

## Presseinformation

### **BRAND INVESTOR OTC:**

## **WEFRA LIFE MEDIAPLUS startet erstes wirkungsbasiertes Intermedia-Planungsinstrument für den Consumer-Bereich**

*Neu-Isenburg, 14.05.2020 – WEFRA LIFE MEDIAPLUS launcht den BRAND INVESTOR OTC – ein neues strategisches Planungstool. Damit gibt es erstmals ein Instrument, welches neben Media-KPIs auch Insights aus der Werbewirkungsforschung berücksichtigt. Dadurch lässt sich komplexes Datenmanagement bewältigen und die Mediaplanung bei einer wirkungsbasierten, strategischen Media-Mix-Optimierung unterstützen.*

Wie Frank Suh, Geschäftsleitung WEFRA LIFE MEDIAPLUS 2, erläutert, sei das Zusammenspiel der Medienkanäle und Touchpoints mit unterschiedlichen Formaten noch nie so komplex gewesen wie heute. Entsprechend stünden Agenturen vor der Herausforderung, diese vielfältigen Möglichkeiten in Bezug auf ihre Werbewirkung zu vergleichen und die bestmögliche Kombination zur Zielerreichung zu finden. „Im Alltag sind häufig die ganz einfachen Fragestellungen in der Kommunikationsplanung die schwierigsten“, so Suh. Dazu gehöre etwa, wie viel Budget eingesetzt werden müsse, um den Absatz um einen gewissen Prozentsatz zu erhöhen, oder wie sich die Kaufbereitschaft der Zielgruppe entwickle. „Im Markt konnte bis jetzt niemand diese Fragestellungen auf der Basis von wirkungsbasierten Daten beantworten – das ändert sich nun mit dem BRAND INVESTOR OTC.“

### **Insights aus der Werbewirkungsforschung sind der Schlüssel**

Grundlage des BRAND INVESTOR OTC ist das Zusammenspiel verschiedener Algorithmen, die aus Daten lernen. Diese bestehen aus Werbewirkungs-Insights von OTC-Marken – unter anderem zu Wirkung, Wirkungsdepots und Grenznutzen von 18 verschiedenen Mediengattungen. Zurzeit kann das Tool auf 5.000 hinterlegte Zielgruppenmerkmale und über 2.000 Mediapläne zugreifen. Mithilfe dieser Datenbasis lassen sich in Kombination mit kundenindividuellen Zielsetzungen und Rahmenbedingungen automatisierte Budgetplanungsvarianten und Wirkungsprognosen simulieren.

### **Der nächste Schritt zur Digitalisierung der Mediaplanung**

„Die stetig zunehmende Datenmenge und damit gestiegene Komplexität in der Kommunikationsplanung erfordert den Einsatz von Machine-Learning-basierten Lösungen,

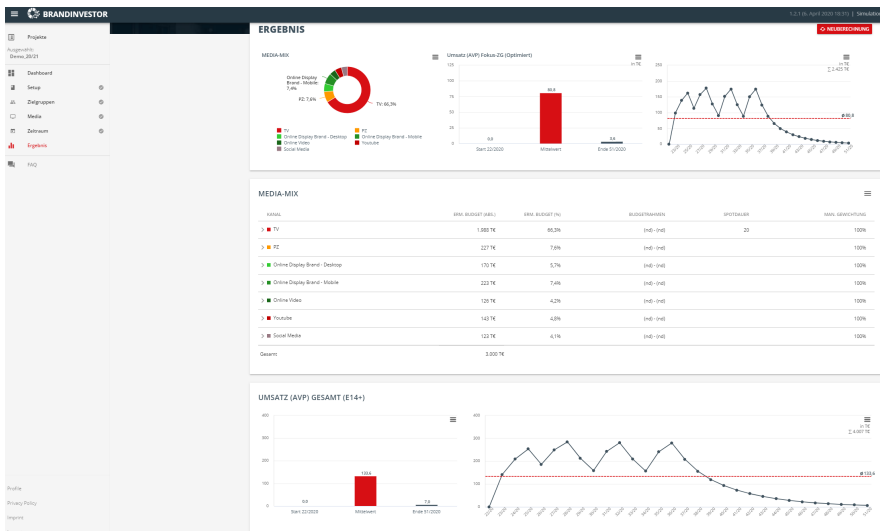
um den optimalen Media-Mix zur Zielerreichung zu bestimmen“, sagt Cornelia Baumgartner, Geschäftsleitung WEFRA MEDIAPLUS. „Genau das erfüllt ein Tool wie der BRAND INVESTOR OTC.“

Das datenbasierte Planungstool ist das Ergebnis des stetigen Ausbaus der WEFRA LIFE Lösungen: „Mit diesem Tool gehen wir auch in der Consumer-Mediaplanung einen bedeutenden Schritt in Richtung digitale Transformation. In Zukunft können wir damit noch umfassender, effizienter und zielgerichteter für unsere Kunden planen“, betont Matthias Haack, CEO und Managing Partner der WEFRA LIFE GROUP.

## Über die WEFRA LIFE GROUP

Wir sind die Gesundheitsmacher – das ist die Philosophie von WEFRA LIFE. Rund 180 Kommunikationsspezialisten in den Tochtergesellschaften WEFRA LIFE MEDIA, WEFRA LIFE MEDIAPLUS, WEFRA LIFE MEDIAPLUS 2, WEFRA LIFE INTERNATIONAL, WEFRA LIFE SOLUTIONS, WEFRA LIFE VENTURES und der Digitalstrategieberatung ratyonal, gestalten den Gesundheitsmarkt aktiv. Integriert und agil schaffen sie kundenzentrierte maßgeschneiderte Data- und Insight-basierte Lösungen für zunehmend komplexere Herausforderungen. Innovatives Herzstück für die visionären Services, Produktideen und Plattformen ist der WEFRA LIFE INNOVATION HUB.

## Bildmaterial



Der BRAND INVESTOR OTC nutzt sowohl Media-KPIs als auch Werbewirkungs-Insights von OTC-Marken für eine wirkungsbasierte, strategische Media-Mix-Optimierung.



*v.l.n.r.: Frank Suh, Cornelia Baumgartner und Matthias Haack*

**Medienkontakt:**

Silke Schrader  
Management Board  
WEFRA LIFE SOLUTIONS GmbH  
Tel. +49 (0)69 / 695008-18  
Fax +49 (0)69 / 695008-71  
[www.wefra.life](http://www.wefra.life)  
[ssr@wefra.life](mailto:ssr@wefra.life)  
Mitteldicker Weg 1 - WEFRA Haus  
63263 Neu-Isenburg - OT Zeppelinheim