

PRESSEMITTEILUNG

Neue Vermarktungsansätze

SevenOne AdFactory entwickelt eigene Content Plattformen für verschiedene Communities of Interest / Erster erfolgreicher Launch: Schlappohr.de / Relaunch von Advopedia.de

Unterföhring, 26. Juni 2017. Die zur ProSiebenSat.1 gehörenden Experten für integrierte Kampagnen und crossmediales Storytelling der SevenOne AdFactory starten ab sofort die Entwicklung von eigenen Content Plattformen. Erster erfolgreicher Launch ist das Portal Schlappohr.de, das die Zielgruppe der Haustierbesitzer und Tierliebhaber anspricht. Die Plattform hat seit ihrem Start Anfang 2017 eine Reichweite von rund 450.000 Unique Usern pro Monat aufbauen können. Ein weiteres Projekt ist Advopedia.de, eine Plattform für Recht und Rechtsprechung, die in Zusammenarbeit mit dem bekannten Anwalt Ingo Lenßen komplexe juristische Sachverhalte auf leicht verständliche Art erklärt und die durch das Redaktions-Team der SevenOne AdFactory im Hinblick auf eine verbesserte Vermarktbarkeit einem Relaunch unterzogen wurde. Die Entwicklung weiterer Special Interest-Produkte ist in Arbeit.

Neben der Gestaltung der Inhalte im Web sorgt die Redaktion der SevenOne AdFactory auch in weiteren Kanälen wie Social Media, TV oder auch Digital-out-of-Home (DOOH) für die Verbreitung des jeweiligen Contents. Die Vermarktung übernimmt in bewährter Weise die Sales-Abteilung der SevenOne AdFactory und bietet Werbekunden qualitativ hochwertige Umfeldler sowie zusätzliche Kanäle, um die betreffende Special Interest-Zielgruppe zu erreichen. Neben der klassischen Möglichkeit, Werbeflächen in bestehenden Content-Plattformen zu buchen, können Werbekunden auch die Erstellung komplett eigener, maßgeschneiderter in Auftrag geben.

Eun-Kyung Park, Geschäftsführerin Sales SevenOne AdFactory: „Wir bauen unsere digitalen Content-Plattformen mit dem geballten Know-how der SevenOne AdFactory-Redaktion und allen Möglichkeiten der vernetzten Vermarktung bei ProSiebenSat.1 auf. Damit machen wir dem Werbemarkt ein einzigartiges neues Angebot, das neben Reichweite auch Umfeldqualität garantiert.“

Über Schlappohr.de:

Die Anfang 2017 ins Leben gerufene Content Brand spricht die Zielgruppe der Haustierbesitzer & Tierliebhaber über die eigene Plattform sowie Social Media, TV und DOOH an. Nutzer finden darin neben der Beratung zu Unterhalt und Pflege auch Snack-Content zum Alltag mit Haustieren. Im Mai 2017 hatte die Website 450.000 Unique User sowie 750.000

Visits – auf Facebook erreicht schlappohr.de 150.000 Fans und eine durchschnittliche Beitragsreichweite pro Woche von 1,5 Mio.

Über Advopedia.de:

In Zusammenarbeit mit dem bekannten Anwalt Ingo Lenßen erklärt Advopedia.de komplexe juristische Sachverhalte auf leicht verständliche Art und bietet neben News zu aktuellen rechtlichen Fragen auch Video-Clips und praktische Services – etwa eine Anwaltssuche und Musterbriefe zum kostenlosen Download. Im Mai erreichte Advopedia.de 210.000 Unique User und 9.000 Fans auf Facebook sowie darüber hinaus 200.000 Fans über die Fanpage von Ingo Lenßen.

ProSiebenSat.1 Media SE
Ansprechpartner:

Konzernkommunikation Sales
Kerstin Bauer
Tel. +49 [89] 95 07 - 1133
Fax +49 [89] 95 07 - 91133
Mail: Kerstin.Bauer@ProSiebenSat1.com

Marcus Prosch
Tel. +49 [89] 95 07 - 8920
Fax +49 [89] 95 07 - 98920
Mail: Marcus.Prosch@ProSiebenSat1.com