

Auf Wachstumskurs: plista gewinnt Marc-Oliver Michel als Head of Ad Sales

- Sales Team soll von 10 auf 20 Mitarbeiter ausgebaut werden, um Agenturen, Werbetreibende und Publisher kompetent und umfassend zu betreuen
- plista Management-Mitglied Roman Rosete ten Pas verantwortet ab sofort als Vice President Sales den Aufbau des gesamten Sales Bereichs

Berlin, 15. Dezember 2010 – Mit seiner über 15-jährigen Expertise in der Entwicklung, Führung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsstrategien im Online- und Offline-Bereich verstärkt der Branchenprofi Marc-Oliver Michel ab sofort das Audience Werbenetzwerk plista (www.plista.com). Er wurde als Head of Ad-Sales eingestellt, um eine schlagkräftige Unit von bis zu 10 Mitarbeitern innerhalb der nächsten drei bis sechs Monate aufzubauen, zu leiten und bis Ende 2011 zu verdoppeln. „Unser Ziel ist es, Agenturen wie Werbetreibenden kompetent und mit umfassender Fachkenntnis zur Seite zu stehen und so die bestehenden Online-Media-Strategien durch die höchst effektiven Formate und Technologien von plista zu ergänzen,“ so der Vertriebsexperte, der zuvor bei der xplosion interactive GmbH, der UNICAST Germany GmbH, der DoubleClick Deutschland GmbH und als selbständiger Berater tätig war.

Gleichzeitig wird Roman Rosete ten Pas, der bereits seit August 2009 als Sales Director Teil des Management-Teams von plista ist, ab sofort als Vice President Sales für den Aufbau des gesamten Sales Bereichs verantwortlich sein. Sein Fokus wird dabei auf der Beratung der Media-, Werbe-, PR- sowie Performance-Agenturen und dem Account Management liegen. Parallel betreut er weiterhin den Publisher-Bereich und baut das Werbe-Netzwerk weiter aus. Dabei wird er tatkräftig vom Head of Ad Sales (Marc-Oliver Michel) und auf der Publisher-Seite von Jana Kusick unterstützt.

„Wir freuen uns sehr, mit Marc-Oliver Michel einen Sales-Profi gewonnen zu haben, der langjährige Expertise mit ansteckender Motivation vereint und somit genau der richtige Mann für unser stark wachsendes Ad Sales Team ist,“ so Dominik Matyka, Geschäftsführer der plista GmbH (www.plista.com), die erst kürzlich eine [erfolgreiche Series-A-Finanzierungsrunde abschließen](#) konnte.

plista entwickelt innovative Lösungen, die Verlagshäuser und andere Online-Publisher in die Lage versetzen, deren Internet-Leserschaft stärker zu binden und gleichzeitig bestehenden Online-Werbekunden attraktivere Marketingmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Gleichzeitig können lokale Werbekunden, die bisher nur auf Print gesetzt haben, mit einfachen Tools wie dem 1-Click-Ad-Creator für Online-Werbekanäle gewonnen werden. Dafür realisiert plista zusammen mit Publishern individuelle Selbstbuchungsplattformen und kreiert völlig neuartige Werbeformate wie Recommendation- oder Picture-Ads. Parallel dazu wird die plista-eigene Empfehlungstechnologie zur Auslieferung benutzerspezifischer Inhalte- und Produktempfehlungen ständig optimiert und an die sich verändernden Lesegewohnheiten der Nutzer angepasst.

Über die **plista GmbH**: plista (www.plista.com) bietet Webseitenbetreibern und Verlagen innovative und nutzerfreundliche Werbeformate und Selbstbuchungsplattformen an. Mit 40 Mitarbeitern, allein in Deutschland, betreibt plista ein Audience Werbenetz von über 500 Publishern und 50 Verlagshäusern in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich und Slowenien. Mit Anzeigeformaten im Bild-, Text- und Video-Bereich und vielfältigen Targeting-Möglichkeiten ist plista seit 2009 am Markt.

Medienkontakt:

Miriam Rupp | Mashup Communications | plista@mashup-communications.de | +49.30.83211975 | <http://blog.plista.com> | www.plista.com | www.facebook.com/plista | www.twitter.com/plista