

PRESSEMITTEILUNG

Geotargeting für den RedButton

SevenOne Media und Dentsu Aegis Network werben für Opel erstmals regional im Connected TV

Unterföhring/ Wiesbaden, 25. Februar 2015. Gemeinsam mit dem Pilotkunden Opel schlagen das Dentsu Aegis Network und SevenOne Media eine neue Brücke vom linearen Fernsehen ins Internet: Erstmals nutzen sie die RedButton-Technologie, um bereits im Werbeblock zusätzliche regionale Informationen auszusenden. Das heißt: Die Zuschauer erhalten bereits im TV-Werbeblock Informationen zum Opel-Händler in ihrer Nähe.

Opel nutzt diese Option im Rahmen der aktuellen Kampagne für den neuen Opel Corsa. Der sechswöchige Testlauf startete am 23. Februar 2015 auf den Sendern SAT.1, ProSieben und kabel eins. Betreuende Mediaagenturen sind Carat sowie deren Digital-Schwester iProspect. Im Rahmen der Corsa-Kampagne werden deutschlandweit alle für Opel relevanten Städte oder Ballungsräume via Geotargeting angesteuert. Auf der RedButton Microsite werden automatisch die Händler der jeweiligen Region gelistet und über einen integrierten QR-Code kann die Webseite des lokalen Händlers aufgerufen werden.

Die Regionalisierung greift damit auf die Connected TV-Reichweite von über 10 Millionen Geräten zu und nutzt erstmals das gesamte Marktpotenzial für das Geotargeting. Durch die Kombination von national ausgestrahlten TV-Spots und regional ausgesteuerten Werbebotschaften erhöht sich der Individualisierungsgrad und die gezielte Aussteuerung von relevanten News für die Konsumenten um ein Vielfaches. Die Aussteuerung ist Dank des eigenständigen HbbTV-Signals unabhängig vom TV-Empfangsweg und umfasst auch die angeschlossene Microsite als möglichen Rückkanal oder zur Vertiefung von Informationen.

Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media:

„Wir regionalisieren erstmals die komplette RedButton-Einblendung über dem TV-Spot und nicht nur die Microsite. Das Targeting greift deshalb im Falle von ProSieben auf die volle Connected TV-Reichweite von mehr als 10 Millionen Geräten im Monat. Damit überschreitet die Reichweite endgültig die kritische Masse, ab der Geotargeting auch für unsere TV-Kunden relevant wird.“

Zoja Paskaljevic, CEO Dentsu Aegis Network Deutschland, ergänzt:

„Dieses innovative Konzept ist ein bedeutender Schritt, um die Kommunikationspotentiale von Connected TV zu nutzen. Durch die maßgeschneiderte Zielgruppenansprache machen wir Kommunikation relevanter für Konsumenten und tragen dadurch nachhaltig zum Erfolg unserer Kunden bei. Durch die maßgeschneiderte Zielgruppenansprache

machen wir Kommunikation relevanter für Konsumenten und tragen dadurch nachhaltig zum Erfolg unserer Kunden bei.“

Tina Müller, CMO & Member of the Management Board Opel Group GmbH: „Die regionale Aussteuerung im Connected TV eröffnet unserem Händlernetzwerk neue Chancen: Wir können die Reichweitenstärke einer nationalen TV-Kampagne mit individuell ausgesteuerten Botschaften gezielt verstärken und potentielle Käufer mit Zusatzinformationen über den Direktzugriff ins Netz versorgen. Diese Möglichkeit zahlt exakt auf unseren Anspruch der innovativen Markenführung ein.“

ProSiebenSat.1 Media AG
Ansprechpartner:

Felicitas Giese
Konzernkommunikation Sales
ProSiebenSat.1 Media AG

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

Felicitas.Giese@prosiebensat1.com
www.sevenonemedia.de

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

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

Marcus.Prosch@prosiebensat1.com

Dentsu Aegis Network
Ansprechpartner:

Judith Weiland
Director Corporate Communications
Nordics, Zentral- und Osteuropa
Dentsu Aegis Network

Tel. +49 [611] 9788 - 424
Fax +49 [611] 9788 - 494

judith.weiland@dentsuaegis.com
www.dentsuaegisnetwork.de