

PRESSEMITTEILUNG

Meilenstein in der Crossmedia-Planung: Seven.One Media launcht die CrossDevice-Bridge für TV, Online und Mobile und ermöglicht geräteübergreifende Kampagnenplanung

Unterföhring, 3. Dezember 2020. Seven.One Media erfüllt einen der größten Wünsche seiner Werbekunden und launcht seine CrossDevice-Bridge. TV und Digital-Werbekampagnen können somit erstmals gemeinsam über alle Geräte hinweg angesteuert werden. Möglich macht das die neue Haushalts-ID: Über die Nutzung des gemeinsamen WLAN-Routers ordnet Seven.One Media jedes Gerät im Haushalt einer eindeutigen Haushalts-Kennung zu, die dann für die Kampagnensteuerung verwendet wird. Dabei ist es ganz egal, ob die Kontakte über das TV-Gerät, das Smartphone oder einen Desktop-PC stattfindet.

CrossDevice, auch für klassische TV-Haushalte

Seven.One Media beschränkt das Angebot für Werbetreibende nicht auf die Smart TV-Haushalte: Die CrossDevice-Bridge deckt auch TV-Haushalte ab, die über kein HbbTV-fähiges und ans Internet angeschlossenes TV-Gerät verfügen. So können Werbetreibende auch Haushalte mit klassischem TV-Gerät crossmedial planen und ansprechen. Für die Ausspielung zusätzlicher digitaler Netto-Reichweite zur TV-Buchung wird das gemessene TV-Nutzungsverhalten der Addressable-TV-Haushalte über statistische Zwillinge auf andere Haushalte und die darin befindlichen digitalen Devices übertragen. So kann die CrossDevice-Bridge künftig insgesamt 37 Millionen Haushalte adressieren.

Thomas Wagner, Chief Sales Officer Seven.One Entertainment Group:

„Unser CrossDevice-Produkt ist die Antwort auf eine der zentralen Media-Fragestellungen und ein Meilenstein in der Crossmediaplanung. Alle Endgeräte – vom TV bis zum Smartphone – werden mit der CrossDevice-Bridge erstmals einem Haushalt zugeordnet und gemeinsam planbar. Unsere Kunden können ihre TV-Kampagne ab sofort mit digitalen Zusatzkontakten optimieren. So wird Fernsehen aktiver Bestandteil der Digitalkampagne – und umgekehrt.“

Seven.One Media unterscheidet zwei CrossDevice Usecases:

Incremental/Multiply: Reichweiten- und Kontaktoptimierung durch geräteübergreifende Kampagnenplanung

Erstmals können Kontakte, die über ein bestimmtes Gerät erreicht wurden, über ein anderes Gerät gezielt nochmals angesprochen werden – eine Grundvoraussetzung für geräteübergreifende Storytelling-Ansätze. Menschen, die etwa die reine Imagewerbung einer Marke auf dem TV-Screen bereits gesehen haben, können auf dem Smartphone darauf aufbauend mit detaillierten Produktangeboten angesprochen werden.

Im Umkehrschluss ist es auch möglich, gezielt Zusatzreichweite aufzubauen. So können etwa über das Smartphone Menschen angesprochen werden, die bisher KEINEN Kontakt zur TV-Kampagne hatten. Dadurch können Kampagnenreichweiten über die unterschiedlichen Medienkanäle optimiert und ausgebaut werden.

Audience Transfer: Eigene Digitaldaten auch für den TV-Screen nutzen

Werbekunden können ab jetzt die Daten aus ihren eigenen Webshops und Webseiten erstmals zur Mediaplanung ihrer TV-Kampagne nutzen. Menschen, die bereits den Webshop einer Marke besucht haben, sehen auf diese Weise auf dem TV-Screen an ihre bisherigen Kaufinteressen angepasste Werbung. Auch Datensegmente Dritter können im Rahmen des Audience Transfer integriert werden.

