

Pressemitteilung

## **smartclip setzt erstmals Addressable TV Cross-Device-Technologie um – vom TV-Screen über alle digitalen Endgeräte**

### **Telefónica Deutschland testet Cross-Device-Werbung für o2**

Hamburg, 26. Juli 2018 – Nutzer springen in ihrem Medienkonsum munter zwischen Geräten und Kanälen hin und her – des einen Leid ist des anderen Herausforderung: Addressable TV-Spezialist smartclip hat sie angenommen und seine Cross-Device-Lösung getestet, die zur Identifizierung und Zuordnung des Nutzers eine datenschutzkonforme und intelligente Haushalts- und Geräteerkennung einsetzt. Damit wurde erstmalig eine geräteübergreifende Adressierung möglich – und zwar vom klassischen TV-Screen als Ausgangspunkt über alle digitalen Endgeräte. Telefónica Deutschland mit o2 und die Mediaagentur Forward waren Partner dieser Deutschlandpremiere.

Über die Addressable TV-Plattform von smartclip konnte die lineare mit der nicht-linearen Werbeauspielung verknüpft werden. Der Test mit o2 lief über einen Zeitraum von vier Wochen. Zuschauer, die den o2-Spot im linearen Fernsehen gesehen hatten, wurden gezielt über das Addressable TV- Werbeformat "Switch In" sowie mit weiteren Spotkontakten auf allen internetfähigen Endgeräten wie Laptop, Smartphone und Tablet angesprochen. Die Botschaften wurden so ausgesteuert, dass auf den verschiedenen Endgeräten des Haushalts weitere Werbekontakte erzeugt wurden. Die digitale Auspielung der Werbemittel erfolgte zudem mit einem individuellen Frequency Capping.

So funktioniert die Technologie von smartclip: Für die TV-basierte Haushaltsadressierung werden die TV-Geräte, die einen TV-Spotkontakt hatten, sowie die weiteren Geräte in einem Haushalt, die sich über das Internet anmelden, erst anonymisiert und durch ein innovatives Hash-Verfahren zu Mikrozellen-IDs zusammengefasst und ansteuerbar gemacht. Mit diesem innovativen Verfahren ermöglicht smartclip eine DSGVO-konforme, effiziente Optimierung von Kontaktklassen und schafft die Voraussetzung, klassische TV-Mediaplanung mit einer durchdachten Cross-Device-Mediaplanung zu verknüpfen, um so TV-Spot-Seher erneut zu erreichen. Auf diesem Weg lässt sich die Werbebotschaft verstärken und es wird eine neue Form des Storytelling möglich.

Thorsten Schütte-Gravelaar, Geschäftsführer smartclip, erklärt: „Unsere Addressable TV-Plattform ist das Asset, das den Schatz der Broadcaster mit ihren unigen TV-Daten für den Werbemarkt nutzbar machen kann. Richtungsweisend ist der Unterschied zu bisherigen Lösungen im Markt: Es werden nicht nur hochgerechnete Daten, sondern auch gemessene 1:1-Informationen für die Werbeauslieferung genutzt. Damit bieten wir erstmalig die parallele Auslieferung von Fernsehwerbung an die Zuseher mit der gleichzeitigen Auspielung der Online Videowerbung auf weitere Endgeräte des identischen Haushaltes zur effektiven Werbe-Kontaktaussteuerung an. Die Verknüpfung erfolgt nicht auf Basis der möglichen Zuseher einer Sendung, sondern der tatsächlichen Zuseher eines spezifischen Spots – eine Media-Entwicklung, die für die TV-Häuser exklusiv ist. Mit diesem Pilotprojekt erfüllen wir den von Kunden immer wieder geäußerten Wunsch nach einer übergreifenden Total Video-Auspielung.“

Sabine Kloos, Director Brand & Marketing Communications bei Telefónica Deutschland, sagt: „Unser Ziel ist es, unsere Werbung maximal wirkungsvoll zu platzieren. Je zielgenauer wir unsere Botschaften für unsere Kunden entlang ihrer Customer Journey ausspielen können, desto besser. Was 'online' heute schon Standard ist, nämlich Audiences zielgenau anzuspielen, ermöglicht die Cross-Device-Lösung jetzt erstmalig kanalübergreifend im Zusammenspiel mit TV. Das ist ein großer Schritt in Richtung einer über alle Touchpoints hinweg integrierten Kampagnensteuerung, so dass wir nicht gezögert haben o2 bei dieser Deutschlandpremiere einzubringen.“

**Über smartclip**

Das führende Technologieunternehmen für Videowerbung bietet TV-Sendern in Deutschland und Europa über seine marktführende Addressable TV Plattform ATvx intelligente Vermarktungslösungen für Addressable TV-basierte Werbekonzepte im linearen TV-Programm. smartclip ermöglicht Distributionswege für Markenwerbung, die die Zukunft der TV-Vermarktung bestimmen und entwickelt innovative Werbemöglichkeiten für interaktive Markenerlebnisse, die Leistungswerte wie Mediaeffizienz, Reichweite und Zielgruppengenauigkeit optimieren. Das Unternehmen, mit Hauptsitz in Hamburg, ist eine Tochtergesellschaft der Mediengruppe RTL Deutschland. Derzeit fusioniert smartclip sein Geschäft mit dem Schwesterunternehmen SpotX, einer Tochter der RTL Group. Für weitere Informationen besuchen Sie [www.a-tvx.com](http://www.a-tvx.com) oder folgen uns auf Twitter und LinkedIn.

**Medienkontakt smartclip:**

Kathrin Müller  
Director Corporate Communications  
Festnetz: +49 (0)40 6887 687 117  
Mobil: +49 (0)173 34 529 60  
E-Mail: [kathrin.mueller@smartclip.com](mailto:kathrin.mueller@smartclip.com)  
[www.smartclip.com](http://www.smartclip.com)