

Pressemitteilung

Deutsche Post verstärkt Engagement im Online-Werbemarkt und übernimmt nugg.ad AG

- **nugg.ad AG wird Tochterunternehmen der Deutschen Post AG**
- **Unternehmen agiert weiterhin als unabhängiger Targeting-Dienstleister**

Berlin/Bonn, 24.08.2010: Die Deutsche Post AG übernimmt mit der nugg.ad AG Europas größte Targeting-Plattform und erweitert damit ihre Kompetenz als Dienstleister im Online-Werbemarkt. Mit dieser Investition in die führende Targeting-Technologie erschließt sich der Konzern ganz im Sinne seiner Strategie 2015 neue Wachstumsfelder im Online-Marketing. Als Tochterunternehmen wird die nugg.ad AG weiterhin als unabhängiger Targeting-Dienstleister für Vermarkter und Werbeagenturen vom Hauptfirmenstandort Berlin aus tätig sein. Die Firmenstruktur bleibt vollständig erhalten und wird weiter ausgebaut.

Targeting im Online-Bereich beinhaltet die gezielte Aussteuerung von Display-Werbung auf Websites zur Erreichung einer möglichst hohen Werbewirksamkeit. Mit seiner Plattform für vermarkterübergreifendes Targeting sowie mit der Realisierung völlig neuer Ansätze für Branding-Kampagnen agiert der Targeting-Marktführer nugg.ad als Dienstleister für zahlreiche Player des Online-Werbemarkts wie Vermarkter und Werbeagenturen. Als Tochterunternehmen der Deutschen Post will nugg.ad dabei die Vision eines neuen Marktstandards für Targeting-Kampagnen weiter vorantreiben.

„nugg.ad passt ideal in das Portfolio der Deutschen Post. Die stetigen Erfolge und Innovationsstärke, aber auch der klare Fokus auf Datenschutz und Nachhaltigkeit hat uns überzeugt“, sagt Jürgen Gerdes, Konzernvorstand Brief von Deutsche Post DHL. „Wir sind zuversichtlich, mit nugg.ad unsere Position im Online-Werbemarkt zu begründen und wollen damit dem europäischen Werbemarkt eine dauerhaft unabhängige Technologie-Plattform zur Verfügung stellen“, so Gerdes.

„Seit der Unternehmensgründung 2006 ist nugg.ad nicht nur Initiator, sondern maßgeblicher Innovationstreiber von Targeting. Die Deutsche Post hat das erkannt und wird mit nugg.ad die Vision von Predictive Behavioral Targeting als Lösung für digitale Markenführung der Zukunft

umsetzen und als Marktstandard etablieren. Für uns ist das eine Traumkombination, weil wir mit der Post einen Erwerber gefunden haben, der wie kein zweiter unsere Position als neutraler Dienstleister in der Wertschöpfungskette unterstreicht“, so Stephan Noller, CEO nugg.ad.

"Wir Finanzinvestoren sind stolz darauf, das Team der nugg.ad seit 2006 als Konsortium aus bmp, IBB, Media Ventures und European Founders Fund in seiner Entwicklung zum führenden Europäischen Targetinganbieter begleitet zu haben und sehen in der Übernahme durch die Deutsche Post deutliches Potential für das weitere unabhängige Wachstum der Gesellschaft", so Jens Spyрка, bisheriger nugg.ad-Aufsichtsratsvorsitzender und Vertreter des Lead Investors bmp Media Investors.

- Ende -

Pressekontakt:

Deutsche Post DHL
Konzernkommunikation
Uwe Bensien
Tel.: +49 (0)228 182-9944
E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

nugg.ad AG
Marketing & Communications Director
Ilana Rolef
Tel.:+49(30) 29 38 1999- 79
E-Mail: ilana.rolef@nugg.ad

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Mit der starken Marke Deutsche Post baut das Unternehmen seinen Status als „Die Post für Deutschland“ weiter aus. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden in den Bereichen Briefkommunikation, Dialogmarketing und Pakettransport. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2009 einen Umsatz von über 46 Milliarden Euro.

Weitere Informationen unter www.dp-dhl.de

Über nugg.ad

Die nugg.ad AG ist der führende Anbieter von Predictive Behavioral Targeting Lösungen zur Steuerung von Werbung in digitalen Medien. nugg.ad ermöglicht Werbetreibenden, Mediaagenturen und Vermarktern, die Wirksamkeit von Werbung durch Auslieferung an relevantere Zielgruppen signifikant zu erhöhen. Der einzigartige Ansatz des Predictive Behavioral Targeting ermöglicht es, einfache Nutzungsdaten in Echtzeit mit Befragungsdaten zu Soziodemographie, Produktinteressen und Lifestyle anzureichern. Hierzu werden Predictions (statistische Profile) genutzt, die jedoch keine personenbeziehbare Daten enthalten. nugg.ad hat so als erster Targeting-Anbieter für sein Produkt das Datenschutzgütesiegel des Unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz, Schleswig-Holstein (ULD) verliehen bekommen. Auf europäischer Ebene wurde das nugg.ad Produkt außerdem mit dem European Privacy Seal, EuroPriSe, zertifiziert. 2008 wurde nugg.ad mit dem „Red Herring 100 Europe“ und dem „European Seal of E-Excellence“ ausgezeichnet. Seit Ende 2006 waren die bmp Media Investors und weitere Finanzinvestoren am Unternehmen beteiligt. Zu den Kunden von nugg.ad zählen unter anderem SevenOne Interactive, Axel Springer Media Impact, eBay Advertising Group, OMS, freeXmedia, IQ media, Ströer Interactive, ARBOinteractive, Unister Media, Ekstra Bladet, Scandinavia Online AS (SOL), KRONE.at, Expressen, Interia und Der Standard. Neben dem Hauptsitz in Berlin verfügt nugg.ad über Büros in Warschau, Paris und London.

Weitere Informationen auf www.nugg.ad