

TV LOAD  
=  
PRODUKT

One2Many  
Programmatic TV

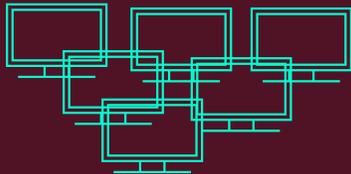


TV INSIGHT /  
TELETEST 2.0  
=  
MESSUNG

# TELETEST 2.0 BRINGT MEHR STABILITÄT UND SETZT NEBEN PANEL AUF BIGDATA VON CTVs

## TELETEST 1.0 – status quo GfK Panel

Panel  
rd 1.500 HH  
rd 2.500 TV-Geräte

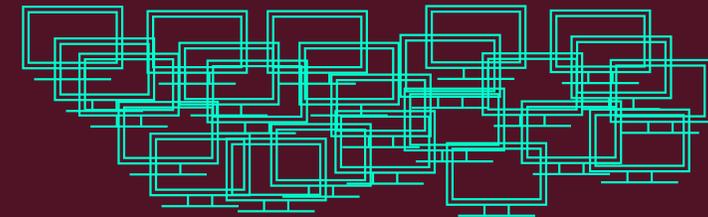


Fallzahl / PIN Daten  
rd 3.000



## TELETEST 2.0 GfK Panel & TV Insight

gemeinsamer Consent  
(consent ratio über 80%)  
über 1 Mio Geräte



Fallzahl / SPIN Daten  
rd 150.000

Zwillings-Suche von identen  
Nutzungs-Mustern



Zielgruppen Vielfalt bleibt  
erhalten

# TV LOAD

## DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN

### GESICHERTE UMFELDER



TV-Sender stehen für qualitative Umfelder ohne böse Überraschungen

### HOHE REICHWEITEN



TV ist das reichweiten- stärkste Medium

### BESTE WERBEWIRKSAMKEIT



TV-Werbung erzielt den größten Impact beim Kunden

# TV

# DIGITAL

### REAL TIME AD DECISIONING



Zielsicher mit weniger Streuverlusten

### EINFACHE BUCHUNG



Leichtere Budget- und Kampagnen Steuerung

# BEISPIEL TV LOAD WERBEBLOCK 2023



# ZIELGRUPPEN

12 ZIELGRUPPEN WERDEN VON ALLEN VERMARKTERN ANGEBOTEN

## Erwachsene

12-39  
12-49  
18-59  
30-59

## Haushalts- führende

18-49  
18-59

## Männer

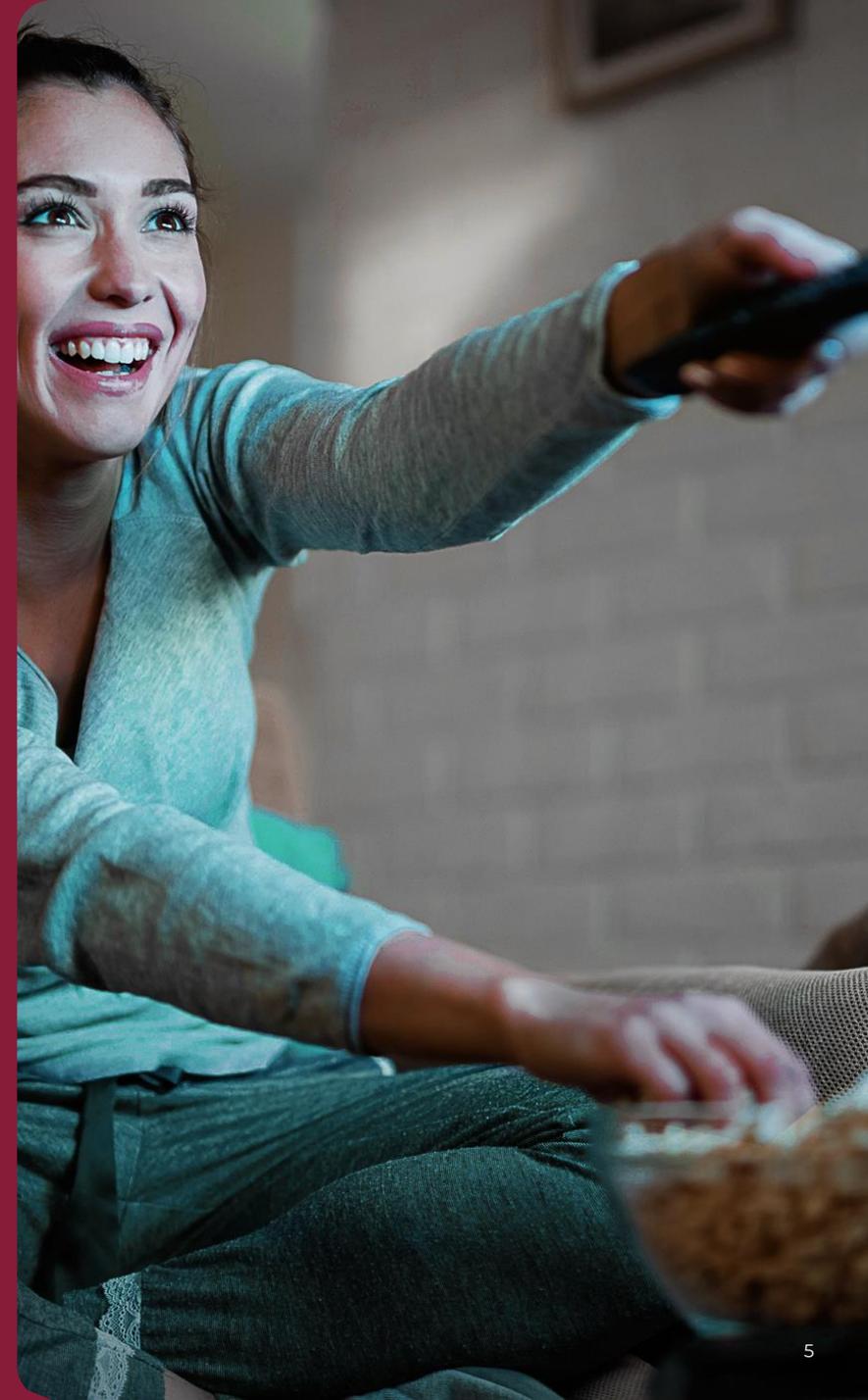
12-39  
18-59  
30-59

## Frauen

12-39  
18-59  
30-59

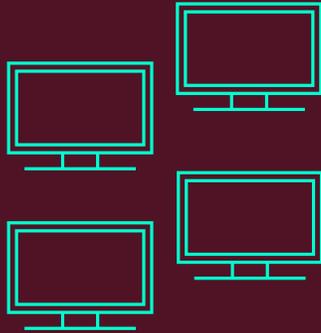
Innerhalb der AGTT Arbeitsgruppe Einigung aller Vermarkter auf diese 12 Zielgruppen

Ziel: möglichst komplementäre Zielgruppen zu definieren



# ZUSAMMENFASSUNG: TV-LOAD

## LIVE TV-Messung



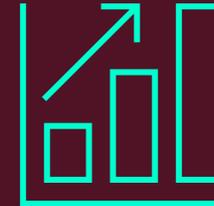
Representativ auf Basis von 1Mio  
connected TVs - trainiert mit  
TELETEST Daten

## LIVE AD-Insertion



Komposition des Werbeblocks ca.  
1min vor Ausstrahlung

## LIVE Kampagnen Management



Kampagnen werden auf Basis eines ZG-  
CPMs gebucht und gemanagt