
Pressemitteilung

Seite 1 von 2

Programmatic Auction bei DOoH: 7Screen und Publicis Media setzen für Heineken erstmals auf Real Time Bidding

Unterföhring, 29. November 2018. – Europapremiere: 7Screen und Publicis Media setzen bei Digital-Out-of-Home (DOoH) eine Kampagne auf Basis eines Private Auction Modells um. So kann die Heineken-Kampagne durch die Agentur per Real Time Bidding programmatisch mit voller Flexibilität und diversen Motiven in Echtzeit eingekauft und angepasst werden.

Das Privat Auction Modell bietet für den Kunden diverse Vorteile: Das dynamische Pricing ermöglicht etwa, das Kampagnen-Budget optimal einzusetzen und die gewünschten Tageskontakte optimal zu erreichen. Über ein übersichtliches Dashboard sehen Kunde und Agentur in Echtzeit die Daten zur Kampagne und können jederzeit nachjustieren.

Die zu Publicis Media gehörende und den Kunden Heineken betreuende Mediaagentur Starcom setzt für die Heineken-Kampagne rund um die UEFA Champions League auf die reichweitenstarken Touchpoints an zehn Flughäfen im Netz von 7Screen. Durch den programmatischen Ansatz kann die Kampagne so ausgesteuert werden, dass das passende Motiv zum aktuellen Spiel des Tages etwa dann auf den Screens erscheint, wenn besonders viele Menschen z.B. am Flughafen München ankommen.

Stefan Krötz, Co-Geschäftsführer 7Screen:

„Das Private Auction Modell setzen wir europaweit als erster Anbieter im DOoH-Bereich um und unterstreichen damit unsere Position als Innovationstreiber. Der programmatische Ansatz bietet viele Vorteile: unsere Kunden profitieren von einer flexiblen Kampagnensteuerung und wir hinsichtlich der optimierten Auslastung unseres Netzes.“

Ansprechpartner:

Maurice Böhler
Senior Referent Kommunikation
Sales & Digital
Tel. +49 [0] 89/9507-4139
Fax +49 [0] 89/9507-94139
E-Mail:
maurice.boehler@prosiebensat1.com

Stefanie Prinz
Leiterin Kommunikation
Sales & Digital
ProSiebenSat.1 Media SE
Tel. +49 [89] 95 07 - 1199
Fax +49 [89] 95 07 - 98920
Stefanie.Prinz@prosiebensat1.com

ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.ProSiebenSat1.com

Twitter:
@P7S1Group

Lothar Prison, CDO Publicis Media:

Seite 2 von 2

„Mit 7Screen haben wir einen Partner gefunden, mit dem wir Programmatic Advertising in dem bislang klassisch dominierten Kanal Out of Home weiterentwickeln und in den echtzeitbasierten Einkauf transferieren können. Dies ist ein sinnvoller und notwendiger Schritt in Richtung Effizienz, Kontrolle und Transparenz und ermöglicht es uns, die Vorteile von Programmatic auch im Bereich Digital-Out-of-Home voll auszuspielen.“

Technologisch basiert das Auction-Modell von 7Screen auf der SSP (Supply-Side-Platform) Yieldlab und der DSP von Active Agent, die Teil des umfassenden AdTech-Ökosystems von Virtual Minds sind. Virtual Minds ist Teil der Advertising Platform Solutions, in der ProSiebenSat.1 alle AdTech-Beteiligungen bündelt.