

## „TV-LOAD“: Österreichs Broadcaster und TV-Vermarkter geben den Startschuss für die Digitalisierung klassischer, linearer Fernsehwerbung

### BILD

ID: LCG24295 | 20.08.2024 | Kunde: Arbeitsgemeinschaft TELETTEST (AGTT) | Ressort: Medien Österreich | Medieninformation

**Arbeitsgemeinschaft TELETTEST (AGTT), TV-Insight und Virtual Minds vereinbaren strategische Partnerschaft zum Einsatz des Media Manager. Teletest 2.0 und der Media Manager sind die Basis für die Live-Optimierung der linearen TV-Werbeblöcke, kurz „TV-LOAD“.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien/ Salzburg/ Freiburg (LCG) – Österreichs Broadcaster und TV-Vermarkter machen Ernst mit der weltweit ersten Kombination von Realtime-TV-Nutzungsmessung und digitaler Ausspielung von klassischer, linearer Fernsehwerbung. Die in der Arbeitsgemeinschaft TELETTEST (AGTT) organisierten TV-Anbieter und Vermarkter – ATV, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise, Goldbach, ServusTV und ProSiebenSat.1 PULS 4 – haben sich auf den Einsatz des Media Managers von Virtual Minds verständigt, um auf Basis des **Teletest 2.0** erstmals in der Geschichte des klassischen Werbefernsehens eine dynamische Echtzeit-Werbeblockoptimierung im linearen Fernsehen zu ermöglichen („TV-LOAD“). Mit der Nutzung der innovativen Medialösung des europäischen Adtech-Pioniers unterstreichen die österreichischen Broadcaster und Total-Video-Vermarkter ihren Anspruch einer richtungsweisenden Weiterentwicklung von TV-Werbung. Damit nimmt der österreichische Markt eine internationale Vorreiterrolle bei der Umsetzung von innovativen Total-Video-Ansätzen ein.

Mit der Loslösung von der herkömmlichen – nach digitalen Maßstäben starren und veralteten – klassischen TV-Planung auf Basis von Prognosedaten bietet die dynamische Entscheidungslogik des Media

Manager den Vermarktern noch mehr Flexibilität und Effizienz bei der automatisierten, datenbasierten Vermarktung ihrer hochwertigen Inhalte. Das wegweisende Tool berechnet in Echtzeit auf Basis der Teletest 2.0-Daten optimale Werbeblockkompositionen unter Berücksichtigung der aktuellen Zuseherschaft und unter Nutzung frei wählbarer Kriterien. Selbst TV-spezifische Besonderheiten wie die maximale gesetzliche Werbezeit pro Stunde können bei der Ausspielung einfach umgesetzt werden. Der Media Manager und Teletest 2.0 ermöglichen somit eine tiefgreifende Veränderung der bisherigen linearen TV-Werbeplanung und geben dem österreichischen TV-Markt eine Möglichkeit, überzeugende Alternativen zu den globalen digitalen Bewegtbildplattformen zu bieten.

### **Win-Win-Situation für Broadcaster, ihre Vermarkter und Werbetreibende**

Von der ganzheitlichen dynamischen Optimierung von Werbeblöcken im linearen TV profitieren Broadcaster wie Werbetreibende gleichermaßen. Die damit verbundene Flexibilisierung vereinfacht sowohl die Bereitstellung wie auch den Zugang zu klassischen TV-Inventaren und bietet dabei eine erhebliche Effizienzsteigerung: Broadcaster können ihr Yieldmanagement nachhaltig optimieren und damit zusätzliche Erlöspotenziale erschließen, wie Pilottests mit dem Media Manager bestätigen. Werbetreibende und deren Agenturen können deutlich unabhängiger von Vorplanungen agieren und erhalten, wie in der digitalen Werbung, die gekauften Kontakte sichergestellt.

Nach erfolgreichem Testbetrieb wird der Media Manager ab 1. September 2024 in den TV-Häusern ausgerollt.

