

Weltneuheit aus Österreich macht TV-Werbung noch präziser: TV-LOAD optimiert Werbeblöcke in Echtzeit – BILD/ VIDEO

ID: LCG22141 | 21.04.2022 | Kunde: Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) | Ressort: Medien Österreich | APA-OTS-Meldung

Arbeitsgemeinschaft TELETEST stellt neues Tool zur Live-Messung des Sehverhaltens und gezielten Ausspielung von Spots an definierte Zielgruppen im Live-TV vor.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications/ Christian Jobst

Video zur Meldung auf [tv-load.at](https://www.tv-load.at)

Wien (LCG) – Die Arbeitsgemeinschaft TELETEST hebt die Qualität von Total-Video-Werbung gemeinsam auf ein neues Niveau und verbindet das Beste aus beiden Welten: die Reichweitenstärke und hohe Umfeldqualität von klassischem TV mit präzisen digitalen Targeting-Möglichkeiten. Die Technologie wurde im gemeinsam mit Red Bull gegründeten Joint Venture TV-INSIGHT entwickelt. Auf Basis von mehr als 1,1 Million verbundenen TV-Geräten wird das TV-Nutzungsverhalten der Seher in Echtzeit gemessen. Die Grundlage bilden Return-Path-Daten von HbbTV-Geräten, die anonymisiert übermittelt werden und damit allen Datenschutzstandards entsprechen. Für das neue Buchungs- und Ausspielungstool TV-LOAD werden sie mit dem validen und transparenten Datenbestand der TELETEST-Messung in Echtzeit hochgerechnet. Bei TV-LOAD werden die Spots in Werbeblöcken anhand der aktuell zusehenden Zielgruppe zusammengestellt. Werbetreibende profitieren von einer präzisen Ansprache der gewünschten Seherschaft im gewohnten Werbeblock auf dem großen TV-Screen, wo Werbung die höchste Wirkung entfaltet.

„TV-LOAD ist ein Leuchtturmprojekt, um die Targeting-Präzision im aufmerksamkeitsstarken und wirkungsvollen Medium TV weiter zu erhöhen. Die gewünschte Zielgruppe wird durch die Echtzeitmessung exakt im Werbeblock erreicht, den sie gerade sieht. Die Relevanz der Spots im Werbeblock steigt für die Seherinnen und Seher weiter, wodurch TV-Kampagnen noch effektiver werden“, fasst **Thomas Gruber** (ATV), Obmann der Arbeitsgemeinschaft TELETEST zusammen.

TV-LOAD ist die Antwort auf den Wunsch nach Brand Safety und Echtzeit-Daten

TV-LOAD wurde von der Arbeitsgemeinschaft TELETEST entsprechend der Bedürfnisse des Werbemarktes entwickelt. Das wegweisende Tool erfüllt den Wunsch nach treffsicherer Zielgruppenansprache und Echtzeitdaten im Live-TV. TV-LOAD-Kampagnen können bei den Vermarktungsunternehmen der Sendergruppen gebucht und über deren Sender hinweg ausgespielt werden. Statt eines bestimmten Werbeblocks entscheiden sich Werbetreibende für eine vorab definierte Zielgruppe, die ihre Kampagne erreichen soll. Divergierende Zielgruppen können mit unterschiedlichen Spot-Mutationen angesprochen werden, um beispielsweise bestimmte Vorteile ein und desselben Produkts gesondert hervorzuheben. TV-LOAD erkennt durch die Echtzeitdaten von TV-INSIGHT innerhalb von Sekunden, welche Sendung auf welchem Sender von der gewünschten Zielgruppe gerade gesehen wird und stellt die Spots für den Werbeblock zielgruppenspezifisch zusammen. Die Prognostizierbarkeit und Performance von Kampagnen steigen dadurch massiv und die gewünschten KPIs lassen sich mit TV-Kampagnen noch schneller erreichen. Durch die Live-Messung und Werbeblock-Komposition können bei einem Vermarkter auch senderübergreifende Frequency Caps gesetzt werden, wie sie von Digitalkampagnen gewohnt sind.

Die Möglichkeit, bestimmte Werbeblöcke zu buchen, besteht bei den Vermarktungsunternehmen selbstverständlich weiterhin. Somit kann etwa kontextbasiert Tourismuswerbung im Umfeld von Reisesendungen geschaltet und die gewünschte Zielgruppe zusätzlich präzise über TV-LOAD erreicht werden. Die Echtzeitmessung sorgt für absolute Transparenz und Präzision im reichweitenstarken Live-TV.

