
Pressemitteilung

Wachstumsschub für Addressable TV und Onlinevideo: ProSiebenSat.1 und Mediengruppe RTL Deutschland gründen Joint Venture

Seite 1

- **Komplettes Addressable TV- und Onlinevideo-Inventar der Medienhäuser künftig über eine gemeinsame Demand-Side-Plattform (DSP) buchbar**
- **Anforderungen des Werbemarkts umgesetzt: Mehr Auswahl und Reichweite**

Unterföhring/Köln, 05.06.2019. Die Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 gehen eine wegweisende Partnerschaft ein, die in Deutschland einen nachhaltigen Wachstumsschub für die Zukunftsmärkte Addressable TV und Onlinevideowerbung auslösen wird: Werbekunden können künftig die für sie relevanten Zielgruppen im Bereich Addressable TV und Onlinevideo im kompletten Portfolio der Vermarkter von ProSiebenSat.1 und der Mediengruppe RTL buchen – direkt und individuell, mit nur wenigen Klicks. Das Portfolio umfasst die Digitalangebote beider Medienhäuser sowie weiterer Partner.

ProSiebenSat.1 und die Mediengruppe RTL Deutschland gründen dazu ein Joint Venture, über das sie eine Plattform zur automatisierten Buchung von Addressable TV und Onlinevideo steuern werden. Das Angebot der Demand-Side-Plattform ist eine klare Antwort auf die Bedürfnisse der werbetreibenden Wirtschaft: Die Plattform wird im deutschen Markt hohe Reichweiten – mit garantierter Brand Safety – in den schnell wachsenden Werbesegmenten Addressable TV und Onlinevideo bieten. Gleichzeitig stärkt die strategische Partnerschaft die technologische Unabhängigkeit beider Medienhäuser von globalen Tech-Plattformen. Die beiden Unternehmen halten jeweils 50 Prozent an dem Joint Venture.

Bis 2022 wird der Markt für Addressable TV und Onlinevideo in Deutschland voraussichtlich im einstelligen Euro-Milliardenbereich liegen. Aktuell sind bereits rund 18 Millionen TV-Geräte im deutschsprachigen Raum für Addressable TV und somit individualisierte Werbung erreichbar. Diese Entwicklung eröffnet ProSiebenSat.1 und der Mediengruppe RTL Deutschland attraktive Wachstumschancen. Schon heute bieten Addressable TV und Onlinevideo zahlreiche Targeting-Möglichkeiten, etwa nach soziodemografischen Kriterien wie Alter, Geschlecht oder Haushaltseinkommen. Zuschauer und User können dadurch mit für sie relevanten Werbekampagnen im TV und online gezielt angesprochen werden.

Matthias Dang, Geschäftsführer Ad Alliance und Geschäftsführer Vermarktung, Technologie und Daten der Mediengruppe RTL Deutschland:

Ansprechpartner:

ProSiebenSat.1 Media SE

Stefanie Prinz
Leiterin Kommunikation Sales & Digital
Tel.: +49 [89] 95 07-1199Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.comProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
85774 Unterföhring, GermanyPressemitteilung online:
www.ProSiebenSat1.comTwitter:
[@P7S1Group](https://twitter.com/P7S1Group)

Mediengruppe RTL Deutschland GmbH

Cordelia Wagner
Pressesprecherin / Leiterin
Kommunikation IP Deutschland
Tel: +49 [221] 456-74200Cordelia.Wagner@Mediengruppe-rtl.de



„Starke Partnerschaften sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor im digitalen Werbemarkt. Nach der Expansion unserer Ad Alliance gehen wir nun mit dem Joint Venture den nächsten konsequenten Schritt im Bereich der Werbetechnologie und runden den in den vergangenen Jahren erfolgreich aufgebauten Ad-Tech-Stack um die Demand Side ab. Unsere Kernkompetenz sind eigene Inhalte, unser Verständnis von Fernsehen heute lautet Total Video. Dass wir diese qualitativ hochwertigen und 100 Prozent brandsafes Umfeldern nun über eine einheitliche Technologie buchbar machen, bietet dem Markt ein starkes Angebot und eine echte Alternative zu den internationalen Tech-Plattformen.“

Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media:

„Das Joint Venture ist ein Meilenstein für die deutsche Vermarktungsbranche. Wir schaffen einen neuen Standard für Addressable TV und ebnen damit den Weg für intelligente und adressierbare Reichweiten. Gleichzeitig vereinfachen wir die Buchung von kombinierten Addressable-TV- und Video-Kampagnen. Unsere Werbekunden haben uns ihren Bedarf dafür klar signalisiert. Mit dem Joint Venture entsteht eine Win-Win-Situation: Wir bieten Werbekunden eine Plattform für One-Stop-Shopping und geben Addressable TV zugleich einen signifikanten Wachstumsimpuls. Zudem zahlt sich aus, dass wir die Relevanz von Werbetechnologien früh erkannt haben. Damit stellen wir heute die technologische Basis für das gemeinsame Joint Venture mit der Mediengruppe RTL.“

Technologische Basis der neuen Partnerschaft ist die Demand-Side-Plattform Active Agent, die Teil der zur ProSiebenSat.1 Group gehörenden Virtual Minds Gruppe ist. Hierüber können Kunden und Agenturen komfortabel digitale „Total Video“-Kampagnen programmatisch buchen. Beide Vermarkter verzeichnen bei der Nachfrage nach adressierbaren, reichweitenstarken Kampagnen und somit einer effizienten Zielgruppenansprache einen deutlichen und kontinuierlichen Anstieg.

Künftig bedienen die Medienhäuser diese Nachfrage mit ihren jeweiligen Inventaren nun technologisch aus einer Hand sowie mit einem Angebot, das unabhängig davon ist, ob Zuschauer und User im TV oder online erreicht werden sollen. Ziel ist die vermarkter- und endgeräteübergreifende Kampagnenausspielung. Gleichzeitig stellt das Joint Venture den Kunden- und Agentursupport bei Buchungen sicher und entwickelt das Produktportfolio weiter.

Das Vorhaben steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch das Bundeskartellamt.