist der führende europäische Anbieter für passgenaue Unified-Ad-serving-Lösungen für Werbetreibende, Agenturen und Publisher. Der ADITION AdServer vereint das komplexe Ökosystem des digitalen Marketings über alle Kanäle in einer zentralen Enterprise-Marketing-Plattform für maximale Marketing- und Vermarktungseffizienz. Als unabhängiges und neutrales Technologieunternehmen im Verbund der virtual minds Gruppe unterstützt ADITION einen internationalen Kundenkreis, zu dem u.a. 1&1, Otto, Payback, Performance Media, Plan.Net, redblue (Media Markt, Saturn), Sixt, Spiegel-QC, swisscom und Telefónica zählen, bei der Umsetzung seiner Digitalstrategie.

Pressekontakt

< elias communications >

Nadja Elias
Telefon: +49 (0)89 15890306
E-Mail: presse@adition.com

ADITION technologies AG

Michael Schleusner
Telefon: +49 (0)211 987400 30
E-Mail: presse@adition.com