

## PRESSEMITTEILUNG

### Ströer bündelt digitalen Markenauftritt unter einem Dach

- **Ströer vermarktet Produkte übergreifend über das gesamte digitale Portfolio**
- **Gemeinsamer Marktangang von Ströer Digital, InteractiveMedia und OMS**

Köln, 13. September 2016                      Ströer hat den Marktauftritt, die Produkte und die Technologie von InteractiveMedia, OMS und Ströer Digital vereinheitlicht und stellt auf der dmexco die ersten übergreifenden Angebote über alle drei Vermarkter hinweg vor. Technologisch hat das Multi-Channel-Medienhaus damit den ONE Plattform Gedanken erfolgreich auf den Weg gebracht und neue Portfolio übergreifende Produkte entwickelt, die für Qualität, Viewability und Innovation stehen. Mit dem „Homepage Roadblock“ und den „First Contact Produkten“ zum Beispiel wurden Kommunikationslösungen geschaffen, die das Potential von Portfolio, Reichweite und Technologie heben. Hierfür wurde an der Standardisierung von Produkten mit hoher Viewability gearbeitet und ein einheitliches Targeting für das gesamte Portfolio zur Verfügung gestellt. Das Mobile-Inventar wurde ebenfalls zu einem gemeinsamen Angebot gebündelt und bietet passgenaue Premium-Reichweiten und Möglichkeiten zur individualisierten Kundenansprache.

**„In der digitalen Vermarktung ist es uns gelungen, gemeinsam den Markt zu adressieren – aus drei Vermarktern – InteractiveMedia, OMS und Ströer Digital – wird eine Vermarktungsorganisation. Im Aussteller-Verzeichnis der dmexco werden Sie die einzelnen Namen der verschiedenen Vermarkter nicht mehr finden“, sagt Christopher Kaiser, CEO der Ströer Digital Group. „Wir wollen als reichweitenstärkster deutscher Digitalvermarkter eine koordinierte Kundenbetreuung sicherstellen. Dazu gehören auch neue einheitliche Portfolio übergreifende Produkte, die für Qualität, Viewability und Innovation stehen.“**

Eine weitere Neuerung: adscale tritt ab sofort unter dem Namen „Ströer SSP“ auf. Die Supply-Side-Plattform von Ströer bildet Display, Video und Mobile-Inventare und gängige Sonderformate wie Pop-Under und Mobile Interstitial programmatisch ab.

Sowohl eigene redaktionelle Angebote wie T-Online, Giga.de oder Kino.de als auch externe Publisher nutzen die von Ströer entwickelte Supply-Side-Technologie.

Auch im Bereich digitale Außenwerbung geht der Trend hin zum programmatischen Buchen. Ströer treibt die Automatisierung in diesem Bereich weiter voran. Mit der Anbindung des Public Video-Netzwerks an einen Adserver, der Umstellung auf Ayuda und der Expertise im Bereich Targeting hat Ströer die Voraussetzungen für einen programmatischen Mediahandel in der digitalisierten Außenwerbung geschaffen. Die Werbezeiten der 3.800 mit Bewegtbild bespielbaren Screens im öffentlichen Raum werden im Laufe des ersten Quartals 2017 auch automatisiert gehandelt. Ströer hat dafür ein neues Playoutsystem etabliert, ein neues Mediasystem implementiert und daraus eine SSP-Schnittstelle entwickelt.

**„Wir haben in den vergangenen Wochen erste programmatische digitalisierte OOH Kampagnen umgesetzt, was zeigt, dass wir über eine Testphase längst hinaus sind. Was früher in Handarbeit gemacht wurde kann jetzt über Technologie automatisiert und individualisiert werden“, erklärt Christian von den Brincken, Geschäftsführer Business Development bei Ströer. „Werbungtreibende müssen ihre TV- und Online-Kampagnen in Außenwerbung verlängern. So erreichen sie einen deutlich höheren Return on Investment.“**

Christian von den Brincken ist mit dem genannten Thema auf einem Seminar auf der dmexco vertreten: *„Programmatic Broadcast beyond Online - Opportunities with the Ströer Public Video Ayuda SSP“* am 14.09.2016 um 14:00 Uhr in Raum 6. Zudem nimmt er ebenfalls am 14.09.2016 um 11:00 Uhr in der Debate Hall am Panel *„The Outernet - Connecting everything everywhere“* teil.

Das übergreifende Angebot findet sich ab sofort auch im Netz auf einer gemeinsamen Plattform wieder: [www.stroeer.de](http://www.stroeer.de) vereint nun Außen- und Onlinewerbung und bildet das gesamte Portfolio der Ströer Gruppe ab. Neben den Vermarktungseinheiten Außenwerbung und Digitale Werbung findet sich dort auch die neue Kategorie „Konvergenz & Konzepte“. Hier präsentiert Ströer medienübergreifende Werbemöglichkeiten.

*Wir freuen uns auf Ihren Besuch an unserem Ströer-Stand in Halle 8/C021 D028.*

## Über Ströer

Die Ströer SE & Co. KGaA ist ein führendes digitales Multi-Channel-Medienhaus und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit in Europa auf dem Gebiet der digitalen Medien zukunftsweisende Maßstäbe in Innovation und Qualität und eröffnet Werbungtreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache.

Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Werbeträger im Bereich "Out of Home". Sie beschäftigt rund 4.100 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Im Geschäftsjahr 2015 hat die Ströer SE einen Umsatz in Höhe von 824 Millionen Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.stroeer.com](http://www.stroeer.com).

## Pressekontakt

Marc Sausen  
Ströer SE & Co. KGaA  
Leiter der Konzern-Kommunikation  
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-246  
Fax: 02236 / 96 45-6246  
E-Mail: [presse@stroeer.de](mailto:presse@stroeer.de)

## Investor Relations Kontakt

Dafne Sanac  
Ströer SE & Co. KGaA  
Head of Investor & Credit Relations  
Ströer-Allee 1 · 50999 Köln  
Telefon 0049 2236 96 45 - 356  
Mobile 0049 173 542 51 59  
Fax 0049 2236 96 45 - 6356  
E-Mail [dsanac@stroeer.de](mailto:dsanac@stroeer.de)

## Disclaimer

Diese Pressemitteilung enthält "zukunftsgerichtete Aussagen" bezüglich der Ströer SE & Co. KGaA ("Ströer") oder der Ströer Gruppe, einschließlich Beurteilungen, Schätzungen und Prognosen im Hinblick auf die Finanzlage, die Geschäftsstrategie, die Pläne und Ziele des Managements und die künftigen Geschäftstätigkeiten von Ströer bzw. der Ströer Gruppe. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis von Ströer bzw. der Ströer Gruppe wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. Diese zukunftsgerichteten Aussagen werden zum Datum dieser Pressemitteilung gemacht und basieren auf zahlreichen Annahmen, die sich auch als unzutreffend erweisen können. Ströer gibt keine Zusicherung ab und übernimmt keine Haftung im Hinblick auf die sachgerechte Darstellung, Vollständigkeit, Korrektheit, Angemessenheit oder Genauigkeit der hierin enthaltenen Informationen und Beurteilungen. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen können ohne jedwede Benachrichtigung geändert werden. Sie können unvollständig oder verkürzt sein und enthalten möglicherweise nicht alle wesentlichen Informationen in Bezug auf Ströer oder die Ströer Gruppe. Ströer übernimmt keinerlei Verpflichtung, die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder anderen Informationen öffentlich zu aktualisieren oder anzupassen, weder aufgrund von neuen Informationen, zukünftigen Ereignissen oder aus anderen Gründen.