„Das Zusammenspiel aus Teletest 2.0, TV-LOAD und Media Manager erfüllt alle Bedürfnisse der zukunftsweisenden, datenbasierten und automatisierten Kampagnenplanung, -steuerung und -optimierung in der reichweitenstärksten Mediengattung, dem linearen TV. Dieser Schulterschluss ist ein Meilenstein, um Werbung im linearen TV noch effektiver zu machen und die Vorteile der digitalen Kampagnensteuerung auf den Big Screen zu bringen, wo die Werbewirkung unschlagbar hoch ist. Laut aktueller Bewegtbildstudie von RTR Medien und Arbeitsgemeinschaft TELETEST werden 94 Prozent des gesamten TV-Angebots am großen Bildschirm gesehen. 89 Prozent der am Big Screen konsumierten Inhalte entfallen auf die Programme der Broadcaster. Davon profitiert die Live-Auspielung massiv. Werbungtreibenden öffnen sich revolutionäre Möglichkeiten, ihre Zielgruppe effektiv zu erreichen“, sagt **Thomas Gruber** (ProSiebenSat.1 PULS 4), Obmann der Arbeitsgemeinschaft TELETEST. Er ergänzt: „Diese Pionierleistung des Medienstandorts Österreich hat das Potenzial, die TV-Werbevermarktung der Zukunft nachhaltig zu verändern.“

**Sebastian Hinterstoisser**, Geschäftsführer von TV-Insight: „Unser großes Ziel war es, den heimischen TV-Sendern eine Möglichkeit zu geben, sich im immer schwieriger werdenden Medienmarkt zu behaupten. Deswegen freut es uns wirklich sehr, dass unsere Vision einer digitalen Echtzeit-TV-Messung (Teletest 2.0) kombiniert mit der Live-Optimierung der Werbeblöcke (Media Manager) jetzt in Österreich Realität wird.“

**Tom Peruzzi**, Sprecher der Geschäftsführung und CTO Virtual Minds, erklärt: „Wir freuen uns sehr, dass die österreichischen TV-Häuser und -Vermarkter frühzeitig auf die Leistungsvorteile des Media Manager aus der konsequenten Transformation klassischer Werbe- und Vermarktungsmodelle nach digitalen Logiken und Systematiken setzen und damit die Wettbewerbsposition ihrer Qualitätsmedien nachhaltig stärken. Der Media Manager steht wie kein anderes Mediasystem für echte digitale klassische TV-Werbung, d.h. die digitale One-to-Many-Ausspielung im linearen TV. Mit Funktionalitäten wie der dynamischen Echtzeit-Werbeblockoptimierung ist er nicht nur der Schlüssel für eine bessere Inventarausschöpfung durch die Broadcaster, sondern ermöglicht er auch den Werbetreibenden, klassische TV-Werbung nach digitalen Logiken und mit den entsprechenden Effizienzvorteilen zu planen und buchen. Mit diesem Schritt hebt der österreichische Markt einmal mehr seinen hohen Innovationsgrad und seine weitreichende Digitalisierungskompetenz hervor.“

## 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 ServusTV an. Als gemeinsame Gattungsinitiative der teilnehmenden Medienunternehmen bringt Screenforce Österreich den österreichischen TV- und Videomarkt voran. Weitere Informationen auf [screenforce.at](https://screenforce.at) sowie [agtt.at](https://agtt.at)

## Über TV-Insight

Die TV-Insight wurde 2021 als Joint Venture der Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) und Red Bull gegründet. Das

klare Ziel hinter dem Joint Venture war es, die TV-Messung zu revolutionieren und somit dem TV-Markt eine bessere Zukunftsperspektive zu bieten. Dank des einzigartigen Know-hows und der sehr engen Zusammenarbeit der Gründungsfirmen kann TV-Insight inzwischen die weltweit einzige digitale Echtzeit-Messung für lineares TV anbieten. Weitere Informationen auf [tv-insight.com](http://tv-insight.com)

## Über Virtual Minds

Seit über 20 Jahren steht Virtual Minds für Premium Adtech made in Europe. Die Digital-und Mediatechnologiemarken von Virtual Minds - Addition (Enterprise-Marketing-Plattform und Ad-serving), Active Agent (Omnichannel-DSP), The Adex (Data-Management-Plattform und Cross-Device-Medialösungen), Yieldlab (Omnichannel-SSP) und der Virtual Minds Media Manager (Realtime Playout klassischer linearer Medieninventare) - gehören zu den europäischen und internationalen Top-Lösungsangeboten in ihren jeweiligen Segmenten und bilden gemeinsam das führende europäische modulare Full-Stack-Angebot für den digitalen Werbemarkt. Zu den internationalen Kunden von Virtual Minds zählen große Verlags- und TV-Häuser und ihre Vermarktungunits, Agenturgruppen sowie zahlreiche Top-Werbungtreibende. Virtual Minds ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE. Weitere Informationen auf [virtualminds.de](http://virtualminds.de)

### **+++ BILDMATERIAL +++**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at) (Schluss)

