

# Verlage gestalten mit der OMS ihre digitale Zukunft

*Unter dem Dach der OMS setzen 34 deutsche Verlagshäuser auf die Entwicklung einer breiten digitalen Verwertungs- und Vermarktungskette. Zum Kernangebot des Vermarktungs-Portfolios zählt dabei mit dem OMS-Verlags-Netzwerk die Nummer eins der deutschen Online-Nachrichtenangebote.*

Die aktuelle Wirtschaftskrise trifft die deutsche Werbebranche deutlich. So prognostiziert Screen Digest für dieses Jahr einen dramatischen Abschwung von 8,9 Prozent im gesamten deutschen Werbemarkt. Einzige Ausnahme bildet das Internet, für das verschiedene Erhebungen trotz allgemein sinkender Werbebudgets ein Wachstum in Aussicht stellen. Nicht zuletzt aufgrund dieser Entwicklung ist der Wechsel in eine zunehmend digitale Medienwelt weltweit zu einer zentralen Herausforderung für alle Medienhäuser geworden. Es gilt, neue Finanzierungsmöglichkeiten zu finden,

neue Verbreitungswege zu gehen und neue Formen des Dialogs zu ermöglichen. Diesen Trend haben 34 renommierte Verlagshäuser bereits frühzeitig erkannt und als Gesellschafter der OMS, dem 1996 gegründeten Verbund von Online-Nachrichtenangeboten, den Aufbau einer digitalen Verwertungs- und Vermarktungskette zum zentralen strategischen Geschäftsfeld erklärt. Um dieses Wachstumsfeld für alle Gesellschafter aktiv und eigenständig gestalten zu können, übernahm die OMS im Mai 2009 die exklusive Vermarktung der Internetangebote von rund 150 renommierten Tageszeitungen und führenden Stadt- und



**LINDA MOZHAM,**

Gesamtleitung Marketing und Verkauf bei der OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG.

Regionalportalen sowie der Sozialen Netzwerke und Anzeigenmärkte. Mit über zehn Millionen Unique Usern jeden Monat (lt. AGOF *Internet Facts 2009/I*) ist das OMS-Verlags-Netzwerk die Nummer eins der deutschen Online-Nachrichtenangebote.

### Kein weiterer Bauchladen-Vermarkter

Die OMS ist damit in Deutschland der führende nationale Online-Vermarkter von hochwertigen redaktionellen Umfeldern mit regionaler Verankerung. Zu den wichtigsten Zielen zählt es, das reichweitenstarke und flächendeckende Angebot weiter auszubauen und zu den Top-Five-Vermarktern in Deutschland vorzustoßen. Hierbei kommen aber ausschließlich komplementäre Premium-Angebote infrage, ganz nach dem Motto „Klasse statt Masse“. Mit anderen Worten: Die

Reichweite der OMS wird nicht um jeden Preis ausgebaut und so ein weiterer „Bauchladen-Vermarkter“ geschaffen. Vielmehr wird dafür Sorge getragen, wirklich passende Drittangebote sukzessive hinzuzufügen. Neben der Ausweitung des Vermarktungs-Portfolios ist es die künftige Aufgabe der OMS, neue Werbeformen zu entwickeln, crossmediale Kampagnen zu realisieren und zusätzliche digitale Erlös- und Umsatzmodelle zu erschließen. Und das für alle Partner: sowohl für Werbetreibende und Agenturen als auch für die Verlage selbst.

### Lösungsanbieter für Agenturen und Werbetreibende

Bei der Planung und Umsetzung von Online-Werbekampagnen setzen Werbetreibende und Media-Agen-

Foto: iStockphoto

turen auf reichweitenstarke Vermarkter mit nationaler Abdeckung. Über die OMS sind Werbekunden in der Lage, ihre Kampagnen auf nationalen Premium-Angeboten regional auszusteuern und so jeden Monat gezielt über zehn Millionen Unique User zu errei-

chen. Die hohe journalistische Kompetenz und die regionale Verankerung der Websites im OMS-Gesamtvermarktungs-Portfolio sorgen dabei für großes Vertrauen der Nutzer in die Inhalte. Damit erhält auch die geschaltete Werbung eine große Glaubwürdigkeit und

## Wann, wenn nicht jetzt: **Absatz stärken!**

**RTL Werbung  
wirkt: bis zu  
+75% Absatz\***



\*Quelle: Krombacher-Case-Study Cab/DSDS: Absatzwirkung des Cab-Sponsorings beim RTL Format „Deutschland sucht den Superstar“ (2. Staffel), [www.ip-deutschland.de/Absatz](http://www.ip-deutschland.de/Absatz)

Großes Fernsehen – große Wirkung: Ob schneller Aufbau von Bekanntheit, kurzfristige Abverkaufssteigerung oder langfristig gestärkte Markenbindung, wo könnten Sie effektiver werben als bei RTL?