So funktioniert CrossDevice:

Die Technologien der AdTech-Beteiligung Virtual Minds spielen beim Setup der CrossDevice-Bridge eine zentrale Rolle: Das neue übergreifende Werbetooll der Seven.One Media matcht die Nutzungsdaten der Seven.One Entertainment-Plattformen mit den Daten anderer an die Data-Managementplattform von The ADEX angeschlossenen Angebote. So bildet die CrossDeviceBridge auf einer großen Datenbasis Haushaltsgruppen aus verschiedenen Devices ab. Über die programmatischen Handelsplattformen Yieldlab (SSP) und Active Agent (DSP) werden die CrossDevice Inventare dann für die Kunden von Seven.One Media buchbar gemacht.

Buchbar: Seven.One Media-Inventar über Active Agent

Über die CrossDevice-Lösung von Seven.One Media können das beliebte Addressable TV-Werbeformat SwitchIn und sämtliche von Seven.One Media vermarkteten InStream- und InPage-Werbeflächen in Browsern und Apps kombiniert werden. Diese sind für Kunden und Agenturen über Active Agent programmatisch frei buchbar.

Buchbar: Inventarübergreifend über esome

Gemeinsam mit dem ebenfalls zur Seven.One Entertainment Group gehörenden Crossmedia-Spezialisten esome ermöglicht Seven.One Media die übergreifende crossmediale Planung über Seven.One-Werbeflächen hinaus. Das macht die Seven.One-Adressable-TV-Werbemittel auch mit digitalen Werbeflächen außerhalb des Unterförhinger Vermarktungsportfolios kombinierbar.

Ein entscheidender Vorteil für die Werbekunden, wie Thomas Wagner

betont: „Wir öffnen unsere CrossDevice-Bridge durch die Zusammenarbeit mit esome auch für die Inventare anderer Publisher. Die Addressable-TV-Reichweite der Seven.One Entertainment Group wird somit kombinier- und planbar mit den größten deutschen Webangeboten.“

In den letzten zwölf Monaten testete Seven.One Media die neue Lösung mit mehr als 20 Kundenkampagnen und entwickelte parallel die programmatische Schnittstelle zur Buchungsplattform Active Agent.

Dr. Jens Mittnacht, als Geschäftsführer Seven.One Media für die Produktentwicklung zuständig: „Unsere CrossDevice-Bridge hat ihre Feuerprobe bereits bestanden und geht jetzt in den Livebetrieb über. Bei den mehr als 20 abgewickelten Testkampagnen konnte die Netto-Reichweite im Schnitt um rund 30 Prozent, die Kontaktdosis sogar über 40 Prozent gesteigert werden und das je nach Zielsetzung und Ausgangslage auch schon bei kleinen Kampagnenbudgets.“

Aktuelle Pressemitteilungen und News finden Sie ab sofort im neuen Presseportal unter presse.seven.one

Über [esome](#):

Der Media Outcome Manager aus Hamburg verfolgt einen klar ergebnisgetriebenen Ansatz und setzt mit Werbetreibenden KPI-basierte Mediaplanung- und Aussteuerung über alle sozialen Netzwerke sowie programmatischen Inventare um. Mit der CrossDevice-Bridge bietet esome den Werbetreibenden neue und innovative Möglichkeiten diese KPIs zu realisieren.

Über [Virtual Minds](#):

Die 2001 gegründete virtual minds AG (Freiburg) vereint als Holding namhafte Digital- und Mediatechnologieanbieter unter ihrem Dach. ADITION technologies (Enterprise-Marketing-Plattform, Ad-serving und Active Agent Omnichannel-DSP), The ADEX (Data-Management-Plattform, Cross-Device-Medialösungen) und Yieldlab (Omnichannel-SSP) gehören seit Jahren zu den deutschen und europäischen Top-Playern in ihren jeweiligen Segmenten und bilden gemeinsam das führende europäische modulare Full-Stack-Angebot für den digitalen Werbemarkt. Zu den



internationalen Kunden von virtual minds zählen große Verlags- und TV-Häuser und ihre Vermarktungsunits, Agenturgruppen sowie zahlreiche Top-Werbungtreibende. Die virtual minds AG ist eine 100%-ige Tochter der ProSiebenSat.1 Group.

Pressekontakt:

Felicitas Giese
Senior PR Manager
Comm. & PR Strategy, Digital & Sales

mobile: +49 151 531 499 46
email: felicitas.giese@seven.one

Medienallee 7 · 85774 Unterföhring
www.Seven.One

Seven.One Media GmbH

Ein Unternehmen der

