

Herbst auch eine Platzierung in deutschen Medien, wie der *Süddeutschen Zeitung* oder dem *Berliner Tagesspiegel* anbieten“, freut sich Wiesenbauer-Vrublovsky.

Die gewünschten Inhalte selbst werden direkt auf den passenden Channels ausgespielt.

Neben der einfachen Handhabung, der passenden Platzierung und dem attraktiven Preis von 250 € pro österreichischem Medium, sind es auch die ga-

„Gerade in einer Zeit des Programmatic Buying ist die OTS-Contentplatzierung die richtige Alternative. Wir garantieren höchste Transparenz und schicken die Links zum platzierten Beitrag auch an den Kunden weiter.“

Martina Wiesenbauer-Vrublovsky
GF APA-OTS

rantierten 25.000 Sichtkontakte, die dieses neue Produkt der APA-OTS als Add-on für jeden Kunden und jede Agentur interessant machen, so die APA-OTS-Geschäftsführerin.

„Gerade in einer Zeit des Programmatic Buying ist die OTS-Contentplatzierung die richtige Alternative. Wir garantieren höchste Transparenz und schicken die Links zum platzierten Beitrag auch an den Kunden weiter“, sagt Wiesenbauer-Vrublovsky.

Das Produkt beschränkt sich in der Zielgruppe nicht nur auf PR-Agenturen. Auch Marketing-Abteilungen, speziell im Bereich Produktmarketing, oder Digitalagenturen mit Fokus auf Contentmarketing, aber auch Start-ups, die ihr Produkt oder ihre Marke bewerben möchten, können von diesem OTS-Produkt profitieren.

„Die aktuellen Zielgruppen, die traditionell von der APA-OTS bedient werden, verwenden die Contentplatzierung derzeit im Sinne des Paid Media. Aber speziell für Digital- und Werbeagenturen kann die OTS-Contentplatzierung ein Produkt zur Leadgenerierung sein. Über klassisches Contentmarketing können Unternehmen Angebote, wie zum Beispiel Special Offers, gezielt an ihre Zielgruppen ausspielen. Die Interessenten werden über die OTS-Contentplatzierung auf direktem Weg zu den gewünschten Informationen bzw. Angeboten geleitet.“

”

Die OTS-Contentplatzierung bietet die optimale nationale Streuung mit Unterstützung von vier Tageszeitungen im redaktionellen Umfeld.

Maria Straka

Head of Corporate Communications
Brau Union

“

Ein klarer Vorteil ist die Verbreitung der eigenen Botschaft bei geringem Mehraufwand und angemessenem Preis.

Jene Kunden, die das zusätzliche Angebot nutzen, sehen das ähnlich: Gabriela Maria Straka, Head of Corporate Communications & Public Affairs & CSR bei der Brau Union Österreich, meint: „Als Leiterin der Kommunikation und Pressesprecherin der Brau Union Österreich achte ich besonders auf Informationen in den zielgruppen-

relevanten Medienkanälen und Social-Media-Plattformen. Die OTS-Contentplatzierung bietet die optimale nationale Streuung mit Unterstützung von vier Tageszeitungen im redaktionellen Umfeld. Wir bieten aktuelle Presseaussendungen zu spannenden Themen. Denn gute Pressearbeit ist und bleibt ‚unser Bier‘.“

OTS Contentplatzierung

- Garantierte **Platzierung** bei etablierten Medien
- Hohe **Glaubwürdigkeit** durch die Integration in das redaktionelle Umfeld
- Hohe **Reichweite** in attraktiven Zielgruppen
- Mindestens 25.000 **garantierte** Artikel-Teaser-**Sichtkontakte**
- Alle digitalen Vorteile der redaktionellen Artikel wie **Shareability** und Mobile-Optimierung
- **Medienportale** diepresse.com, derstandard.at, kurier.at, kleinezeitung.at