„Statt nervigem Hyper Targeting ermöglicht TV-LOAD effiziente Segmentierbarkeit, um die Zielgruppe im vertrauenswürdigen Premium-Umfeld der kuratierten TV-Inhalte mit absoluter Brand Safety zu erreichen“, hebt **Sebastian Hinterstoisser** (TV-INSIGHT) einen der bahnbrechenden Vorteile des neuen Tools hervor.

„TV-LOAD eröffnet eine vollkommen neue Targeting-Qualität im reichweitenstarken TV, um auch spitzere Zielgruppen gezielt und effektiv zu erreichen. Die Transparenz und geprüfte Stichhaltigkeit der Daten ist ein überzeugendes Argument für Werbetreibende, um sich die einzigartigen Vorteile von Live-TV für ihren Werbeerfolge zunutze zu machen“, ist **Oliver Böhm** (ORF-Enterprise), Obmann-Stellvertreter der Arbeitsgemeinschaft TELETEST überzeugt.

„Die Investition der teilnehmenden Vermarktungshäuser in das neue Tool ist ein Bekenntnis zum Erfolg unserer Kundinnen und Kunden im TV. Mit TV-LOAD revolutionieren wir die Werbemöglichkeiten im klassischen TV und bieten die Möglichkeit, jede Zielgruppe präzise am wirkungsmächtigen TV-Bildschirm zu erreichen“, betont **Walter Zinggl** (IP Österreich), Obmann-Stellvertreter der Arbeitsgemeinschaft TELETEST.

Hohe Datenqualität und Transparenz

Zusätzlich zur Echtzeitmessung durch TV-INSIGHT und dem validen Bestand der TELETEST-Messung stehen Werbetreibenden künftig detaillierte Daten zu ihren Kampagnenerfolgen im TV zur Verfügung. Analog zum Digitalmarkt werden anfangs Reportings auf Basis von Kampagnenebene und Kalenderwoche verfügbar sein. Weitere Dashboards und Live-Reportings befinden sich gerade in der internen Testphase und werden die Informationsqualität über erfolgreiche TV-Kampagnen künftig noch weiter erhöhen und neue Standards für Effektivität im Live-TV setzen.

TV-LOAD startet in Kürze: Vorzeigemodell für den globalen Total-Video-Markt

Derzeit befindet sich TV-LOAD noch in der finalen technischen Testphase, die im zweiten Quartal 2022 abgeschlossen sein wird. Weitere Features werden in naher Zukunft Zug um Zug freigeschaltet. Die Weiterentwicklung des wegweisenden Tools findet in engem Dialog mit Agenturen und Werbetreibenden statt, um bestmöglich die Marktbedürfnisse zu erfüllen. Erste „Friendly Campaigns“ sollen bereits ab dem dritten Quartal 2022 in den Werbeblöcken der teilnehmenden TV-Vermarkter zu sehen sein.

Die Buchung von TV-LOAD-Kampagnen erfolgt über die Vermarkter, die mit ihren Experten bei der präzisen Zielgruppenerreichung durch das neue Tool beraten und das technische Set-up übernehmen.

„Wir sind überzeugt davon, dass die Vorteile dieses innovativen Tools den Weg für viele Neukundinnen und -kunden ins TV ebnen und klassisches Live-TV noch attraktiver für den Werbemarkt machen werden. TV-LOAD hebt die Qualität von TV-Kampagnen auf ein neues Niveau. Wir sind wirklich stolz, dass wir in Österreich den großen Wurf geschafft haben und ein zukunftsorientiertes Vorzeigemodell für den globalen Total-Video-Markt aus der Taufe heben“, so Gruber abschließend.

Weitere Informationen zu TV-INSIGHT und TV-LOAD auf tv-load.at

Über die Arbeitsgemeinschaft TELETEST

Die Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) wurde 2005 gegründet. Seit 2007 ist sie Auftraggeber des TELETEST. Der Arbeitsgemeinschaft gehören ATV, Goldbach Austria, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise sowie ProSiebenSat.1 PULS 4 und Servus TV an. Als gemeinsame Gattungsinitiative der teilnehmenden Medienunternehmen bringt Screenforce Österreich den österreichischen TV-und Videomarkt voran. Weitere Informationen auf screenforce.at sowie agtt.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at
(Schluss)

