



6

JvM oder das Warten
auf den Big Bang

19
2016

KONTAKTER

10

Pitch-Navigator:
Euronics und Jim Beam

27

Glomex liefert Videos
für Publisher



„Bild“ und Telekom sind bereits Partner von Glomex

Premium-Content für Publisher

ProSiebenSat.1 startet Glomex, eine Plattform für Videoinhalte. Beworben wird das Angebot von der Kreativagentur LLR

Der Bedarf an Bewegtbild wächst rasant. Kein Medienhaus kommt mehr ohne aus. Genau da setzt The Global Media Exchange, kurz Glomex, an, eine neue Marke der ProSiebenSat.1-Gruppe. Es handelt sich dabei um eine neuartige Plattform für den Handel mit Premium-Videoinhalten.

Zum Start wurden bereits gut 20 Kooperationen mit Anbietern geschlossen, darunter *Bild* und Deutsche Telekom. Aus dem internationalen Videogeschäft sind Netinfo und Nova (Bulgarien) sowie Phaistos Networks (Griechenland) mit dabei. Weitere Partnerschaften sollen folgen. Geschäftsführer sind Michael Jaschke (CEO) und Arnd Mückenberger (CFO), die zudem Geschäftsführer der Schwesterfirma ProSiebenSat.1 bleiben.

Glomex wendet sich an viele Zielgruppen – vom großen digitalen Publisher über hochspezialisierte Apps bis hin zu sogenannten Content Owners (Li-

zenzgeber digitaler Videoinhalte). Michael Jaschke: „Wir arbeiten mit Hochdruck daran, einen Marktplatz aufzubauen, der es allen Marktteilnehmern ermöglicht, Videos kostengünstig als wesentlichen Umsatztreiber für ihre Websites und Apps aufzunehmen.“

Zur Dmexco ist Glomex mit einer großen Launchkampagne für das Fachpublikum gestartet. Leitidee und Umsetzung der Kampagne stammen aus der Feder der Hamburger Kreativagentur LLR, die sich im Rahmen eines Pitches um den Etat durchsetzen konnte. Zum Auftakt sind ein 60-sekündiger Imagefilm sowie ein Produkt- und ein Erklärvideo entstanden, die auf der Website zu sehen sind. Plakate, digitale Bewegtbildflächen und verschiedene Aktionen rund um die Dmexco rundeten das Paket zum Launch ab. Der Claim zum neuen Angebot: „When Content is King, Glomex is Your Kingdom“._ph

Google ändert die Regeln für Adwords

Viele Keywords erhalten keinen Qualitätsfaktor mehr

Google weist für Keywords mit wenigen Impressions und niedrigen Klickraten künftig keinen Qualitätsfaktor (QF) mehr aus. In der Vergangenheit erhielten Konten mit geringen und somit unzuverlässigen Datenmengen einen durchschnittlichen Standardwert zugeteilt, nun wird der Standard QF 6 auf QF 0 gesetzt.

Welche Auswirkungen haben diese Änderungen auf Keyword-Inhaber und Werbungtreibende? „Es wird zukünftig deutlich leichter sein, den tatsächlichen durchschnittlichen QF eines gesamten Kontos zu errechnen“, sagt Bernd Stieber, Geschäftsführer der Münchner Online-marketing-Agentur Netzeffekt. Schwächere Konten erhalten dagegen künftig bei der Berechnung ein schlechteres Ergebnis und profitieren bei der Berechnung nicht mehr vom Standard QF 6. „Erfolgreiche Konten profitieren andererseits von dem Wegfall, da der durchschnittliche Konto-QF besser sein wird“, sagt Stieber. Zudem lässt sich nun schneller feststellen, bei welchen Keywords eine Optimierung nur wenig oder überhaupt keinen Sinn mehr macht._st