

Listen & Surf

## AS&S Radio und United Internet Media bringen neue crossmediale Radio- und Online-Werbeangebote auf den Weg



**Frankfurt/ Karlsruhe, 21.09.2009.** Die beiden Vermarkter AS&S Radio und United Internet Media haben einen neuen wegweisenden Planungsansatz und ein bislang einzigartiges Mediaangebot auf den Weg gebracht. Die Innovation ermöglicht erstmals die Umsetzung integrierter Kampagnen in Radio und Internet über planbare und buchbare crossmediale Kombis. Dabei werden die funktionalen Stärken der Medien Radio und Online – Aktualität, tägliche Nutzung und regionale Aussteuerbarkeit – optimal miteinander verknüpft. AS&S Radio und United Internet Media haben auf Basis dieses Planungsansatzes modellhaft die Drei-Varianten-Kombi Listen & Surf entwickelt. Diese ermöglicht über die Produktbasis der Deutschland-Kombis (AS&S Radio) sowie die Belegung der Portale von WEB.DE und GMX (United Internet Media) eine signifikante Verstärkung der Werbekontakte und -wirkung durch Multiplying-Effekte.

„Mit diesem Modell eröffnen sich für Kunden und Vermarkter wegweisende neue Perspektiven in der Marktkommunikation, denn Listen & Surf ermöglicht bei einem Höchstmaß an Effektivität eine echte 360-Grad-Durchdringung“, erklärt Esther Raff, Geschäftsführerin AS&S Radio GmbH. „Der Grundgedanke des Crossmedia-Ansatzes ist dabei stichhaltig, denn wir verlängern die Radio-Kontakte online und verstärken die Werbewirkung durch die multimediale Ansprache. Die optimale Abdeckung der Mediennutzung



## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

im Tagesverlauf gewährleistet zudem eine maximale Nettoreichweite.“

Die Crossmedia-Kombi Listen & Surf ist in drei unterschiedlichen Varianten aufgesetzt: als Listen & Surf Awareness, Recency und Interaction.

„Die Leistungswerte der Crossmedia-Kombis Listen & Surf sind auf Basis eines eigenen Datensatzes mit Radio- und Online-Nutzungsdaten in Verbindung mit Konsuminformationen plan- und bewertbar. Dies ermöglicht die Berechnung intermedialer Nettoreichweiten und intermedial optimierter Kontaktklassen von Radio-Online-Kampagnen“, sagt Dieter K. Müller, Direktor Forschung und Service AS&S. „Diese Nutzungsdaten wurden in einem experimentellen Datensatz berechnet, der aus VuMA-Daten (Verbrauchs- und Medienanalyse) und einer Onsite-Befragung durch United Internet Media gebildet wurde.“

"Die zunehmende Fragmentierung der Mediennutzung erfordert echte zielgruppenorientierte Crossmedia-Lösungen. Die Kombination Radio-Online eignet sich hierfür aufgrund der Leistungsprofile der beiden Medien – nicht zuletzt ihrer vielfältigen und hochwertigen Aussteuerungsmöglichkeiten – in besonderer Weise. Mit Listen & Surf tragen wir der Forderung von Werbetreibenden und Agenturen nach effektiven und in der Planung und Umsetzung einfachen und effizienten Crossmedia-Lösungen in wegweisender Form Rechnung", erläutert Matthias Ehrlich, Vorstand United Internet Media AG.

"Aus Medienforschungssicht macht die Untersuchung cross-medialer Effekte eine ganz besondere Faszination aus. Mit Listen & Surf bieten wir dem Markt erstmalig ein Crossmedia-Produkt,



## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

das auf einer einheitlichen intermedialen Datenbasis geplant werden kann. In der Werbewirkung ergeben sich wertvolle Multiplying-Effekte durch die tiefere Verarbeitung von Kontakten in beiden Medien – Stichwort: Visual Transfer des bereits Gehörten. Damit schaffen wir perfekte Voraussetzungen für Recency Planning und viele andere innovative und hundertprozentig synergetische Kommunikationslösungen", erklärt Michael Burst, Leiter Markt- und Mediaforschung United Internet Media.



Die Entwicklung einer Datei mit Leistungswerten für Radio und Online ist ein wegweisender Schritt für die Gattungen Radio und Online insgesamt, da für die Kombi-Angebote AS&S Radio und United Internet Media sowie mittelfristig auch für andere Radio- und Online-Werbeträger gemeinsame Leistungswerte in Verbindung mit Konsumdaten dargestellt werden können. Es ist vorgesehen, zusammen mit den VuMA-Betreibern eine gemeinsame Planungsdatei für Radio, Online und Fernsehen in Verbindung mit Konsumdaten zu schaffen.

Begleitet wird der Launch von Listen& Surf von der Düsseldorfer Agenturgruppe ZenithOptimedia, die mit ausgesuchten Kunden erste Pilot-Kampagnen auf der Basis des neuen Angebotes noch in 2009 umsetzen will.

*United Internet Media wird das neue Listen & Surf Angebot der Fachpresse im Rahmen des dmexco Presselunches am 23. September, 11:30-12:30 Uhr, Seminarraum 5/ 2.OG Congress Centrum Nord vorstellen. Fachbesucher haben während der beiden Messetage die Möglichkeit, sich am Stand von United Internet Media, Halle 8, Stand D-051/E058 zu informieren.*

## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N



The fine Arts of digital Media ■

### Über AS&S Radio

AS&S Radio ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S) und vermarktet insgesamt 61 Radiosender in Einzel- oder Kombiangeboten (29 private und 32 öffentlich-rechtliche). Das Vermarktungsunternehmen mit Sitz in Frankfurt/Main erreichte 2008 einen Bruttoumsatz von 447 Mio. Euro. AS&S selbst vermarktet die Werbeangebote im Ersten Deutschen Fernsehen. Nähere Information gibt es im Netz unter [www.ass-radio.de](http://www.ass-radio.de).



### United Internet Media – The fine Arts of digital Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-Werbung: „The fine Arts of digital Media“.

Impress! Discover! Announce! Attract! Sell! Reward! Involve! Entertain! Feature! und Connect! – Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketing-spezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP®), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung in digitalen Mediawelten entwickelt werden.

Als Drehscheibe zu über 22 Millionen deutschsprachigen, über 160 Millionen europäischen und über 420 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzern-eigenen Online-Angebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1 und SmartShopping.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).



## ■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg und Düsseldorf, London und Wien.



The fine Arts of digital Media ■



### INTERNETADRESSEN

#### **AS&S Radio:**

<http://www.ass-radio.de>

#### **United Internet Media AG:**

<http://united-internet-media.de>

### PRESSESERVICE

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

#### **United Internet Media Presselounge:**

<http://united-internet-media.de/presse>

### KONTAKTADRESSEN

#### **ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH**

Norbert Rüdell

Leitung Corporate Communication

Pressesprecher

Bertramstraße 8 / D-Bau

60320 Frankfurt

Telefon: +49 / (0) 69 / 15424-218

Telefax: +49 / (0) 69 / 15424-7218

E-Mail: [norbert.ruedell@ard-werbung.de](mailto:norbert.ruedell@ard-werbung.de)

#### **United Internet Media AG**

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: [nadja.elias@united-internet-media.de](mailto:nadja.elias@united-internet-media.de)