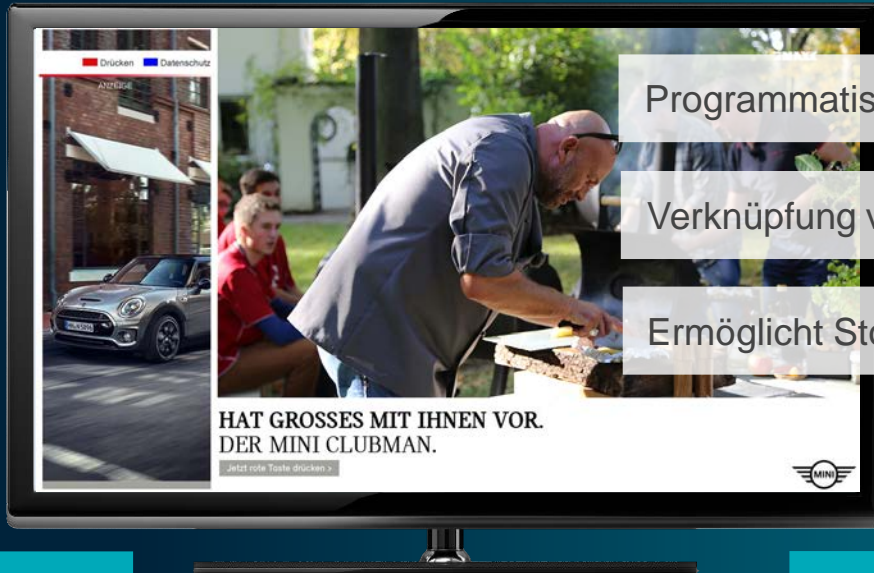


# ADDRESSABLE TV PROGRAMMATIC RETARGETING KAMPAGNE MINI CLUBMANN

CASE REPORT

# Erste Addressable TV Programmatic Retargeting Kampagne



Programmatische Buchung und Auslieferung

Verknüpfung von programmatischen ATV und Retargeting

Ermöglicht Storytelling und Steigerung der Netto-Reichweite

First Mover

**PREX** 

SSP

**YL+** Yieldlab

DSP

  
Active Agent

# MINI Clubman Kampagnen KPIs



Mini Clubman	Addressable TV Programmatic Kampagne
Kampagne	MINI Clubman
Laufzeit	21.07. – 02.08.2017
Ad Impressions	Gesamt: 1.275.740 mit TV-Spot Kontakt: 638.208 ohne TV-Spot Kontakt: 637.532
Clicks, CTR	3.158 Clicks   0,25% Ø Clickrate
Microsite	3.158 Visits, 4.295 VideoViews, 45 Sek. Ø Verweildauer
Belegung	MaxReach, Retargeting TV-Spot

## Gezielte Kontakt-Steuerung über TV-Spot Retargeting

A



TV-Spot  
Kontakt

**938.000**  
Unique Devices

**638.000** Als



SwitchIn XXL  
Kontakt

(Ziel: 4 Kontakte)

**199.000**  
Unique Devices

B



Kein  
TV-Spot  
Kontakt

**638.000** Als



SwitchIn XXL  
Kontakt

(Ziel: 4 Kontakte)

**251.000**  
Unique Devices

## 2 Ziele: Intensivierung und Steigerung der Netto-Reichweite



### Kontaktverteilung ATV Kampagne (Unique Devices in Tsd.)

20% Intensivierung

+27% Netto-RW

251

199

938

Kontaktziel:

