

GOLDBACH CONNECTED TV SPOTS: MAGENTA MIT ERFOLGREICHER FIRST MOVER KAMPAGNE

Magenta Telekom erreicht mit Connected TV Video Werbung neben Zusehern des linearen TVs auch Nutzer von Streaming-Diensten. Erstmals auch über RTB Aussteuerung.

Magenta hat als First Mover erstmals erfolgreich eine Kampagne mit Goldbach Connected TV Spots (CTV Spots) geschaltet. Die Spots wurden im Netzwerkverbund auf allen CTV Spots- Plattformen gezeigt und so die Reichweite im Advanced TV Bereich optimal genutzt.

Mit den Spots im Goldbach Video Network erhöhen werbetreibende Unternehmen auf innovative Art und Weise die Nettoreichweite ihrer Bewegtbild-Kampagnen und sprechen auch – sonst schwer erreichbare – Nutzer von Streaming-Plattformen wie Netflix, Amazon Prime, zusätzlich zu den Zusehern des linearen TV an.

Das Advanced TV Angebot von Goldbach Austria, darunter das neu lancierte Format «Connected TV Spot» sind dabei die zeitgemäße Antwort auf den sich ändernden Bewegtbild-Konsum am TV Gerät.

«Goldbach kann mit seiner Lösung exklusiv auch die Online Streaming-Dienste Seher gezielt erreichen. Somit stellen Connected TV Spots mehr als nur eine Ergänzung zu linearen TV Kampagnen dar. Personen, die lineares TV kaum oder nicht mehr nutzen, können so ganz einfach über das Smart TV wieder zurückzugewonnen werden. », beschreibt Wolfgang Pernkopf, Sales Director Digital bei Goldbach Audience die neue Möglichkeit alle TV Gerät-Nutzer über eine Schaltung erreichen zu können.

«Die innovative und zielgerichtete Ansprache unserer Kunden durch das neue Format Connected TV ermöglichte es uns, unsere Marke erfolgreich und reichweitenstark zu platzieren. », ergänzt Herbert Schöberl, Senior Vice President Digital Business bei Magenta Telekom.

ADVANCED TV IM REICHWEITEN-SIEGESZUG

Mit dem neu geschaffenen Geschäftsfeld «Advanced TV» setzt Goldbach neue Maßstäbe in der digitalen Werbevermarktung. Smart TV Ads, Connected TV Spots und Addressable TV Angebot werden Werbekunden sowohl auf einzelnen Werbeträgern als auch – erstmals in Österreich – im Netzwerkverbund einfach zugänglich gemacht. Über das Produkt «Connected TV Spots» lassen sich Video Spots Netzwerk-übergreifend auf Smart TV Geräten über Apps wie TV Plus, PlutoTV, RakutenTV etc., buchen. Werbekunden haben somit die Möglichkeit, ihre Botschaft in einem exklusiven brand safe Umfeld zu platzieren und direkt auf die Zielgruppe der Streamer bzw. Cord Cutters auszuspielen.

Der Connected TV-Markt entwickelt sich rasant. Mehr als 88 Prozent der Haushalte im DACH-Raum hatten ihren Smart TV bereits vor Corona ans Internet angeschlossen, 75 Prozent davon nutzen die zusätzlichen smarten Funktionen. Das ergab eine Ende 2019 im Auftrag von Goldbach durchgeführte Studie. Eine neue Studie ist gerade in Umsetzung.«Bei der Mehrheit der Befragten wird die ausgespielte Werbung dabei als nützlich wahrgenommen - und auch bei Werbetreibenden spürt man ein zunehmendes Interesse. Die spezifischen Targeting-Möglichkeiten machen die Werbeform auf dem Smart TV zu einer konsequenten Verlängerung jeder Bewegtbild-Strategie. So können zielgerichtet auch die Nutzer von nicht-linearen Inhalten auf dem Big Screen erreicht werden. », fasst Pernkopf die Vorteile der neuen Advanced TV Angebote zusammen.