

Pressemitteilung

FLAP.ONE, das Programmatic Sales House der Traffactive, baut mit Hamburger Morgenpost und Mittelbayerischer Zeitung das Portfolio weiter aus

München, 20.12.2022 – FLAP.ONE, das Sales House der Traffactive GmbH, bietet exklusiv zwei weitere große regionale Medienmarken an. Mit der Hamburger Morgenpost und der Mittelbayerischen Zeitung ist FLAP.ONE das Sales House mit der größten aggregierten Reichweite von regionalen Tageszeitungsmarken. Insgesamt hat FLAP.ONE seit Juni diesen Jahres 16 Domains für die exklusive Vermarktung gewinnen können und wächst nun auf ein Angebot von mehr als 300 Domains an. FLAP.ONE bietet den Advertisern so eine Reichweite von mehr als 40 Millionen Unique Usern pro Monat. Diese ist vergleichbar mit der regionalen Stärke des in der Branche ehemals bekannten OMS-Verlagsnetzwerks. Viele der führenden Stadt- und Lokalmedien befinden sich mittlerweile im Portfolio der FLAP.ONE.

„Mit der FLAP.ONE aggregieren wir Medienmarken, Classifieds und Special Interest-Angebote bei einem Vermarkter und garantieren Advertisern und Agenturen eine hohe Reichweite in einzelnen Regionen sowie in der Breite auf nationaler Ebene in Brand Safety-Umfeldern zum bestmöglichen Pricing“, so Robert Herrmann, Chief Revenue Officer bei FLAP.ONE. „Zusätzlich zu unserem bestehenden Tageszeitungs-Portfolio haben wir mit der Hamburger Morgenpost im Norden und der Mittelbayerischen Zeitung im Süden eine enorme Schlagkraft im DACH-Raum, um Agenturen und Advertisern direkten Zugriff auf diese Medien zu geben. Wer früher das OMS-Verlagsnetzwerk auf dem Zettel hatte, muss jetzt FLAP.ONE auf dem Radar haben“, so Herrmann weiter.

Direkter und transparenter Zugriff für Advertiser

Das Angebot von FLAP.ONE wendet sich direkt an Werbekunden und Agenturen und bietet transparente und effiziente programmatische Werbeaussteuerung für alle digitalen Werbeformen in den markensicheren und exklusiv vermarkteten Umfeldern des Publisher-Portfolios der Traffactive GmbH. FLAP.ONE versteht sich als „Best Partner“ in Sachen effizienter programmatischer Mediaeinkauf und bietet mit Display-, Native-, Video- und Sonderwerbeformen eine Vielfalt in durchweg Brand Safety-Umfeldern. Werbekunden erhalten über FLAP.ONE direkten und exklusiven Zugriff auf mehr als 300 Publisher-Seiten und profitieren von einem kurzen „Supply Path“ bei der Buchung und Auslieferung der Ads, da FLAP.ONE der Direktvermarkter ist.

„Wir haben uns für die Zusammenarbeit mit Traffactive entschieden, weil kein vergleichbarer Anbieter uns diese Flexibilität, Transparenz und den allumfassenden Plattformansatz zur bestmöglichen Monetarisierung ermöglicht. Mit der Plattform managen wir alle digitalen Vermarktungsthemen zentral und können alles individuell auf unsere Bedürfnisse zuschneiden“, erklärt Felix Herkenrath, Director Partnerships & Digital Business bei der Hamburger Morgenpost. „Uns als lokalem Medienhaus hilft es, wenn Traffactive mit dem eigenen Sales House FLAP.ONE auf nationaler Ebene agiert und wir dadurch von den nationalen Budget-Töpfen partizipieren“, sagt Herkenrath weiter.

Über FLAP.ONE

Das Sales House für Programmatic Advertising steht mit seinem Claim „Progressive Advertising“ für richtungsweisende und zukunftsorientierte Werbelösungen in einer sich permanent ändernden digitalen Welt. FLAP.ONE wendet sich direkt an Werbekunden und Agenturen und bietet transparente und effiziente programmatische Werbeaussteuerung für (alle) digitalen Werbeformen in den markensicheren und exklusiv vermarkteten Umfeldern des hochwertigen Publisher-Portfolios von Traffactive. Das Sales House wurde 2020 gegründet und hat seinen Sitz in München. FLAP.ONE ist Part of Traffactive und dadurch Mitglied im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.

Mehr Informationen unter: www.flap.one