

ReTargeting-Spezialist mit neuem Geschäftsmodell und Namen: Aus newtention media sales wird adbalance

Hamburg, 10.03.2008

Der zur newtention-Gruppe gehörende ReTargeting-Spezialist, newtention media sales, heißt ab sofort adbalance (www.adbalance.de). Das Unternehmen stellt damit den Wandel vom Spezialvermarkter zum Werbenetzwerk dar und präsentiert in diesem Zuge neue Produkte. Die Kunden der adbalance können nun neben den TKP-basierten ReTargeting-Angeboten auch Performance-basierte CPX-Kampagnen buchen.

Als newtention 2003 mit ReTargeting-Angeboten auf Werbetreibende zugeht, gehörte das Unternehmen zu den Targeting-Pionieren in Deutschland. Bereits 2006 gliederte newtention die Online-Vermarktung in die heutige adbalance aus, um sich auf das Geschäft mit Entwicklung und Vertrieb von AdServern zu konzentrieren.

Der Grund, sich neu am Markt aufzustellen war, die steigende Nachfrage nach ergänzenden Angeboten um die ReTargeting-Produkte „Follow-Up“ und „Media-Up“ herum. adbalance hat sich dabei zum Ziel gesetzt die Tradition „First-Mover“ zu sein weiterzuführen und auch in Zukunft stetig für neue marktfähige Online-Marketing-Produkte zu sorgen. Hierfür greift der Geschäftsführende Gesellschafter Torsten Engelken auch weiterhin auf die AdServer-Technologie „n7“ von newtention zurück und betraut diese auch weiterhin mit der technischen Realisierung neuer Produktideen.

Eines der neuen Produkte von adbalance ist das AdTenzio-Programm, dieses bietet den Kunden die Möglichkeit Bild-/Textanzeigen auf Performance oder TKP-Basis im gesamten Werbenetzwerk zu schalten. „Die Skalierbarkeit im Online-Marketing spielt für den Markt eine immer größere Rolle. Deshalb bieten wir unseren Kunden jetzt auch ein umfassendes Produktportfolio, das sowohl ReTargeting-Lösungen als auch Performance-basierte Angebote umfasst“, so Torsten Engelken.

Das Werbenetzwerk für einen skalierbaren Marketing-Mix

Für Agenturen und Werbekunden werden Skalierbarkeit und Erfolg im Online-Business immer wichtiger. Konsequenterweise bildet die adbalance GmbH mit der Umfirmierung diese Weiterentwicklung der Marktbedürfnisse ab und hat sich in den letzten Monaten erfolgreich zu einem unabhängigen Werbenetzwerk entwickelt.

Werbekunden und Websitebetreibern werden jetzt neue Business- und Abrechnungsmodelle geboten, die optimal auf deren Kerninteressen zugeschnitten sind. So erweitert adbalance die Abrechnung mit Kunden und Partnern um attraktive Revenue-Share- und CPX-Modelle. Durch diese Öffnung konnten in kurzer Zeit neue Partnersites gewonnen werden, was die Reichweite des Netzwerkes deutlich erhöht hat. Die Kombination aus Produktinnovationen und Netzwerkerweiterung bietet den Kunden der adbalance neue Möglichkeiten im Online-Maßnahmen-Mix.

Ein Beispiel hierfür ist das neue AdTenzio-Programm: Werbekunden können hierüber Text oder auch Bild/Text-Anzeigen im gesamten Werbenetzwerk von adbalance schalten. Aktuell werden die AdTenzio-Anzeigen vorrangig zur Interessentengewinnung eingesetzt, also um qualifizierten Traffic auf die eigenen Seiten zu lenken. Für den Werbungtreiber ist es denkbar einfach: Er stellt lediglich Bild- und Textvarianten seines Angebotes zur Verfügung, adbalance liefert die Clicks. Die Abrechnungsmodelle richten sich nach den Zielen des

Kunden: So ist eine Abrechnung auf „Cost per Click“-Basis genau so möglich, wie nach dem Tausender-Kontakt-Preis-Modell. Auch Kombinationen mit den ReTargeting-Produkten Follow-Up und Media-Up sind im Angebot.

Doch nicht nur der Name und die strategische Ausrichtung haben sich geändert. Die komplette Neugestaltung des Unternehmensauftrittes und der Relaunch der Internetseite geben dem Unternehmen in der Außendarstellung ein völlig neues Gesicht. Das wichtigste sei jedoch, so Engelken, das unsere Kunden und Partner schnell von den Vorteilen der neuen Ausrichtung profitieren.

Über adbalance:

adbalance ist ein unabhängiges Werbenetzwerk mit einem Produktportfolio, das von Performance-basierten Angeboten bis hin zu ReTargeting-Produkten reicht. Vor seiner Gründung 2008, firmierte das adbalance als newtention media sales und bringt aus dieser Vergangenheit heraus mehr als 9 Jahre Know-How im Online-Werbemarkt mit. Dies gilt insbesondere für das Thema ReTargeting, bei dem adbalance zu den Pionieren in Deutschland zählt. Zu den Kunden von adbalance gehören sowohl Werbeagenturen als auch werbetreibenden Unternehmen, die von den leistungsstarken Optimierungstechnologien und der persönlichen Betreuung der Kampagnen profitieren. Websitebetreibern und Vermarktern bietet das Netzwerk attraktive und flexible Erlösmodelle, mit dem diese ihren Umsatz deutlich erhöhen können. adbalance steht für Skalierbarkeit im Online-Marketing und sieht sich als wertvolle Ergänzung zu den bewährten Online-Marketinginstrumenten. Die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Agenturen, werbetreibenden Unternehmen und Vermarktern steht deshalb stets im Fokus des Unternehmens!

Pressekontakt:

adbalance GmbH
Mario Gebers
Tel: 040-341066-60
Fax: 040-341066-11
E-Mail: m.gebers@adbalance.de

Mehr Informationen auch unter: www.adbalance.de