

6

Zoja Paskaljevic über die Revolution bei Dentsu Aegis

Ein Jahr nach seinem Antritt hat der neue CEO viel erreicht. Die Gruppe ist digitaler, neue Strukturen wurden geschaffen. Doch die Transformation soll weitergehen

INSIGHTS



Das König der Biere sucht neue Leadagentur · 9

Etathalter Heimat tritt wohl nicht zum Pitch an

Krimi-Magazin geht an den Start · 9

Panini launcht ein Heft, das die Lust am Verbrechen bedient

JvM-Tochter Netzeffekt kooperiert mit Adatics · 16

Die beiden Unternehmen möchten die Mediaplanung ihrer Kunden optimieren

AOL startet in Deutschland neu durch · 17

Der US-Riese investiert wieder stärker in Inhalte und pusht seine Werbetechnik

Porträt IXDS · 20

Die Berliner Design-Experten verstehen sich weniger als Agentur denn als Innovationsschmiede



Wege aus der Werbeblocker-Falle · 26

Die Adblocker-Programme sind für viele Publisher existenzbedrohend



KONTAKTER

6

2016

RESSOURCEN

10

Pitch-Navigator

14

Etatwechsel

18

Kampagnenstarts

21

Branchenzahlen

Parfüm

22

Kennzahlen

24

Schreibtischwechsel

28

Top Produktspendings

RUBRIKEN

Erstkontakt · 4

Pro & Contra · 12

Soll man als Agenturchef auf Facebook posten?



Ausblick · 34

Der Arbeitsplatz von LGG-Chef Christoph Bornschein befindet sich meist über den Wolken

Impressum · 31

KONTAKT

Fragen an die Redaktion

Tel. 089/21 83-7009

chefredaktion@wuv.de

Abonnenten-Service

Tel. 061 23/92 38-203

wuv@vuservice.de

Von Neuem verliert Kogründer Mario Frank

Berliner Agentur holt Kunden als neuen Investor an Bord

Im Sommer 2012 gründete der mehrfache Buchautor und ehemalige Spiegel-Geschäftsführer Mario Frank gemeinsam mit dem Digital- und Strategie-Fachman Wolfgang Hünnekens die Agentur Von Neuem. Inzwischen hat Frank die Berliner Firma wieder verlassen, wie Hünnekens gegenüber dem Kontakter bestätigt. Zuvor hatte sein Ex-Partner die Anteile an der Agentur zurück verkauft.

Wolfgang Hünnekens, von 2013 bis Ende 2015 auch Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von Ideers Consulting, hat einen Ersatz gefunden. Als neuer Teilhaber stieg der Einrichtungspartnerring ein, ein Kunde der Agentur. Er hält nun mehr als 25 Prozent und stellt mit Frank Stratmann auch einen zweiten Geschäftsführer.

Von Neuem betreut unter anderem die Berliner Sparkasse, die Eisenbahn- und Verkehrsgewerkschaft (EVG) und mit dem Einrichtungspartnerring einen der großen Einkaufsverbände im europäischen Möbelhandel. Zudem ist Von Neuem Leadagentur des Bundesligaverbands Hertha BSC Berlin. [mw/ph](#)



Blieb nur zwei Jahre lang auf Agenturseite: Ex-Spiegel-Manager Mario Frank

Datenbasierte Optimierung des Mediaplans auf Knopfdruck

Die JvM-Tochter Netzeffekt und der Technologieanbieter Adatics kooperieren

Die Münchner Performance-Marketingagentur und Jung-von-Matt-Tochter Netzeffekt kooperiert mit dem Düsseldorfer Technologieanbieter Adatics, um die Mediaplanung ihrer Kunden zu optimieren. Dazu verwendet Netzeffekt das gleichnamige Tool von Adatics, mit dem sich Customer Journey-, TV-, CRM-, Cross-Device- und Budget-Daten erfassen, auswerten und per Knopfdruck nutzen lassen. „Über eine offene Schnittstelle verknüpfen Netzeffekt und Adatics ihre Daten und errechnen daraus ein kundenindividuelles Attributionssystem sowie eine effiziente Budget-Verteilung auf die verschiedenen Werbepplatzierungen“, sagt Werner Kubitscheck, Geschäftsführer von Netzeffekt.

Für die Integration von TV-Touchpoints wird der Effekt aus bestimmten Traffic-Quellen wie etwa einer markenbezogenen Suche sowie Direct Traffic berücksichtigt. Dabei bestimmt der Algorithmus, welche Touchpoints tatsächlich TV-induziert waren. Für die Ermittlung der Effekte über mehrere Endgeräte hinweg greift Adatics auf Daten von Multi-Channel-Tracking-Systemen sowie Daten von Google und Facebook zurück. Auch die Integration weiterer Offline-Maßnahmen wie etwa Katalogversand oder Brief-Mailings ist mit dem Adatics-Tool möglich.

Kubitscheck: „Der Markt diskutiert momentan heftiger denn je über die Leistung von Marketing- und Mediaagenturen.“ Zudem sei die Datenlage im Marketing so komplex geworden, dass die Optimierung nur noch maschinell zu gewährleisten sei. In der kurzen Startphase verzeichnete Netzeffekt durch die optimierte Budgetaussteuerung Effizienzsteigerungen im hohen einstelligen Prozentbereich. Das Unternehmen betreut mit seinen aktuell 51 Mitarbeitern namhafte Kunden wie die DKB, Miles and More Kreditkarten, Sony Music oder Avon. Für Adatics ist Netzeffekt die erste Agentur, mit der man zusammenarbeitet. Laut Johann Hermann, Geschäftsführer von Adatics, verspricht sich sein Unternehmen von der Kooperation ein Alleinstellungsmerkmal in künftigen Pitches. Die bisherigen Ergebnisse der Kooperation liefern dafür handfeste Argumente. **_st**



Johann Hermann von Adatics sieht die Kooperation als guten Startpunkt für künftige Projekte