

PRESSEMEDLUNG

Bonn, 10. Januar 2019



Das Sales-Team von WetterOnline betreut die Eigenvermarktung des Marktführers.

Von links nach rechts: Matthias Weiler, Holger Pautsch, Christoph Brömbling

Quelle: WetterOnline (bei Verwendung bitte angeben)

WetterOnline startet in die Eigenvermarktung

Engere Zusammenarbeit mit Agenturen und Werbetreibenden

WetterOnline, einer der größten Wetterdienste Deutschlands, möchte zukünftig enger mit Agenturen und Werbetreibenden zusammenarbeiten. Dazu nimmt das Unternehmen die Vermarktung des Werbeinventars künftig in die eigene Hand.

Zusätzliches personelles Know-how

Das Unternehmen, das Marktführer für meteorologische Informationen im Internet und Online-Apps ist und über 13 Millionen Unique User im Monat hat, beendete jüngst die langjährige Zusammenarbeit mit Ströer als externem Vermarktungspartner. Mit Holger Pautsch (zuvor bei Funke Digital, Tagesspiegel, Axel Springer) und Matthias Weiler (zuvor bei G+J | Ligatus) wurde zudem zusätzliches personelles Know-how ins Unternehmen geholt. "Holger optimiert unsere Werbeplätze und baut die programmatische Vermarktung aus. Matthias betreut Agenturen und Werbetreibende für maßgeschneiderte Konzepte im Wetterumfeld.", so Christoph Brömbling, Head of Sales bei WetterOnline.

Vielfältiges Angebot und individuelle Kundenansprache

Neben technischen Wetter-Targetings für Display Ads setzt das Unternehmen aus Bonn verstärkt auf Content und Exklusivität. "Wir haben gespürt, dass die Nachfrage nach kreativem Storytelling groß ist und können

diese aus einer Hand bedienen", so Matthias Weiler, Sales Consultant. Mit Hexal konnte bereits ein exklusiver Partner für die Pollenflug-Prognose gewonnen werden. Verständlich aufbereitete, tägliche Wettervorhersagen sind für die Tagesplanung der Bevölkerung höchst relevant. Gleichzeitig informieren sich Nutzer über Gesundheitsthemen und verwenden die Angebote von WetterOnline beispielsweise für ihre Reiseplanung.

Wetter-API für Media-Partner

Mit der WetterOnline Wetter-API bietet das Unternehmen eine einfache und unkomplizierte Schnittstelle, um Wetterdaten flexibel und individuell einzusetzen. Beliebt ist das Wetter-Targeting, bei dem die Werbeansprache in Abhängigkeit von aktuellen oder vorhergesagten Wetterbedingungen erfolgt. Daten können für jeden Ort weltweit abgerufen werden und stehen bspw. über eine Koordinatensuche zur Verfügung. Mit der Wetter-API liefert WetterOnline präzise Wetterdaten für individuelle Zwecke unter anderem an Media-Partner wie G+J e|MS, Publicis Media und TUI.

WetterOnline

WetterOnline wurde 1996 von Inhaber und Geschäftsführer Dr. Joachim Kläßen in Bonn gegründet und ist heute mit www.wetteronline.de der größte Internetanbieter für Wetterinformationen in Deutschland. Neben weltweiten Wetterinformationen gehören redaktionelle Berichte und eigene Apps zum Angebot. Die WetterOnline App ist in über 40 Ländern vertreten und warnt die User aktiv vor drohenden Unwettern. Ein Team von über 100 Experten arbeitet mit hochwertiger Technik an Wetterprognosen für die ganze Welt.