Je 4 SwitchIn-Kontakte

1.189

TV-Spot

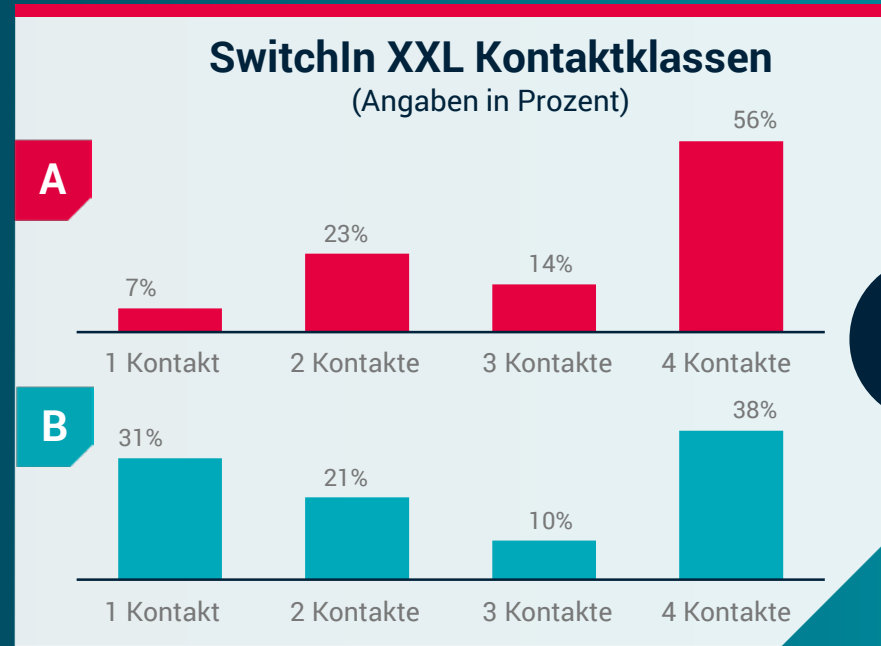
SwitchIn XXL  
Reminder

SwitchIn XXL  
Incremental

Gesamt

5

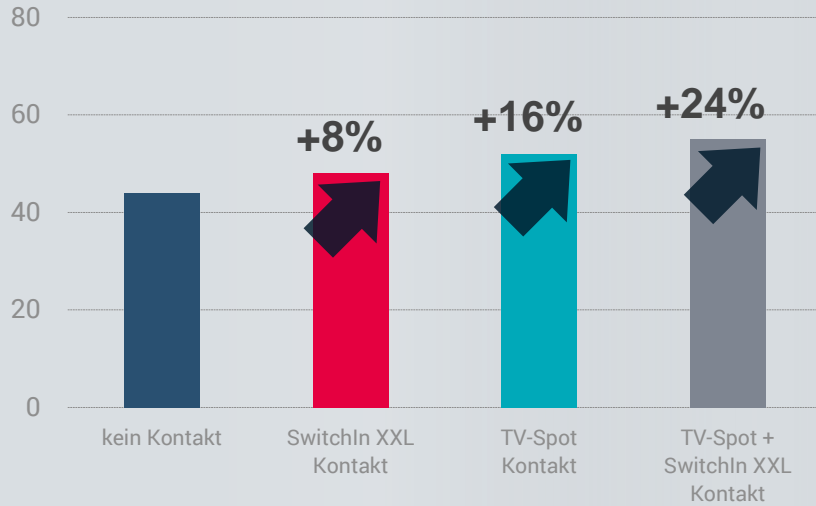
# Kontaktklassen-Optimierung via SwitchIn



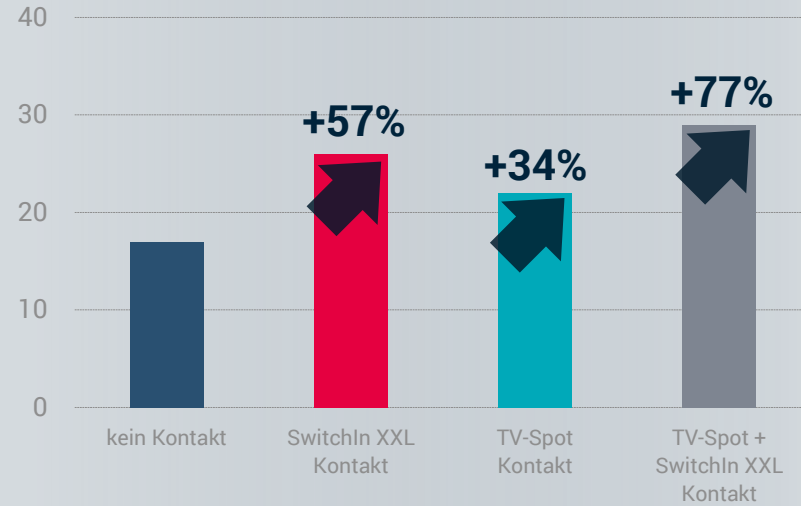
0,25%  
Ø CTR

# Kombination von TV Spot + SwitchIn XXL besonders wirksam

**Ungestützte Markenbekanntheit**  
Angaben in Prozent



**Ungestützte Markenbekanntheit nach Werbemittel**  
Angaben in Prozent



## SwitchIn XXL wird weniger störend als andere Werbung empfunden



52%

der Nutzer finden den  
SwitchIn XXL weniger störend  
als andere Werbung



## MINI: Erfolgreiche Addressable TV Programmatic Retargeting Kampagne



**Steigerung der Kampagnen Netto-Reichweite um 27%**



**20% der TV-Spot Kontakte erhalten SwitchIn XXL als Reminder**



**Steigerung der Klickrate durch Kontaktklassenoptimierung**



**Die Kombination TV-Spot plus SwitchIn XXL treibt die Bekanntheit und Werbeerinnerung am stärksten**



**SwitchIn XXL wird weniger störend als andere Werbung empfunden**

## Research Steckbrief

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	SmartTV-Onlinebefragung über Connected TV anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
<b>Auswahlverfahren</b>	Einladung über SwitchIns
<b>Zeitraum</b>	24. Juli bis 02. August 2017
<b>Stichprobe</b>	n = 1.034
<b>Wirkungsmaße</b>	Markenbekanntheit Automodelle, Werbeerinnerung Automodelle, Bewertung SwitchIn

## Kontakt

### SevenOne Media GmbH

Medienallee 4  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89/95 07 – 34 69 3  
Fax +49 (0) 89/95 07 – 43 99

### Sales Region Hamburg

An der Alster 47  
D-20099 Hamburg  
Tel. +49 (0) 40/44 11 16 – 0  
Fax +49 (0) 40/44 11 16 – 66

### Sales Region Düsseldorf

Zollhof 11  
D-40221 Düsseldorf  
Tel. +49 (0) 211/4 96 94 – 0  
Fax +49 (0) 211/4 96 94 – 20

### Sales Region Frankfurt

Rotfeder-Ring 11  
D-60327 Frankfurt/Main  
Tel. +49 (0) 69/27 40 01 – 0  
Fax +49 (0) 69/27 40 01 – 30

### Sales Region Berlin

Rungestr. 22  
D-10179 Berlin  
Tel. +49 (0) 30/3 19 88 08-49 81