
CNN International Commercial übernimmt Führungsposition in Pangaea Alliance

Thursday, November 30, 2017

Die Pangaea Alliance ist einer der weltweit führenden Zusammenschlüsse von Premium-Publishern, die 2015 ins Leben gerufen wurde. Durch die Zusammenarbeit in Sachen Vermarktung können so monatlich über 200 Millionen Nutzer erreicht werden. Mit dem Wechsel in der Führungsposition werden weitere „Tech und Data“-Einsatzmöglichkeiten vorgestellt, die Werbern mehr Optionen bieten, Premium-Zielgruppen zu adressieren.

CNN International Commercial (CNNIC) wird in der nächsten Phase der Pangaea Alliance vorsitzen und deren Wandel von der Gründung zu einer erfahrenen Vermarktungsallianz begleiten. Seit dem Launch im Frühjahr 2015 war CNN neben weiteren Premium-Publishern vertreten und will nun aktiver die eigene Expertise auf Programmatic- und Data-Ebene einbringen. In Zusammenarbeit mit dem neuen Tech-Partner AppNexus wird eine Lösung für Marken und Agenturen angeboten werden, die es ihnen ermöglicht, über ein zentrales Buchungssystem das unter Pangaea kumulierte Publikum zu erreichen. Darüber hinaus werden Kunden von weiterentwickeltem Targeting und detaillierten Datenauswertungen profitieren, die durch technische Neuerungen durch die Mitglieder bereitgestellt werden. Als Teil des Projekts Arete, das federführend von Dennis Publishing angeleitet wird und Anfang des Jahres Förderung von der Google Digital News Initiative erhielt, entwickelt Pangaea einen eigenen Digital-Advertising-Handelsplatz.

General Manager Fiona McKinnon, Sales Director Martin Bojtos und das Pangaea-Alliance-Team werden in CNNs Räumlichkeiten in London und enger Zusammenarbeit mit Rob Bradley, CNNICs VP Digital Commercial Revenue and Strategy, und seinem Team sowie den weiteren Pangaea-Mitgliedern arbeiten.

Rund 200 Millionen Premium-Nutzer – das Jahreseinkommen von rund 40 % der Nutzer liegt über 250.000 £ – können über die Plattformen der Partner CNN International, The Guardian, Reuters, Mansueto Ventures und Dennis Publishings' Websites The Week, Alphr und IT Pro erreicht werden. Bis jetzt hat die Pangaea Alliance Kampagnen für über 30.000 Werbekunden weltweit umgesetzt.

„Pangaea ist der lebende Beweis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit von Medienunternehmen, um das eigene Digital-Advertising-Portfolio zu ergänzen und Werbekunden neue Wege aufzuzeigen, ihre Zielgruppe zu erreichen. CNNICs gesteigertes Engagement in dem Zusammenschluss geht mit unserer Strategie einher, Premium-Inhalte mit datengesteuerten Lösungen zu kombinieren,“ so Rani Raad, President, CNN International Commercial.

„Wir zeichneten für den Launch des Zusammenschlusses verantwortlich und wollten einen einfachen Weg kreieren, um Premium-Zielgruppen zu erreichen. Zusammen mit unseren Partnern haben wir ein funktionierendes System etabliert, von dem sowohl Publisher als auch Werber profitieren,“ so Daniel Spears, Programmatic Director, Guardian News & Media.

„AppNexus existiert, um die Inhalte von Medienunternehmen zu monetarisieren, indem man Werbern hilft, ihre Zielgruppen mit relevanten und ansprechenden Werbemöglichkeiten zu erreichen. In der Zusammenarbeit mit Pangaea Alliance wollen wir genau das umsetzen und unseren Partnern sichere und qualitativ hochwertige Werbeumfelder bieten,“ so Nigel Gilbert, VP Strategic Development, AppNexus.

Über CNN International Commercial

CNN Commercial (CNNIC) ist für den kommerziellen Geschäftszweig von CNN International zuständig, das auf fünf Kontinenten unterschiedliche lineare und digitale Nachrichten und Informationen im Portfolio führt. Dadurch soll sowohl im überregionalen TV-Markt als auch im Digitalgeschäft CNNs Dominanz gestärkt werden. Dazu wird das Wachstum linearer und digitaler Marken wie CNN International, CNN en Español, CNN Arabic, Great Big Story, CNN Style und CNN Money sowie weiterer CNN Microsites und Verticals genutzt. CNN International Commercial bietet international ausgezeichnete kommerzielle Lösungen im Bereich des Advertising Sales, Brand und Marketing in Kombination mit innovativen Data- und Digitalinitiativen an. Der Content-Sales- und Lizenz-Geschäftszweig CNN Access ist ebenfalls Bestandteil von CNN International Commercial. Dieser steht CNN Kunden beratend zur Seite und bietet international ausgerichtete Content- und Branded-Advertising-Initiativen an. Er verfügt ferner über eine Business Development Abteilung, die strategische Partnerschaften für neue Zuschauerzielgruppen initiiert. Das Branded Content Studio Create produziert seit zehn Jahren preisgekrönte Inhalte für Werbekunden. CNN International Commercial ist Teil von Turner, einem Unternehmen von TimeWarner. Weitere Informationen unter <http://commercial.cnn.com>.