All-in on Video: Neuer Markenauftritt von DG setzt den Spot in den Fokus

Zusammenführung der übernommenen Unternehmen unter einem Markendach Schwerpunkt Kampagnenmanagement für Multi-Screen-Werbung

(ddp direct) Montag, 11. März 2013, New York, NY / Hamburg, - DG (NASDAQ: DGIT), das Unternehmen für intelligente Werbelösungen, das eine der weltweit führenden Plattformen für Anzeigenmanagement und -auslieferung betreibt, stellt seinen neuen Markenauftritt vor. DG bietet in seiner neuen Struktur umfassendes Werbekampagnenmanagement, Multi-Screen-Auslieferung, Cross-Channel-Analytics- und Unified Asset Management über seine Online-MediaMind Produktlinie und die neu eingeführte VideoFusion Produktlinie für TV- und Video-Werbung.

?Dank unserer Akquisitionen ist DG bestens aufgestellt, um die plattformübergreifende Werbung, die eine immer größer werdende Anzahl von Endgeräten adressiert, voranzutreiben?, sagt Neil Nguyen, CEO und President von DG. ?Durch die Bündelung unserer Marken und Technologien unter dem DG-Dach können Werbetreibende noch schneller noch größeren Nutzen aus unserem einzigartigen Angebotsspektrum ziehen. Wir glauben, dass die wirkungsvollsten Markenbotschaften durch Optik, Sound und Bewegung transportiert werden. Wenn es um die Auslieferung von Werbemitteln geht, wollen wir immer ganz genau den Punkt treffen ? also ?Spot On.' sein.?

Mit seinem weltumspannenden Netzwerk von mehr als 50.000 Zielmedien für TV- und Digitalwerbung in 78 Ländern rund um den Globus verbindet DG über 14.000 global agierende Werbetreibende und 7.400 Agenturen mit ihrem Zielpublikum und verfügt damit über zehn Prozent der weltweiten Media Assets. In Nordamerika arbeitet das Unternehmen mit 23 der 25 Topmarken zusammen und beliefert 95 der Top-100-Werbetreibenden.[1] DG liefertweltweit pro Jahr über 1 Billion Online Impressions aus. Mit der Neuausrichtung seiner Markenhierarchie und der neuen Tagline ?Spot On.?, kreiert und entwickelt von den weltberühmten Designspezialisten Chermayeff & Geismar, feiert DG den Spot als Herzstück einer jeden Werbekampagne.

Die neu hinzugekommene Produktlinie VideoFusion bündelt alle TV- und Video-Produkte und -Services von DG, wie zum Beispiel TV-Spotauslieferung, SpotCentral, PathFire, TreeHouse und Online-Videos. Von Asset Management über Werbemittelproduktion bis hin zu Planung, Analyse und punktgenauer Zustellung von plattformübergreifenden Videokampagnen bietet VideoFusion Wissen und Lösungen für plattformübergreifendes Video-Marketing aus einer Hand.

DG bietet Kunden die folgenden Lösungen:
· DG MediaMind - Managementplattform für Online-Werbemittel
· DG VideoFusion - Plattformübergreifendes Videomanagement
· DG Peer39 - Semantisches Targeting
· DG SourceEcreative - Datenbankressource für Werbemittel
· DG Mijo - Postproduktion und kundenspezifische Anpassungen
· DG TreeHouse - Direct-Response-Produktion
· DG PathFire - Syndizierung von Long-Form-Inhalten

?Wir blicken mit großer Vorfreude auf die weitere Entwicklung der Branche und unsere zentrale Rolle dabei?, fährt Nguyen fort. ?Unser neuer Markenauftritt baut auf unserer Erfolgsgeschichte auf: Wir liefern mehr Spots aus als irgendwer irgendwo auf der Welt. Obwohl heute unsere neue Markenstruktur im Zentrum steht, freue ich mich schon jetzt auf die neuen und innovativen Produkte, die wir im Zeitalter der Multi-Screen-Werbung in den nächsten Monaten für unsere Kunden entwickeln und auf den Markt bringen werden.?

ÜBER DG
DG (NASDAQ: DGIT) ist die Nummer 1 für intelligente Werbelösungen im Bereich Entwicklung, Management, Auslieferung und Optimierung von Multi-Screen-Kampagnen über TV- und digitale Kanäle. Als überzeugende Lösung mit globalem Maßstab für weltweit führende Marken bietet DG als einziges Unternehmen der Branche einen lückenlosen Workflow zur Auslieferung digitaler Formate, dessen Kernstück Daten-Aggregation und Assetmanagement in einer anpassungsfähigen Technologie vereint und die höchste Werbeeffizienz ermöglicht.

Einst ein Pionier für digitale TV-Spot Auslieferung verfügt DG heute über das größte globale Cross-Channel-Netzwerk für TV-Spot Zustellung, darunter das weltweit größte hybride satelliten- und internetgestützte Netzwerk zur Auslieferung. DG setzt neue Standards beim Management von TV-, Online- und Mobil-Kampagnen und ermöglicht so Werbetreibenden, das volle Potenzial intelligenter, datengestützter Werbung auszuschöpfen, um Verbraucher schneller, pfiffiger und wettbewerbsfähiger anzusprechen. Zum bewährten Portfolio von DG gehören Forschung und Analyse, Planungs- und Ad-Buying-Werkzeuge, Produktionsressourcen für Video- und Rich-Media-Werbemittel sowie Content-Syndizierung über hybride Auslieferungssysteme.

