

PRESSEMITTEILUNG

KONTAKT:

Silke Trost, Telefon: 040 / 23642-133, E-Mail: Silke.Trost@nielsen.com

NIELSEN ERWEITERT SEINEN UMFASSENDEN WERBEKREATIONSSERVICE IN DEUTSCHLAND

Komplexe Onlinedaten ab sofort auch in Nielsen Media Software verfügbar

Hamburg, 18. Mai 2009 – Eine neue Ära läutet Nielsen in seinem Produktportfolio ein: Erstmals stehen den Nielsen-Kunden nun umfangreichste Online-Werbekreationen sowie die dazugehörigen AdImpressions aus dem Nielsen Online-Tool AdRelevance in der Nielsen Media Software WizzAd und AdAlert zur Verfügung. Damit kann dieses wichtige Medium in der gleichen Marktsicht wie die übrigen erfassten Medien und in einer Software integriert genutzt werden. Als besonderes Highlight stehen den Kunden die Schaltungsdaten und Kreationen bereits rückwirkend ab Anfang 2009 zur Verfügung. Dieses bedeutet eine Ausweitung der Kreationen von ca. 30.000 Motiven auf insgesamt 180.000 Motive für den Gesamtmarkt. Bereits im Zeitraum Januar bis April konnten ca. 50.000 zusätzliche Motive zugeordnet werden. Kunden sind somit in der Lage dank der täglich eingespielten Daten vollständige crossmediale Auswertungen in WizzAd in einer exzellenten Geschwindigkeit für den Gesamtmarkt vorzunehmen und diese mit der bewährten Qualität der Kreationen in AdAlert zu illustrieren.

„Wir sind hocheifrig unsere unternehmensübergreifenden Informationen mit diesem Schritt zu integrieren und unseren Kunden zur Verfügung stellen zu können. Erstmals können unsere Kunden auch die Online-Kreationen und AdImpressions in einer Software crossmedial analysieren. Das ist ein großer Durchbruch und sehr komfortabel für den Markt.“, so Ludger Wibbelt, Geschäftsführer der Nielsen Media Research GmbH.

Stefan Raum, VP Central Europe von Nielsen Online: „Die Integration der klassischen mit den Online-Werbedaten ist ein weiterer bedeutsamer Schritt unserer gemeinsamen Anstrengungen, Serviceleistungen anzubieten, die einen Mehrwert für unsere Kunden bieten. Daher ist es ein logischer Schritt zusätzlich neben AdRelevance die Online-Daten ebenfalls innerhalb AdAlert und



Wizzard darzustellen. Dies trägt zusätzlich der wachsenden Bedeutung von Online-Werbung im Mediamix Rechnung.“

Über die Produkte

AdRelevance

AdRelevance bietet tagesaktuelle Informationen zur Online-Werbung, wie z. B. die Top-Werbekunden, nach AdImpressions, Einzelheiten zu den Top-Websites, Analysen einzelner Online-Kampagnen und Einblicke in die neusten Trends.

WizzAd

Benutzerfreundliches Auswertungssystem zu zielgenauen Analyse von werbestatistischen Daten. Ermöglicht die einfache Erstellung von komplexen werbestatistischen Anlysen und bietet flexible Auswertungsmöglichkeiten durch spezifische Datenfilter und kundenindividuelle Datensichten.

AdAlert

Realtime Informationen zu den neusten Werbekreationen in Publikumszeitschriften, Tageszeitungen, TV, Radio und Internet. Der Abruf aktueller Werbekreationen inklusive Schaltungsdaten sowie die Erstellung von kundenindividuellen Analysen über den Kurationsbestand ist mit einem benutzerfreundlichen Auswertungstool im Online-Zugriff durchführbar.

Über Nielsen Media Research GmbH

Die in Hamburg ansässige Nielsen Media Research GmbH ermittelt bereits seit über 50 Jahren die Bruttowerbeaufwendungen in den Above-the-line-Medien in Deutschland sowie die Mediengattungen Direct Mail, Online, At-Retail-Media und Transport Media. Darüber hinaus erfasst Nielsen Media Research die Werbekreationen in den verschiedenen Medien. Mit der Kombination aus den werbestatistischen Daten und Kurationen deckt Nielsen Media Research die Anforderungspalette seiner Kunden ab und unterstützt diese mit Services wie zum Beispiel Medien- und Werbeforschung sowie individuellen Sonderanalysen und Softwarelösungen. Zu den Kunden gehören führende Konsumgüterhersteller, Handel und Dienstleister, Unternehmen in der Medien- und Unterhaltungsbranche, Werbeagenturen, Mediaagenturen sowie die Internet-Community. Die Nielsen Media Research GmbH ist ein Unternehmen von The Nielsen Company. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.nielsen.de.

Über Nielsen Online

Nielsen Online, ein Service von The Nielsen Company, liefert umfangreiche und unabhängige Messungen und Analysen von Online-Nutzern und -Werbung, Video, nutzergenerierten Inhalten und Konsumentenverhalten. Diese waren bisher unter den Marken Nielsen//NetRatings und BuzzMetrics bekannt. Mittels qualitativ hochwertigen, technologiebasierten Produkten und Dienstleistungen



ermöglicht Nielsen Online seinen Kunden, wichtige Geschäftsentscheidungen im Hinblick auf das Internet, digitale Medien und Marketing auf eine solide Informationsbasis zu stützen. Für nähere Informationen besuchen Sie bitte www.nielsen-online.com.

Über The Nielsen Company

The Nielsen Company ist ein führendes globales Informations- und Medienunternehmen, das seinen Kunden weltweit essentielle und integrierte Marketing- und Media-Informationen sowie Analysen und Branchenexpertise zur Verfügung stellt. Nielsen nimmt führende Marktpositionen in den Bereichen Marketing- und Verbraucherinformationen, Media-Informationen zu Fernsehen, Online-, Mobil- und weiteren Medien, Fachmessen sowie Business Publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) ein. Das in Privatbesitz befindliche Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern aktiv mit Hauptsitz in New York (USA). Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen.com.