

PRESSEMITTEILUNG

The Reach Group
Agentur für userzentriertes Performance Marketing

Onlinemarketing-Pionier Borussia Dortmund vertraut auf The Reach Group

- BVB ist erster Bundesligist, der in dieser Form in das Online- und Affiliate-Marketing einsteigt
- Aufbau von Vertriebspartner-Netzwerk
- Im Fokus: Display, Retargeting, Loyalty-Partnerschaften, Content-Websites und -Blogs

Berlin/Dortmund. 1.10.2015. Der Fußballverein Borussia Dortmund beauftragt den Performance-Spezialisten The Reach Group mit der ersten deutschlandweiten Onlinemarketing-Kampagne für einen Bundesligisten. Mit dem Ziel, die Marke des Clubs zu stärken und Fans enger an den offiziellen Fanshop zu binden sowie den Umsatz zu erhöhen, baut The Reach Group ein breites Vertriebspartner-Netzwerk für den Kunden auf. Im Fokus stehen die Marketingkanäle Display, Retargeting und Loyalty-Partnerschaften sowie Content-Websites und -Blogs. Das Vertriebspartnernetzwerk wird passgenau für die adressierte Zielgruppe über die Marketingkanäle generiert. Per userzentriertem Performance Marketing fokussiert die Kampagne konsequent auf Userbedürfnisse und -verhalten.

„Der BVB ist der Onlinemarketing-Pionier unter den deutschen Fußballclubs und verlängert seine Marketingstrategie mit der aktuellen Kampagne glaubwürdig in das Internet“, sagt Holger Brandt, Managing Partner bei The Reach Group. „Gerade Content-Websites wie 11freunde.de sowie regionale Stadt- und Fußballportale wie ruhrnachrichten.de oder westline.de bieten eine gute Verbindung von lokaler Verankerung, emotionalem Markenwert und Reichweite, und eignen sich deshalb perfekt für die definierten Mitglieder der Zielgruppe.“ Besonders wichtig war Carsten Cramer, Geschäftsführer der BVB Merchandising GmbH, dass die starke Marke online zielgerichtet gestärkt wird. „Der Weg über eine Performance-Kampagne mit Schwerpunkt auf Affiliate-Maßnahmen war für uns genau das Richtige, da wir emotional hochaufgeladene Produkte dem Fan so immer im passenden Content-Umfeld präsentieren können“, sagt Carsten Cramer.



Über das Unternehmen

The Reach Group bietet kanalübergreifendes, userzentriertes Performance Marketing sowie eine intelligent genutzte Reichweite und austarierete Technologie entlang der gesamten Customer Journey. Kampagnen werden für Werbetreibende aus den Bereichen E-Commerce und Medien sowie für Agenturen, in allen digitalen Kanälen auf detaillierte Nutzermodelle hin optimiert. Das Produktportfolio setzt sich aus den Kernbereichen Performance Marketing, Relations sowie Media und Brand zusammen. Den Hauptsitz hat The Reach Group in Berlin. Weitere Standorte gibt es in Düsseldorf, London, Zürich und Wien. Zu den prominentesten Kunden gehören Postbank, UnityMediaKabelBW, Butlers, Barmenia, ThyssenKrupp, DriveNow, Congstar und die Deutsche Bahn.

Die etablierten Performance-Spezialanbieter Ad-Cons, Netlead, PR - Popularity Reference und Redvertisement fusionierten 2015 zum Unternehmen The Reach Group. Die Gründer haben jeden der Fachbereiche von der Pike auf bis heute vorangetrieben und entwickelt. The Reach Group ist Mitglied im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW).

Weitere Informationen unter www.reachgroup.com

Pressekontakt

Andrea Petzenhammer
Agentur Frische Fische
F +49 30 62901174
E ap@frische-fische.com

Unternehmenskontakt

Holger Brandt
Managing Partner
The Reach Group GmbH
F +49 211 563843 21
E hbr@reachgroup.com

www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup