

## PRESSEMITTEILUNG

### **Zielgruppe optimal erreichen: 7Screen, PREX und Plan.Net Media setzen für MINI Deutschland programmatische DOoH-Kampagne um**

- **MINI bucht programmatische Kampagne mit Geo-Targeting**
- **Über 3.000 Screens zeigen Spots zum MINI mit John Cooper Works Exterieur Paket**
- **Wichtigster Baustein ist die Programmatic-Buchung am Touchpoint 7EAT im neuen Top 10-Cities-Angebot**

**München, 11. Dezember 2017:** MINI möchte mit DOoH technikaffine junge Männer für das John Cooper Works Exterieur Paket begeistern. Dafür setzt der von der Plan.Net Media in München betreute Autobauer mit 7Screen auf die Vorteile von Programmatic Advertising und Geo-Targeting in der digitalen Außenwerbung. Mithilfe von PLZ- und Uhrzeittargeting wird ein Maximum an Aufmerksamkeit in der Zielgruppe generiert.

Erster Baustein der Kampagne sind die zehn größten deutschen Städte am Touchpoint 7EAT mit Screens in „Burger King“-Filialen deutschlandweit. Zweiter Baustein ist der Touchpoint 7HIGHWAY mit knapp 3.000 Screens im Innenbereich von über 360 Autobahn Raststätten, der junge, männliche Entscheider in ganz Deutschland mit sehr geringen Streuverlusten erreicht. Das Kampagnenziel in der Zielgruppe der technik- und produktaffinen jungen Männer ist die Positionierung des John Cooper Works Exterieur Pakets. Ausgespielt wird die Kampagne bis zum Jahreswechsel. MINI setzt als First Mover auf innovative, programmatische Werbeformen im Bereich DOoH.

Ausgesteuert und eingekauft wird die Kampagne von der PREX Programmatic Exchange, dem programmatischen Tradingdesk der Serviceplan Gruppe. Die technische Umsetzung der programmatischen DOoH-Kampagne basiert auf dem umfassenden AdTech-Ökosystem von Virtual Minds: Während PREX über Active Agent mit zusätzlichen Datenschnittstellen arbeitet, nutzt 7Screen die marktführende SSP (Supply-side platform) Yieldlab. Virtual Minds ist Teil der Advertising Platform Solutions, in der ProSiebenSat.1 alle AdTech-Beteiligungen bündelt.



**ProSiebenSat.1**  
**7SCREEN**

**Reinhard Risse, Geschäftsführer 7Screen:** „Gemeinsam mit MINI Deutschland zeigen wir, welche Vorteile Programmatic im DOoH-Bereich bietet: Vereint die Kampagne doch die hohen Reichweiten und hervorragende Umfeldqualität unserer Touchpoints 7Eat und 7Highway mit einer klaren Zielgruppenaussteuerung. Für den Kunden bedeutet das optimale Wirkung und Platzierung der Werbebotschaft!“

**Julian Simons, Geschäftsführer PREX:** „Wir freuen uns, dass wir mit einem langjährigen Kunden des Hauses wie MINI nun erstmals neue Touchpoints programmatisch erschließen und durch die damit verbunden Mess- und Targetingmöglichkeiten effizient ansteuern können.“

ProSiebenSat.1 Media SE:

Maurice Böhler  
Kommunikation Sales  
ProSiebenSat.1 Media SE  
Tel. +49 [89] 95 07 - 4139  
Maurice.Böhler@prosiebensat1.com

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