

Spree7 holt Viktor Zawadzki in die Geschäftsleitung

Zawadzki baut als Vice President Product Management & Business Development exklusive Inventar- und Datenpartnerschaften aus.

Berlin, den 24.04.2013 – Spree7 (www.spree7.com), der Trading-Desk-Service für die effiziente Steuerung digitaler Werbung in Echtzeit, bestellt Viktor Zawadzki zum Vice President Product Management & Business Development. Zawadzki verantwortet in der neu geschaffenen Position die Produktentwicklung des Realtime-Advertising-Spezialisten, sowie den Ausbau der Inventar- und Datenpartnerschaften. Als Mitglied der Geschäftsleitung berichtet Zawadzki direkt an Managing Director Oliver Busch.

Schwerpunkt seiner Tätigkeit ist zunächst die DACH-Region, wo Spree7 bestehende Exklusivpartnerschaften weiter ausbaut und neue Daten- und Inventarpotentiale erschließt. Spree7 ist derzeit für Agenturpartner überwiegend in Europa aber auch in Asien und den USA aktiv. Durch die automatisierte, datenbasierte Auswahl digitaler Werbeplätze schafft das Unternehmen eine höhere Effizienz für Branding- und Performance-Kampagnen.

Zawadzki kommt aus dem Umfeld des Inkubators Rocket Internet, wo er als Head of Display Marketing and Cooperations die Bereiche Display, Real-Time Bidding (RTB), Facebook, Mobile, Remarketing und Online-Kooperationen für die Portale eDarling und SHOPAMAN verantwortete. Zuvor war der 31-jährige langjährig in ähnlicher Funktion für Jamba! tätig.

„Um im Real-Time Advertising zu internationalen Standards aufzuschließen, ist die Schaffung einer besseren Datenlage in der DACH-Region eine der Kernaufgaben, in denen die gesamte Branche derzeit Hausaufgaben erledigen muss. Spree7 geht auf diesem Gebiet voran. Viktor Zawadzki wird für uns und unsere Kunden den Aufbau von Inventar- und Datenpartnerschaften merklich beschleunigen und neue Lösungsansätze schaffen“, sagt Oliver Busch, Managing Director von Spree7.

Über Spree7

Spree7 ist ein Trading-Desk-Service, der Agenturen und Werbetreibenden eine höhere Effizienz in der Steuerung digitaler Medien ermöglicht. Ein spezialisiertes Team aus Beratern und Analysten sowie Tracking-, Data- und Schnittstellenexperten konzipieren, programmieren und managen Kampagnen granularer, als es bislang realisierbar war. Das ermöglichen der Einsatz einer auf dem Weltmarkt führenden Real-Time-Advertising-Technologie und Schnittstellen zu den wesentlichen Tool-, Daten- und Inventaranbietern. Bei voller Transparenz erweitern Agenturen mit Spree7 ihr Leistungsportfolio und eröffnen Werbetreibenden eine neue Welt an Möglichkeiten für die kreative Aussteuerung ihrer Brand- und Performancekampagnen.

Die Spree7 GmbH ist eine Partnerschaft zwischen der Schweizer PubliGroupe AG und dem amerikanischen Real-Time-Advertising-Pionier MediaMath. Weitere Informationen finden Sie auf www.spree7.com.

Pressekontakt:
Marietta Dräger
Agentur Frische Fische
Tel.: +49 30 629 011 73
E-Mail: marietta.draeger@frische-fische.com

Über PubliGroupe

PubliGroupe ist eine Gruppe von führenden Anbietern von Marketing- und Medienverkaufsdienstleistungen mit Sitz in der Schweiz. Das Unternehmen bietet ihren Kunden ein breites Dienstleistungsangebot an: es erlaubt einerseits Werbetreibenden, ihre Marketingausgaben effektiver zu gestalten und andererseits Medienunternehmen ihre Reichweite erfolgreicher zu vermarkten.

Als performance-orientierte Full-Service-Anbieterin setzt PubliGroupe modernste Datenverarbeitungs-Tools und Informationstechnologien ein mit dem Ziel, die Marketingprozesse für ihre Kunden effizienter zu machen - sowohl in traditionellen als auch in digitalen Medien. Das Unternehmen ist in drei kunden-orientierte Geschäftssegmente gegliedert: 'Media Sales', 'Search & Find' und 'Digital & Marketing Services'. Jedes Segment zeichnet unternehmerisch für seine eigenen Gewinne und langfristige Performance verantwortlich. Die PubliGroupe Holding ist an der Schweizer Börse SIX (PUBN) kotiert. Weitere Informationen finden Sie auf www.publigroupe.com.

Über MediaMath

MediaMath, mit Sitz in New York, wurde im Jahre 2007 gegründet und ist der führende Anbieter im Bereich Demand-Side Plattform (DSP). Das Unternehmen kauft für Dutzende von erstrangigen Agenturen, einschließlich aller großen Agentur-Holdingsgesellschaften, monatlich Milliarden von sehr zielorientierten Anzeigen ein. Die großen Markennamen umfassen American Express, Kelloggs, Prudential und Kayak.

Die Einkaufsplattform von MediaMath, "TerminalOne", bietet Werbeagenturen und Marken zum effektiven Handel über alle führenden digitalen Werbewege die Technologie und eine technische Abwicklung von Bürovorgängen. Sie umfasst eine gemeinsame Schnittstelle und einen gemeinsamen Arbeitsablauf, ein Daten-Schichtmanagement, das Vermarkter- und Daten Dritter einbindet, durchdachte Algorithmen und Gebotsoptimierung sowie tiefe Einbindungen Tausender erstklassiger Herausgeber und Beschaffungsaggregatoren.

Im 4. Quartal 2011 kürte die Publikation AdAge MediaMath zum Gewinner des ersten Forrester Research DSP Wave Reports.
<http://www.mediamath.com/solutions/forresterwave/>

MediaMath ist ein weltweites Unternehmen mit zusätzlichen Büros in London, Boston, Chicago, Los Angeles und San Francisco. Weitere Informationen finden Sie auf www.mediamath.com.