

Pressemitteilung

München, den 17.09.2009

Agenturnetzwerk the performance network wächst in der Krise

Beratungskompetenz und technische Innovationen überzeugen die Kunden

Wachstum in Zeiten der Krise: Das Münchner Agentur-Netzwerk the performance network (tpn), ein Tochterunternehmen der Holtzbrinck Digital, Stuttgart, hat seinen Umsatz in den ersten sechs Monaten 2009 auf über elf Millionen Euro gesteigert und gleichzeitig 20 neue Kunden gewonnen. Das entspricht einem Umsatzzuwachs von mehr als 80 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres. Grundlage des Erfolges ist neben der erfolgreichen Betreuung namhafter Kunden aus allen Branchen vor allem der ganzheitliche Kommunikations- und Vertriebsansatz und die hohe Innovationskraft im Haus der Performance. Dabei werden crossmediale Marketing-Maßnahmen exakt aufeinander abgestimmt, die Leistungswerte ständig erfasst und ausgewertet sowie Kampagnen in Echtzeit optimiert. Dadurch erhalten Werbetreibende größtmögliche Transparenz bei einem effizienten Einsatz der Mittel.

Angesichts des sich verändernden Käuferverhaltens und der wachsenden Bedeutung des Internets, ist es für Werbetreibende zunehmend wichtig, neben klassischen Werbekanälen auch die neuen Medien zur Kundenansprache zu nutzen. „Durch eine gezielte Online-Mediastrategie lassen sich Markenbekanntheit steigern, Vertriebs Erlöse generieren und POS Umsätze nachhaltig steigern“, sagt Johannes Mettler, CEO von the performance network.

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten legen viele Unternehmen den Fokus auf Vertriebsaktivitäten, die messbare Ergebnisse versprechen, ohne dass die Markenkom-

munikation dabei Schaden nimmt, im Gegenteil. In der Konzeption, Umsetzung, Steuerung und Optimierung solcher performanceorientierter Kommunikationsmaßnahmen liegt die Stärke des Münchner Kommunikationsnetzwerks, das mit seinen Tochterunternehmen Booming, mailandsale und display performance einen ganzheitlichen, crossmedialen Performanceansatz verfolgt. „Durch die Zusammenarbeit von mehr als 65 Experten aus allen Bereichen des Online-Marketings im Haus der Performance und deren jahrelange Erfahrung sind wir in der Lage, die Wechselwirkungen zwischen den Kanälen für den Kunden in optimaler Weise zu nutzen und dabei den höchsten ROI zu erzielen“, betont Mettler. „Wir erwarten für Ende 2009 und das Jahr 2010, dass die Branchen Handel und FMCG die Wachstumstreiber für das Segment Performancemarketing werden.“

Zum Unternehmen the performance network:

Die the performance network GmbH, ein Unternehmen der Holtzbrinck Digital, bündelt Kompetenzen durch die Vernetzung innovativer Unternehmen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation. Unter dem Dach der Holding the performance network agieren die Firmen Booming (SEO, SEM; Banner, Affiliate; Web Analytics, Conversionoptimierung) mailandsale (E- und White Mail Marketing) und display performance (Display- und TV-Werbung). Die derzeit 65 Mitarbeiter entwickeln effiziente Komplettlösungen – stets mit dem Fokus auf Performance. Jedes Tochterunternehmen besitzt hierbei eine spezialisierte Funktion innerhalb dieses Leistungsportfolios und trägt somit maßgeblich zur Entwicklung und Umsetzung ganzheitlicher Kommunikationskonzepte bei.

Pressekontakt the performance network:

Tanja Kalinowski

Adelgundenstraße 7

80538 München

Tel: 089/2000 452-0

Fax: 089/2000 452-99

Mail: presse@theperformancenetwork.de