

PRESSEMITTEILUNG

Premiere: SevenOne Media ermöglicht erstmals programmatische Addressable-TV-Kampagnen

- **PREX und Publicis Media buchen programmatische Kampagnen für LoveScout24 und Nestlé**
- **Technische Grundlage ist programmatische Infrastruktur von Virtual Minds**

Unterföhring, 08. September 2016. SevenOne Media setzt zusammen mit den beiden Mediaagenturen PREX Programmatic Exchange und Publicis Media erstmals Addressable-TV-Kampagnen programmatisch um. Damit erweitert der führende Bewegtbildvermarkter die innovativen Möglichkeiten von Addressable TV um die Vorteile programmatischer Buchungen. PREX, ein Joint Venture für Programmatic Advertising von Plan.Net und Mediaplus, setzt bei der Kampagne für den Kunden LoveScout24 auf soziodemografisches und regionales Targeting, während Publicis Media für den Kunden Nestlé den Sales-Channel mit temporären Kampagnen-Peaks über Addressable-TV zusätzlich verstärkt.

Die Buchung der programmatischen Addressable-TV-Kampagnen basiert auf dem umfassenden AdTech-Ökosystem von Virtual Minds: Während die Agenturen über Active Agent mit zusätzlichen Datenschnittstellen arbeiten, nutzt SevenOne Media die marktführende SSP (Supply Side Platform) Yield Lab. An der Freiburger Unternehmensgruppe Virtual Minds ist ProSiebenSat.1 beteiligt.

Thomas Port, Geschäftsführer SevenOne Media: „Mit der erstmaligen Umsetzung von programmatischen Addressable-TV-Kampagnen zeigen wir, wie wir die Vorteile von Addressable-TV als Verbindung aus linearem TV und Online mit unseren starken AdTech-Tools zusammenbringen können. Für Agenturen und deren Kunden bietet das erweiterte Möglichkeiten – insbesondere beim passgenauen Targeting und beim Einsatz von Daten.“

„Wir beginnen heute ein neues programmatisches Zeitalter, denn mit der programmatischen Aussteuerung der Nestlé-Werbekampagne über das Switch-In Format im linearen TV können wir erstmals in Echtzeit die Kampagnenbotschaft an die zu diesem Zeitpunkt relevantesten Suchanfragen anpassen. Dabei helfen uns Google Trends und unsere eigene programmatische Plattform AOD“, sagt **Lothar Prison, Chief Digital Officer von Publicis Media.**

„Die programmatische Umsetzung des SwitchIn-Formats für den Kunden LoveScout24, der innerhalb der Serviceplan Gruppe von Mediaplus und Plan.Net Media über alle Mediengattungen hinweg betreut wird, ermöglicht uns erstmalig eine datengestützte Kampagnenaussteuerung auf Fernsehgeräten. Durch den programmatischen Einkauf über unsere DSP (Demand Side Platform) erhält LoveScout24 zu jeder Zeit die volle Kontrolle über Werbemittel- und Zielgruppenzuweisung“, sagt **Julian Simons, Geschäftsführer von PREX**.

ProSiebenSat.1 Media SE
Ansprechpartner:

Maurice Böhler
Konzernkommunikation Sales
ProSiebenSat.1 Media SE

Tel. +49 [89] 95 07 - 4139
Fax +49 [89] 95 07 - 94139

Maurice.Böhler@prosiebensat1.com
www.sevenonemedia.de

Marcus Prosch
Leiter Kommunikation Sales & Diversifikation
ProSiebenSat.1 Media SE

Tel. +49 [89] 95 07 - 8920
Fax +49 [89] 95 07 - 98920

Marcus.Prosch@prosiebensat1.com