

Ein One Stop Shop für Addressable TV

Mit Goldbach Austria als Partner komplettiert d-force das Angebot für all jene, die in Österreich Addressable TV programmatisch buchen wollen.

••• Von Dinko Fejzuli und Josie Wolfram

All in“ heißt es ab sofort bei der d-force mit Blick auf Österreich. Denn: Mit dem Gewinn von Goldbach Austria als drittem Addressable TV-Anbieter neben IP Österreich und ProSiebenSat.1 Puls 4 können jetzt die programmatisch verfügbaren Inventare aller Addressable TV-Vermarkter im österreichischen Markt über den Programmatic-Video-Spezialisten gebucht werden.

Aus diesem Anlass bat medianet d-force-Geschäftsführer Ralf Hammerath und Goldbach Österreich-CEO Josef Almer zu einem gemeinsamen Interview.

medianet: Herr Hammerath, wie kam es zur Kooperation mit Goldbach?

Ralf Hammerath: Die d-force ist angetreten, um Programmatic Advertising mit Fokus auf Addressable TV maßgeblich mitzugestalten. Das ist wichtig, da die Digitalisierung von TV-Werbung noch am Anfang steht und hier ein großer Wunsch des Marktes nach einfach und effizient buchbaren Kampagnen und Reichweiten besteht. Wir sind zunächst in Deutschland gestartet und im zweiten Schritt in Österreich, weil der Markt hier ähnliche Rahmenbedingungen vorweist, auch mit Blick auf die Präsenz der beiden großen Häuser ProSiebenSat.1 Puls 4 und IP Österreich. Die d-force ist aber eine offene Initiative, und insofern war es ein logischer Schritt, weitere Addressable-TV-Anbieter in Österreich anzu-



Ralf Hammerath, Geschäftsführer d-force, und Josef Almer, Geschäftsführer Goldbach Austria, zur neuen Kooperation.

sprechen und für unsere Idee zu gewinnen. Wir freuen wir sehr, dass jetzt auch Goldbach mit dabei ist.

medianet: Es braucht gewisse Voraussetzungen, ab wann Addressable TV interessant wird. Wie sieht es hier aus?

Josef Almer: Unsere Smart TV-Studie sagt aus, dass 74 Prozent der Haushalte in Österreich über zumindest ein Smart TV verfügen. Die Addressable TV-Reichweite beträgt derzeit 1,5 Mio. Geräte. Dazu muss man sagen, dass vor dem Gerät nicht nur eine Person sitzt, sondern 2,3 Personen im Schnitt. Wir reden hier also von über drei

Facts I

Goldbach Austria

Das Unternehmen umfasst Goldbach Audience Austria und Goldbach Media Austria und vermarktet Medien und Angebote aus den Bereichen TV, Online, Mobile, Advanced TV und Digital-out-of-Home. www.goldbach.com

d-force

Das Joint Venture von ProSiebenSat.1 und RTL Deutschland macht die Addressable-TV- und Online-Video-Inventare der beiden Medienhäuser sowie weiterer Partner über eine zentrale Buchungsplattform für den programmatischen Mediaeinkauf zugänglich. www.d-force.tv

Mio. Personen, die man hierzulande bereits mit Addressable TV-Werbung am Big Screen erreichen kann. Das ist eine relevante Reichweite, die sehr gut ergänzend zum linearen TV genutzt werden kann – mit allen Vorteilen aus der Online-Welt.

medianet: Was kann Addressable TV dazu beitragen, um die klassischen Werbeformen der Kunden anzureichern? Was ist der Vorteil für die Kunden?

Almer: Mit d-force habe ich als Kunde die Möglichkeit, die Angebote der drei Addressable-TV-Vermarkter über eine Plattform, die Active Agent DSP, zu buchen. Jedes Haus verkauft zwar wei-