

PRESSEMITTEILUNG

Seite 1 von 2

SevenOne Media und pilot Berlin setzen für die Mercedes-Benz Niederlassungen in der Region Rhein-Main-Neckar Addressable TV Targeting-Kampagne um

- **Autobauer erreicht via Addressable TV Targeting Premium-Zielgruppe optimal**
- **SwitchIn XXL für Mercedes-Benz A-Klasse sorgt für hohe Aufmerksamkeit**

Unterföhring, 04. Mai 2018. Die Mercedes-Benz Niederlassungen in der Region Rhein-Main-Neckar setzen für den Mercedes-Benz A-Klasse Öffentlichkeitstag 2018 auf eine innovative Targeting-Lösung via Addressable TV: Das neue Predictive Behavioural Targeting von SevenOne Media ermöglicht dem Autobauer, die definierte Premium-Zielgruppe auch am TV optimal anzusprechen und zu erreichen. Für die Umsetzung der Kampagne zeichnet die Mediaagentur pilot Berlin verantwortlich.

Das Targeting-Angebot von SevenOne Media im Bereich Addressable TV bietet unter anderem die Möglichkeit, einkommensstarke Haushalte, Senioren, Singles oder Haushalte mit Kind zu erreichen. Außerdem ist etwa die Aussteuerung nach AGF-Daten, nach der Wettersituation beim Zuschauer oder auch TV-Retargeting möglich. Für die Kampagne wurde das Kriterium Haushaltsnettoeinkommen eingesetzt, zusätzlich werden per TV-Retargeting gezielt TV-Geräte angesprochen, auf denen der nationale TV-Spot angezeigt wurde.

Das SwitchIn XXL Format sorgt dabei gleichzeitig für hohe Exklusivität und Aufmerksamkeit: Im Rahmen einer von SevenOne Media durchgeführten Eye-

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Media SE

Ansprechpartner:

Maurice Böhler
Kommunikation Sales & Digital
ProSiebenSat.1 Media SE
Tel. +49 [89] 95 07 – 4139
Fax +49 [89] 95 07 – 94139
Maurice.boehler@prosiebensat1.com

Marcus Prosch
Leiter Kommunikation
Sales & Digital
ProSiebenSat.1 Media SE
Tel. +49 [89] 95 07 - 8920
Fax +49 [89] 95 07 - 98920
Marcus.Prosch@prosiebensat1.com

Medienallee 7
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenonemedia.de

Tracking Grundlagenstudie zu Addressable TV zeigte sich, dass rund 80% der Zuschauer das SwitchIn XXL aktiv fokussieren.

Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung von SevenOne Media: „Die Kampagne unterstreicht die Vorteile von Addressable TV: Werbetreibende können durch das Targeting bei Addressable TV gezielt potentielle Kunden in den definierten Zielgruppensegmenten ansprechen. Damit übertragen wir eine Mechanik aus der Online-Welt auf den großen Screen.“

Seite 2 von 2

Jens Hochschorner, Leiter Marketingkommunikation, Mercedes-Benz Rhein-Main-Neckar: „Für ein innovatives und hochwertiges Produkt wie unsere Mercedes-Benz A-Klasse mit dem neuen User-Interface MBUX ist die mit SevenOne Media und pilot Berlin umgesetzte Addressable TV-Kampagne in Verbindung mit hochwertigen Zielgruppensegmenten ideal: So erreichen wir im TV direkt die gewünschte Zielgruppe für unser Event!“

Mandala Rugo, Leitung Beratung pilot Berlin: „Große Reichweiten über TV und eine gezielt ausgesteuerte Ansprache über Addressable TV zeigen, wie effiziente und effektive Markenkommunikation heute umgesetzt werden kann. Über das Targeting in die Premium-Zielgruppen konnten wir eine ideale Verlängerung der nationalen Kampagne schaffen.“