



© Panthermedia.net/Robert Przybysz

Addressable TV: Haute Couture der Werbung?

IP Österreich geht mit McDonald's Addressable TV in Österreich an – wir haben uns in der Branche umgehört, was man generell zum Thema sagt.

••• Von Dinko Fejzuli

Ende März war es so weit: McDonald's Österreich ist der „First Mover“, der Addressable TV nutzt. Mittels Aufmerksamkeit erregendem interaktivem „Switch in XXL“-Werbemittel wird der Nutzer mit internetvernetztem HbbTV auf den Sendern RTL, Vox und RTL II von McDonald's angesprochen. Drückt dieser dann die gelbe Taste seiner Fernbedienung, wandert er zu einer kundenspezifischen Microsite

mit weiteren Produktinformationen weiter. Gewonnen wurde der Kunde von IP Österreich in Zusammenarbeit mit OMD. Die Technologie von smartclip ermöglicht die Adserver-basierte Auslieferung der Werbung und beinhaltet darüber hinaus das Ad-Management sowie Kampagnenmessung und -Reporting. McDonald's konnte seine Kampagne mit nur einer Buchung über das Addressable TV-Portfolio der Sender RTL, Vox und RTL II aussteuern. TV-Reichweite und Online-Targeting werden durch Addressable TV vereint

und ermöglichten McDonald's, aber auch allen anderen noch kommenden Werbekunden, ihre Endkunden schneller, gezielter und flexibler anzusprechen. „McDonald's war besonders schnell und mutig, hier gemeinsam mit uns den Startschuss in Österreich zu geben. Es macht Freude, mit langjährigen Werbepartnern gemeinsam über neue Möglichkeiten am Markt zu sprechen und diese umzusetzen. Eines ist klar: Addressable TV ist in Österreich angekommen und wird auch in Zukunft ein fester Bestandteil der Werbebranche

bleiben“, beschreibt Matthias Zottl, Head of Online IP Österreich, auch seinen Standpunkt gegenüber Addressable TV. Hört man in die heimische Werbe- und TV-Szene hinein, so gehen die Meinungen dazu auseinander – und zwar quer durch die TV-Kunden, Agenturen und Vermarkter.

„Das wichtigste Thema“ MindShare-Geschäftsführerin Friederike Müller-Wernhart streut den neuen Möglichkeiten virtuell Rosen: „Strategisch ist Addressable TV sicher das wichtigste Thema für die Umsetzung