

# PRESSEMITTEILUNG

## **SevenOne Media, Plan.Net und Mediaplus verknüpfen für MINI programmatisches Addressable-TV und TV Retargeting**

- **SevenOne Media und PREX realisieren kombinierte Kampagne mit Spot, programmatischem Addressable-TV und TV Retargeting**
- **Dadurch individuellere Kampagnensteuerung und zusätzliche Reichweiten**

**Unterföhring, 04. August 2017.** SevenOne Media setzt zusammen mit PREX Programmatic Exchange für den Kunden MINI eine Addressable-TV-Kampagne um, die zwei Innovationen im TV-Bereich kombiniert: Programmatic und das neue TV Retargeting. Auf Basis der TV-Kampagne für den MINI Clubman werden die Addressable-TV-Werbemittel programmatisch und abhängig davon, ob es sich um einen Erst- oder Zweitkontakt handelt, mit einem entsprechenden Motiv ausgespielt.

SevenOne Media ermöglicht durch das cookiebasierte TV Retargeting, die Zuschauer individuell anzusprechen – basierend auf der Information, ob der klassische Spot und das Addressable-TV-Werbemittel auf dem TV-Gerät bereits angezeigt wurde oder nicht. So können gezielt auch TV-Zuschauer angesprochen werden, die den MINI-Spot noch nicht gesehen haben – mit entsprechend zusätzlicher inkrementeller Reichweite für die Kampagne.

PREX, das Joint Venture für Programmatic Advertising von Plan.Net und Mediaplus, verantwortet im Auftrag der beiden Agenturen die programmatische Auspielung der Werbemittel. Die Umsetzung der programmatischen Addressable-TV-Kampagne basiert auf dem umfassenden AdTech-Ökosystem von Virtual Minds, SevenOne Media nutzt die marktführende SSP (Supply Side Platform) Yield Lab.

**Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media:** „Erstmals bringen wir programmatisches Addressable-TV und unser neues TV-Retargeting zusammen. Damit zeigen wir, welche smarten TV-Kampagnen mit

Addressable-TV möglich sind und wieviel Potential in dieser innovativen Technologie steckt. Und TV Retargeting bedeutet für die Werbekunden vor allem auch zusätzliche Reichweite!“

**Julian Simons, Geschäftsführer von PREX:**

„Wir freuen uns, dass wir mit SevenOne Media erneut gemeinsam eine Innovation im Programmatic Advertising umsetzen konnten, die für den Kunden MINI ein weiterer Schritt in Richtung datenbasierte Kommunikationssteuerung auch außerhalb ‚klassischer digitaler Kanäle‘ wie Desktop oder Mobile bedeutet. Gerade auch im TV wird diese Form der Kampagnensteuerung dazu führen, dass wir für unsere Kunden noch effizienter und für den User relevanter kommunizieren können.“

Die Addressable-TV-Angebote von SevenOne Media ermöglichen es Werbekunden, den Zuschauer auf Basis der hohen TV-Reichweiten auch per Targeting anzusprechen. Neben TV Retargeting ist bei Addressable-TV die Aussteuerung nach AGF-Daten, Geo-Targeting, z.B. nach Städten sowie Wetter-Targeting möglich. Insgesamt können über Addressable-TV rund 10 Millionen Haushalte mit über 26 Millionen Menschen erreicht werden.

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.Boehler@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