**Entscheidend ist, wo Sie werben.**

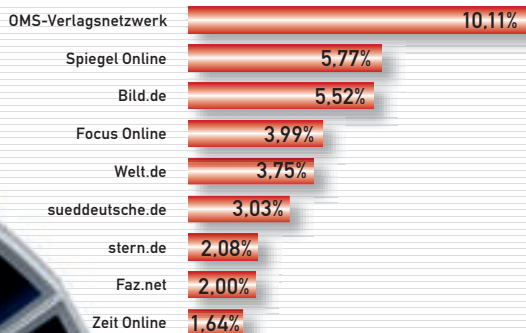
[www.ip-deutschland.de](http://www.ip-deutschland.de)





## DEUTSCHSPRACHIGE NACHRICHTENANGEBOTE

Unique User in Millionen



Quelle: AGOF Internet Facts 2009/I.

erzielt eine hohe Werbewirkung. Für eine effektive Umsetzung werden neue Werbeformen entwickelt. Hierzu zählt beispielsweise die Buchungsmöglichkeit von nationalen Advertorials. Gleichzeitig können für Werbekunden spezielle Sonderzielgruppen zur Verfügung gestellt werden. Die OMS bietet zudem ein Video-Publisher-Netzwerk mit den drei attraktiven Säulen Content, Technologie und Vermarktung an.

### Partner der Verlage

Als Partner der Verlage unterstützt die OMS die Gesellschafter bei der Digitalisierung und Monetarisierung ihrer Angebote. So baut die OMS alle erforderlichen Kompetenzen und Kapazitäten für die erfolgreiche Vermarktung und Marktausschöpfung auf. Zur Erweiterung des Angebots-Portfolios, wie zum Beispiel im Video-Netzwerk oder E-Mail-Marketing, setzt die OMS einheitliche technologische Lösungen um. Die Qualität wird dabei durch ein hohes Maß an Service

## GESELLSCHAFTER DER OMS

34 renommierte Verlagshäuser haben sich unter dem Dach der OMS zu einem starken Verbund führender Online-Nachrichtenangebote zusammengeschlossen. Zur OMS gehören derzeit:

- Aschendorff GmbH & Co. KG
- Badischer Verlag GmbH & Co. KG
- BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG
- Bonner Zeitungsdruckerei und Verlagsanstalt H. Neusser GmbH
- Braunschweiger Zeitungsverlag GmbH & Co. KG
- Donau Online GmbH
- Echo Online GmbH
- eMedienservice Nord GmbH
- Frankenpost Verlag GmbH & Co. KG
- Heilbronner Stimme GmbH & Co. KG
- J.F. Ziegler KG Druckerei und Verlag
- Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft mbH & Co. KG
- M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG
- MLG Medien-Service-Mittelland GmbH
- Morgenpost Verlag GmbH
- Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG
- MVweb GmbH & Co. KG
- nordClick GmbH & Co. KG
- OWL-Online GmbH & Co. KG
- Presse-Druck- und Verlags-GmbH
- ProServ Medien Service Gesellschaft mbH
- Rhein Main Multimedia GmbH
- Rhein-Main.Net GmbH
- RP-Online GmbH
- Schwäbische Zeitung Online Gesellschaft für Multimedia mbH & Co. KG
- Schwarzwälder Bote Medien-gesellschaft mbH
- Stuttgarter Zeitung Verlags-gesellschaft mbH
- Verlag Nürnberger Presse Druckhaus Nürnberg GmbH & Co.
- Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG
- W. Girardet KG
- Westdeutsche Allgemeine Zeitungsvlag GmbH & Co. Zeitschriften und Beteiligungs-KG
- WestOnline GmbH & Co. KG
- Zeitungsverlag Aachen GmbH

sichergestellt: Vom Fullservice-Video-Netzwerk über ein Benchmarking-Angebot zur Optimierung der Verlagsangebote bis zum zentralen Content-Einkauf. Wichtig sind dabei selbstverständlich die fortlaufende Optimierung der Produkte unter Erlösgesichtspunkten, die weitere Verbesserung des Zusammenspiels von dezentralem Produktmanagement und Vermarktung sowie die Nutzung aller verfügbaren Kundenzugänge zur Vermarktung der Online-Angebote. Schließlich werden auch zukünftige Geschäftsfelder wie Mobile verstärkt in den Fokus rücken. Die OMS stärkt damit nachhaltig die Position der Verlagshäuser im digitalen Markt und sorgt gleichzeitig für eine innovative und effiziente Kampagnenplattform im digitalen Marketing. Ein Erfolgsrezept, das nicht nur in Krisenzeiten maximale Werbewirkung für Werbetreibende und maximale Erlöse für alle Partner ermöglicht.

von Linda Mozham