



Printimus

SAJTÓKÖZLEMÉNY

Budapest, 2018. január 26.

STRATÉGIAI PARTNERSÉGRE LÉP A PRINTIMUS ÉS AZ ATMEDIA

Az Atmedia, mint a legnagyobb magyar tévés sales house, valamint a Mediaworks, a Lapcom és az Inform Média online felületeit kizárólagosan értékesítő Printimus Kft. stratégiai partnerségre léptek. A társaságok az együttműködéstől online hirdetési piaci bevételeik növelését, illetve a nagy hirdetőik és a médiafoglaló cégek hatékonyabb, szélesebb körű kiszolgálását várják. A két sales house együttműködésében fontos kapocs, hogy a Printimusban 100%-os tulajdonnal rendelkező Opus Global Nyrt. tavaly év végén alapkezelőjén keresztül az Atmediában is befolyást szerzett.

Szorosabbra fűzi együttműködését az Atmedia a Printimusszal. A felek által bejelentett megállapodás értelmében a Printimus által kizárólagosan értékesített, a Mediaworks Hungary, az Inform Média, illetve a Lapcom Kiadó online hirdetési felületei mostantól az Atmedia értékesítési rendszerében is elérhetők. A partnerségtől az Atmedia média portfóliójának bővítésén túl prémium hirdetői és a nagy médiaügynökségek komplex kiszolgálását, míg a Printimus Kft. új piaci szereplők megszólítását, és ezáltal az online felületek értékesítéséből származó bevételeinek növekedését várja. A két sales house közös piaci fellépését tulajdonosi hátterük is indokolja. A Printimus Kft.-t az Opimus Press Zrt.-n keresztül 100 százalékan tulajdonló tőzsdei társaság az Opus Global, ugyanis tavaly év végén alapkezelőjén keresztül az Atmediában is befolyást szerzett.

Ódorné Angyal Zsuzsanna, a Printimus Kft. ügyvezetője elmondta, nagy előrelépésnek tartja a tőzsdei társaság érdekeltségei közötti stratégiai megállapodást. *„A Printimus számára az együttműködés hozzájárulást biztosít az Atmedia által kezelt nagy hirdetőkhöz, míg az Atmedia szélesíti kínálatát, és az online értékesítési piac meghatározó szereplőjévé léphet elő. A megállapodás kedvező kizárólagossággal kezelt kiadványok számára is, hiszen a Mediaworks, az Inform Média és a Lapcom is növelheti az online felületek értékesítéséből származó bevételét.”*

Az Atmedia a Printimusszal kötött megállapodásnak köszönhetően az online hirdetési piac 4.-5. legnagyobb szereplője lehet. A kereskedőház tavaly decemberben indított online divíziója a hirdetőik részére számos területen meghatározó lehetőséget kínál. Kiemelkedő a 160 ezer havi letöltés illetve az egyedi felhasználók 3,6 milliós száma, de a most megkötött együttműködésnek köszönhetően a videó-indítások tekintetében is az egyik legjelentősebb felhasználói eléréssel rendelkezik. Az Atmedia értékesítési rendszerében ezentúl a Mediaworks, az Inform Média, a Lapcom, a TV2 online, az MTVA online, a Femcafé, az IKO Digital, a Mandiner és a Mindset is elérhető.

Lukács Csaba az Atmedia ügyvezetője elmondta, hogy: *„Komoly várakozással tekintek a 2018-as évre, hiszen a Printimusszal kötött stratégiai megállapodással még hatékonyabban és integráltan tudjuk kiszolgálni a hirdetői igényeket egy olyan évben, amelyben két jelentős világvetély, a téli olimpiai játékok és a labdarúgó-világbajnokság is színesíti a hirdetői kínálatot.*



Printimus

A kibővített online portfólióink kiváló lehetőséget teremt a televízió és az online közötti szinergiák maximális kihasználására, és reményeink szerint sok új, korábban nem látott megoldással is találkozhatnak majd a nézők és a hirdetőik.

További információ:

Kecskeméti Judit, vezető tanácsadó
Mayweather-Miller Communications

Tel.: +36 20 9443-785, e-mail: judit.kecsekemeti@mayweather-miller.com

Ódorné Angyal Zsuzsanna
ügyvezető, Printimus Kft.

angyal.zsuzsa@printimus.hu

Az Atmedia Kft.-ről

A 2010-ben alapított Atmedia kereskedőház 9 kereskedelmi tévécsatorna reklámidejének értékesítésével indult, és 2011-ben már 13 tévécsatorna volt a partnerük. Az áttörés 2013-ban következett be, amikor a Viasat 3 és 6, valamint a National Geographic Channel és a Nat Geo Wild is hozzájuk igazolt. Ezután 2015-ban megszerezték az AXN, a TV2, a Digital Media and Communications Zrt. csatornáinak és az MTVA tévécsatornák reklámidejének értékesítését is. Miután 2017-ben a Discovery Channel, az IDx, a TLC, a History, a Travel Channel valamint októbertől a Sony Max, Sony Movie Channel, Boomerang csatornákkal bővült a portfólió, 42 csatorna szerepel a portfóliójukban, a közönségarányt tekintve piacvezető pozíciót jelent.

Az Atmedia portfóliója (2018. január):

AXN, Cartoon Network, Chili TV, Discovery Channel, Disney Channel, DoQ, Duna, Duna World, FEM3, FOX, History Channel, Humor+, Galaxy, IDx, Izaura TV, Kiwi TV, M1, M2/Petőfi, M3, M4 Sport, M5, Mozi +, Music Channel, National Geographic, Nat Geo Wild, Prime, Sláger TV, Spiler TV, Story4, Story5, Super TV2, TLC, TV2, Travel Channel, VIASAT3, VIASAT6, Zenebutik, Sony Max, Sony Movie Channel, Boomerang, Ozon Network, Life Network

A Printimus Kft.-ről

A társaságot az Opus Global Nyrt. leányvállalata az Opimus Press Zrt. alapította a kezelésében lévő médiaportfólió (Mediaworks Hungary Zrt.), valamint egyéb hirdetési felületek reklám közzétételi tevékenységének koordinálása érdekében. A Printimus a Mediaworks kiadásában megjelenő online magazinok és napilapok online mutációi mellett kizárólagos értékesítési joggal rendelkezik az Inform Média Lapkiadó Kft. és a Lapcom Kiadó Zrt. online médiafelületeinek értékesítésére is. A társaság célja a továbbiakban a webes tartalomgyártás, a konferencia- és rendezvényszervezői tevékenység, illetve újabb piacokat megcélzó megoldások megvalósítása. A Printimus az elkövetkező években az online hirdetési piac jelentős bővülésével számol, és elő kívánja segíteni a hirdetési felületek kínálatának bővítését a hagyományos –tv, rádió, nyomtatott sajtó – mellett.