Von seiner Betriebszentrale in New York aus verbindet DG über 14.000 global agierendeWerbetreibende und 7.400 Agenturen mit ihren Zielgruppen mithilfe seines weltumspannenden Netzwerkes aus Rundfunk- und Digitalkanälen zu 50.000 Zielmedien in 78 Ländern der Welt.

Mehr Information finden Sie auf http://www.dgit.com.

[1] Quelle: Ad Age, 2010, US-Werbeausgaben

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/0qlmrz

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/unternehmen/all-in-on-video-neuer-markenauftritt-von-dg-setzt-den-spot-in-den-fokus-74011

Pressekontakt

Talisman Kommunikation und Imagebildung

Frau Heike Bedrich
Krumbadstraße 70
81671 München

hb@talisman-pr.de

Firmenkontakt

Talisman Kommunikation und Imagebildung

Frau Heike Bedrich
Krumbadstraße 70
81671 München

shortpr.com/0qlmrz
hb@talisman-pr.de

Dank leistungsstarken Technologien, überragendem Service und effizienter Zustellung von innovativer Multi-Screen-Werbung ist DG der Lösungsanbieter mit der weltweit führenden Plattform für Anzeigenmanagement und -auslieferung. Damit ist DG konkurrenzlos aufgestellt, um seinen Kunden einen entscheidenden Vorsprung zu verschaffen.

Mit seinem weltumspannenden Netzwerk von mehr als 50.000 Zielmedien für TV- und Digitalwerbung in 78 Ländern rund um den Globus verbindet DG über 14.000 global agierende Werbetreibende und 7.400 Agenturen mit ihrem Zielpublikum und verfügt damit über gut zehn Prozent der weltweiten Media Assets. DG liefert weltweit pro Jahr über 1 Billion Online Impressions aus.

Mit der Bündelung seiner Marken hat DG vor allem eines im Blick: Werbetreibende noch effizienter dabei zu unterstützen, ihre Botschaft auf jedem Kanal publik zu machen sei es mittels TV, Online-Video, Display- oder Mobil-Kampagnen. Unser Erfolg beruht auf der Philosophie, dass Optik, Sound und Bewegung im Zusammenspiel eine Markenbotschaft am wirkungsvollsten transportieren gleich über welchen Kanal. Wenn es um die Auslieferung von Anzeigen geht, wollen wir immer ganz genau den Punkt treffen also Spot On sein.

Zwei Produktlinien bilden die Säulen unseres Leistungsspektrums: MediaMind und VideoFusion.

MediaMind, die Produktlinie rund um Online-Werbemittel, ist eine der wenigen wirklich skalierbaren und unabhängigen Lösungen für globales Onlinekampagnen-Management. Die Produkte von MediaMind decken das gesamte Spektrum von Multi-Channel-Onlinemarketing ab, von der Auslieferung von Standard-, Rich-Media-, In-Stream- und Mobile-Werbemitteln über Werbemitteloptimierung und Analyse bis hin zu programmatischem Ad-Buying und Targeting. Die Herausforderungen stetig wachsender Komplexität müssen wir mit neuen Lösungsansätzen beantworten. So wird die nächste Entwicklungsstufe von MediaMind sein, Agenturen und Werbetreibenden zu ermöglichen, Standardabläufe des Kampagnenmanagements durch die Integration von bedingter-Logik-Funktionen in native Kampagnenelemente (z. B. Zielgruppen, Budgets etc.) wesentlich zu beschleunigen. Zur Reife gebracht bedeutet diese Entwicklung eine nie da gewesene Effizienz- und Effektivitätssteigerung im Kampagnenmanagement.

Unsere neu hinzugekommene Produktlinie VideoFusion bündelt alle marktführenden TV- und Video-Produkte und -Services von DG, darunter TV-Spotzustellung, Postproduktion, Content-Syndizierung, Direct-Response oder Online-Videos. Videomarketing kennt keine Endgerätebarrieren und unsere Kerntechnologie und Datendrehscheibe ermöglichen eine nahtlose Interaktion mit dem Zielpublikum, um durch aufmerksamkeitsstarke Ansprache der Adressaten eine tiefe emotionale Bindung aufzubauen.

Als langfristige unternehmerische Vision wollen wir unser einzigartiges Leistungsspektrum und unsere Innovationskraft bei TV- und Onlinelösungen dafür einsetzen, die Durchführung von integrierten Multi-Screen-Kampagnen so einfach und unkompliziert wie möglich zu gestalten.

Wir blicken mit großer Vorfreude auf die weitere Entwicklung der Branche und unsere zentrale Rolle dabei. Unser neuer Markenauftritt baut auf unserer Erfolgsgeschichte auf: Wir liefern mehr Spots aus als irgendwer irgendwo auf der Welt. Wir freuen uns darauf, Werbetreibende noch besser dabei zu unterstützen, ihre Botschaft auf einem fragmentierten Medienmarkt punktgenau ans Ziel zu bringen ganz gleich wohin.