

Stellen Sie sich vor,
Sie verschwenden nie
mehr auch nur einen
Marketing-Euro.

Wirksamer werben.

SinnerSchrader Media.

Das Internet ist im Vergleich zu klassischen Medien immer noch ein sehr günstiges Werbemedium. Doch obwohl die Budgets kleiner als in den Bereichen Print oder TV sind, tun sich Mediaplaner weiter schwer mit dem Medium. Trotz gewaltiger Erfolge bei Reichweite (64 % der Bevölkerung), Nutzungsdauer (10 % Medienanteil) und Direktumsätzen (ca. 3 % am Einzelhandel) erreicht der Anteil der Onlinewerbung nicht einmal 2 % des gesamten Werbemarkts.

Indes spricht derzeit einiges dafür, dass sich die Lücke zwischen Nutzungs- und Werbemarktanteil in den kommenden Jahren kontinuierlich verkleinern wird. So erwartet die European Interactive Advertising Association (EIAA) bis 2008 eine Verdreifachung der Ausgaben für Onlinewerbung in Europa. Zu den Antriebskräften dieser Entwicklung gehört die zunächst im Bereich der Suchmaschinen eingeführte leistungsabhängige Abrechnung von Onlinewerbung.

SinnerSchrader Media hat sich konsequent der maximalen Wirksamkeit und dem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis von Onlinewerbung verschrieben. Als einer der großen Online-mediaeinkäufer kennen wir den Markt bis ins Detail. Zu unserem Selbstverständnis gehört die neutrale, unabhängige Rolle als Mediaeinkäufer am Markt. Diese Unabhängigkeit ermöglicht es, Onlinemarketing kompromisslos am vertrieblichen Erfolg auszurichten und auf direkten Absatz hin zu optimieren.

Seit 1996 messen und optimieren wir Kampagnen auf Basis von Cost-per-Click (CPC) und Cost-per-Order (CPO). Wir kennen die Voraussetzungen, unter denen Medialeistung allein nach erfolgsabhängigen Modellen vergütet werden kann. Wir gestalten die Konditionen so, dass nicht nur der Werbung-treibende, sondern auch der Vermarkter Interesse an einer langfristigen Partnerschaft hat.

Unsere Mediaplanung arbeitet eng mit der Kreation in den Studios zusammen, damit Kampagnenidee, Werbemittel und Werbeumfeld optimal zusammenspielen. Am wichtigsten ist jedoch, dass die Werbung wirkt. Das Mediacontrolling von SinnerSchrader Media gibt den Marketingentscheidern ein Instrument an die Hand, um Kampagnen noch während der Laufzeit auf Tagesbasis zu überprüfen und zu steuern.

Für Kunden wie Tchibo, dem nach Amazon erfolgreichsten E-Commerce-Anbieter Deutschlands, sucht SinnerSchrader Mediapartner für Vertriebskooperationen auf CPO-Basis. Zu unseren Leistungen gehören Verhandlungsführung, Tracking, Reporting, Provisionsabrechnung sowie Kreation der Werbemittel aus einer Hand.

Sitz: Hamburg

Leitung: Ralf Scharnhorst