

Channel Factory ernennt Sales Director DACH

Mit Alexander Woggon setzt das Unternehmen seinen Erfolgskurs fort und reagiert auf die weltweit steigende Nachfrage nach Brand Suitability auf YouTube

München, XX. Februar 2022 [Channel Factory](#), die globale Brand Suitability und Ad Performance Plattform für YouTube, ernennt Alexander Woggon zum neuen Sales Director DACH. Mit Woggon reagiert das Unternehmen auf die gesteigerte Nachfrage nach effizienten und angemessenen Umfeldern für digitale Videowerbung auf YouTube, die aufgrund des veränderten Verbraucherverhaltens und der Fortschritte in der CTV-Technologie in der gesamten DACH-Region rasant wächst.

Alexander Woggon ist ein Autodidakt im Bereich der digitalen Medien. Sein Einstieg in die Branche vor einem Jahrzehnt gibt ihm eine frische Perspektive und hat seinen schnellen Aufstieg bei Unruly Media unterstützt. Dort spielte er sieben Jahre lang als Sales Director eine Schlüsselrolle in der Erfolgsgeschichte des Unternehmens, indem er die Betreuung der größten deutschen Mediaagenturen und Direktkunden übernahm und ausbaute. Er hat seinen Sitz in Hamburg und berichtet an Paco Panconcelli, Managing Director DACH bei Channel Factory in München.

„Channel Factorys einzigartiges Produkt und seine Position auf dem deutschen Markt machen meine neue Position zu einer spannenden Herausforderung. Ich freue mich, Unternehmen dabei zu helfen, ihre Videokampagnen auf sichere und kontextbezogene Weise zu optimieren“, **sagt Woggon**. „Die Nachfrage nach dieser Art von Technologie steigt ständig, und ich bin zuversichtlich, dass wir hier dauerhafte Beziehungen aufbauen können, die die Weichen für eine nachhaltigere Werbezukunft stellen werden.“

Channel Factory hat es sich zur Aufgabe gemacht, für Werbetreibende ein markenadäquates Ökosystem auf YouTube zu schaffen. Hierfür arbeitet der Dienstleister mit Niederlassungen in Hamburg und München eng mit Agentur- und Markenkunden zusammen, um individuelle, kontextbasierte und garantiert performante, Videokampagnen umzusetzen.

Die Ernennung von Woggon folgt auf zahlreiche Neueinstellungen, die Channel Factory in den USA, Großbritannien, Europa und APAC vorgenommen hat. Das Unternehmen hat kürzlich die Ernennung von Christian Rissel, Nordic Sales Director, und Kristin Lewander, Agency and Partnership Manager in Schweden, Fiona Alenda, neue Geschäftsführerin für Frankreich, Alex Littlejohn, neuer Geschäftsführer für die APAC-Region, Anette Heier White, Business Development Manager in Norwegen, Szymon Szmigiel als Sales Director in Polen sowie vier strategische Neueinstellungen in Großbritannien bekannt gegeben, um seine Präsenz weiter auszubauen und Kunden in diesen Schlüsselmärkten zu unterstützen.

Paco Panconcelli, Managing Director DACH bei Channel Factory, sagt: „Die Bedeutung von Brand Safety, Suitability und kontextbezogener Werbung wird für Agenturen und Marken



immer deutlicher. Da wir unsere Präsenz auf dem DACH-Markt kontinuierlich ausweiten wollen, freue ich mich, dass Alex unser Team verstärkt - seine bodenständige Art und seine natürliche Affinität zu Menschen sind die ideale Grundlage, um hier einen exzellenten Service zu bieten und unser Geschäft auszubauen."

Über Channel Factory

Channel Factory ist eine globale Technologie- und Datenplattform. Sie maximiert sowohl die Leistungseffizienz als auch die kontextbezogene Platzierung der 5 Milliarden YouTube-Videos sowie der gut 500 Stunden Videomaterial, die pro Minute neu auf YouTube hochgeladen werden, und verwandelt all das in markentaugliche, effiziente Werbemöglichkeiten. Channel Factory will ein Video-Ökosystem erschaffen, das Kreative, Marken und Konsumenten miteinander verbindet und Marketern Zugang zu den relevantesten Videos und Kanälen eröffnet.

Durch die firmeneigene Plattform, die auf den umfangreichsten YouTube-Datensatz der Branche zurückgreift, ermöglicht Channel Factory eine hochindividuelle Brand Suitability, ein maßgeschneidertes Content-Targeting und eine maximale und garantierte Performance für Werbetreibende. Der Algorithmus stellt nicht nur sicher, dass Werbetreibende mit Inhalten konfrontiert werden, die zu ihrer Marke passen. Durch die Kampagnenoptimierung anhand aktiver und historischer KPIs, liefert er auch belastbare Ergebnisse.

Channel Factory verfügt über Niederlassungen in den USA und ist in über 30 Ländern weltweit vertreten, darunter Großbritannien, Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Italien, Frankreich, Deutschland, Spanien, Ukraine, Australien, Hongkong und Singapur.