

© T-Mobile/IP Österreich

Persönliche Ansprache

Aktuell sucht T-Mobile auf den IP-Sendern den direkten Kontakt zu seinen Kunden.

während der linearen Ausstrahlung der Fernsehinhalte über den Adserver relevante Zielgruppen adressieren. Derzeit gibt es in Österreich rund 525.000 potenziell erreichbare, an das Internet angeschlossene HbbTV Unique Devices. Seit Beginn des Jahres 2017 bis März 2017 stieg die Nutzungsrate der HbbTV-Geräten in Österreich bereits um 12–15% mit einer weiterhin steigenden Tendenz.

Eine Buchung reicht

Die Technologie von smartclip ermöglicht die Adserver-basierte Auslieferung von Werbung und beinhaltet darüber hinaus das Ad Management sowie Kampagnen-Messung und -Reporting.

Werbekunden und Mediaagenturen können ihre Kampagnen mit nur *einer* Buchung über das Addressable TV-Portfolio der Sender RTL, Vox und RTL II aussteuern. TV-Reichweite

T-Mobile goes Addressable TV

Der Mobilfunker spricht auf den Sendern der IP-Gruppe via interaktive Switch-in XXL-Werbemittel zu den Kunden.

WIEN. „Loyal ist nicht egal“, heißt es ab sofort auf allen internetfähigen HbbTV-Geräten in Österreich. T-Mobile startet als erster Telekommunikationsanbieter die gleichnamige Addressable TV-Kampagne auf den Sendern der IP Österreich. Mittels interaktivem „Switch-in XXL“-Werbemittel sowie einer „Advanced Microsite“ bewirbt T-Mobile aktuelle Angebote bei RTL, Vox und RTL II und erreicht damit gezielt den gewünschten Endkunden.

Gelbe Taste drücken

Durch das Drücken der gelben Taste auf der Fernbedienung des Fernsehgeräts gelangt der Zuschauer auf eine umfassende kundenspezifische Microsite, um weitere Produktinfos zu erhalten.

Die „Switch-in“-Formate sorgen durch ihr Alleinstellungsmerkmal für Aufmerksamkeit, Information und Bekanntheit.

„Wir freuen uns, als einer der ersten Kunden beim Projekt ‚Addressable TV‘ mit dabei zu sein und damit unsere lineare TV-Kampagne zu unterstützen. Als innovationsgetriebenes Unternehmen ist es uns wichtig, gemeinsam mit der IP Österreich neue Werbeformen und deren Entwicklung zu fördern und zu unterstützen“, so Joanna Klein, Brand Communications & Brand Manager, T-Mobile. Betreut wird T-Mobile in Österreich von der Agentur MediaCom, für die es ebenfalls wichtig ist, „bei Innovationen als Early Adopter dabei zu sein, vor allem wenn es in das Kampagnenziel des Kunden passt“, so Cathrin Fuchs, Account Manager bei MediaCom.

Neuer Schub

Seit März 2017 lässt die IP Österreich das Addressable TV-Portfolio der Sender RTL, Vox und RTL II exklusiv über die

smartclip Addressable TV-Plattform ausliefern und zählt somit zu den ersten Addressable TV-Anbietern in Österreich.

„Durch die Zusammenarbeit mit smartclip konnten wir Addressable TV in der österreichischen Werbelandschaft einen neuen Schub geben. Mit T-Mobile haben wir einen der größten Anbieter im Bereich der Telekommunikation für Addressable TV gewonnen. T-Mobile zeigt sich als innovatives Unternehmen und hat sich besonders schnell dazu entschlossen, als einer der ersten Werbekunden diese neue Sonderwerbeform für sich zu nutzen“, so Matthias Zottl, Head of Online, IP Österreich.

Linear digital werben

HbbTV ermöglicht die Darstellung von internetbasierten Inhalten, respektive Werbemitteln. Dadurch kann Werbung gezielt

„

Wir freuen uns, als einer der ersten Kunden beim Projekt ‚Addressable TV‘ mit dabei zu sein und damit unsere lineare TV-Kampagne zu unterstützen.

Joanna Klein
T-Mobile

“

und Online-Targeting werden durch Addressable TV vereint und ermöglichen es dem Werbetreibenden, seinen Endkunden schneller, gezielter und flexibler anzusprechen. (red)