

PRESSEMITTEILUNG Verfasser: Oliver Lindner,
SEO-Küche GmbH & Co. KG

Addressable TV: Kleines Budget, große Wirkung

Die SEO-Küche über das Potenzial des neuen Werbeformats

Kolbermoor – Juli 2022: Das lineare Fernsehen ist auch heute noch das größte und wirkungsvollste audiovisuelle Medium für Werbetreibende. Um sichtbar im TV zu sein, mussten Unternehmen jedoch lange Zeit hohe Mediabudgets investieren. Das muss nicht mehr sein. Addressable TV ist das große Zukunftsthema der Werbebranche, das kostengünstig Werbung im TV ermöglicht. Dabei werden die Vorteile von TV- und Digitalwerbung vereint: hohe Reichweite des linearen Fernsehens mit zielgerichtetem, digitalem Targeting. Oliver Lindner von der Online-Marketing-Agentur SEO-Küche verrät, warum ATV gerade für KMU mit kleinerem Werbebudget ganz neue Möglichkeiten der zielgerichteten TV-Werbung eröffnet.

Grundsätzlich ist ein Fernseher immer dann „addressable“, wenn er an das Internet angeschlossen ist, denn dann kann Werbung auf diesem Gerät digital ausgestrahlt werden. In Deutschland besitzen bereits heute rund 64 % der 39 Millionen TV-Haushalte ein internetfähiges Gerät.

Während im linearen Fernsehen jeder Zuschauer die gleichen Werbespots zu sehen bekommt und Unternehmen hohe Mediabudgets investieren müssen, um die eigene Zielgruppe zu erreichen, eröffnet ATV ganz neue Möglichkeiten der zielgerichteten TV-Ansprache. Und das bei geringem Streuverlust und einem Werbebudget, das bereits bei wenigen tausend Euro losgeht. Addressable TV hebt Fernsehwerbung damit auf ein völlig neues Level.

Dabei können Werbetreibende bei ATV zwischen einem Fullscreen-Spot, der während der klassischen Werbeblöcke ausgestrahlt wird sowie recht- bzw. L-förmigen-Werbebanner, bei denen das TV-Programm parallel weiterläuft, wählen. Zudem gibt es die Möglichkeit, interaktive Elemente in die Werbung zu integrieren, bei der die Nutzer durch das Drücken eines „roten Buttons“ mehr Informationen zu einem bestimmten Angebot erhalten. Technisch entscheidend für diese Technologien ist der HbbTV-Standard (Hybrid broadcasting broadband TV).

Zielgruppengenaue Ansprache verringert Streuverluste

Targeting-Möglichkeiten kennen wir vor allem aus der Welt der Onlinewerbung, von Kampagnen und Anzeigen bei Social Media und Google. Dort ist es möglich, die Zielgruppen, die ein Produkt am wahrscheinlichsten kaufen würden, zielgenau anzusprechen, differenziert nach Alter, Geschlecht, Interessen oder Standort. Das Gleiche und sogar noch etwas mehr ist auch über Addressable TV möglich. Genau wie bei mobilen Anzeigen auf dem Smartphone werden bei ATV die Daten aus den Konten und Profilen ermittelt, über die der Nutzer an seinem Smart-TV angemeldet ist, wie Google, YouTube oder Amazon. Dabei gehen die Möglichkeiten bei ATV sogar so weit, dass man sich kurzfristig je nach aktueller Wetterlage für oder gegen die punktgenaue Ausstrahlung eines Werbespots entscheiden kann.

ATV als starkes Marketing-Tool

Bei klassischen TV-Kampagnen ist es meist schwierig, den Return of Interest genauer zu bestimmen. Ein Unternehmen bucht Werbefläche, ohne im Vorfeld zu wissen, wen die Werbebotschaft erreichen wird, denn mit Streuverluste ist im linearen Fernsehen zu rechnen. Bei Adressable TV ist die Messbarkeit hingegen deutlich leichter und Streuverluste sind deutlich geringer. So werden durch die erhobenen individuellen Nutzerdaten und die damit verbundene gezielte Zielgruppenansprache die Reichweite einer Werbekampagne, der Einfluss auf die Markenbekanntheit, die Konversionsrate und damit auch der ROI greifbar. Und das bei voller Reichweite des Massenmediums TV mit einem Senderportfolio von 16 Sendern.

Laut einer Forschungsstudie der Mediengruppe RTL Deutschland kann über ATV die Werbeerinnerung beispielsweise um bis zu 49 % gesteigert werden, die Bekanntheit sogar um bis zu 58 %. Auch Markeneigenschaften und die Kaufabsicht können deutlich wachsen. Addressable TV bietet damit KMU den perfekten Einstieg in die Fernsehwerbung: Individuell, aufmerksamkeitsstark und mit einem Bruchteil der Kosten herkömmlicher TV-Werbung.

Über die SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG:

Die SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG ist eine professionelle Online-Marketing-Agentur mit insgesamt acht Standorten in Rosenheim, München, Starnberg, Dresden, Erfurt, Berlin, Bochum und Köln. 2009 in Kolbermoor gegründet, besteht die SEO-Küche inzwischen aus einem Team von über 100 Experten und gehört zu den 100 führenden Agenturen für Online-Marketing in Deutschland. Mit Fachwissen in den Bereichen SEO, Google Ads und Microsoft Advertising, Content-, Affiliate-, E-Mail- und Social-Media-Marketing entwickelt die Agentur innovative Online-Marketing-Konzepte für ihre Kunden und hilft bei der nachhaltig erfolgreichen Umsetzung dieser Konzepte. Mehr Informationen unter: www.seo-kueche.de.

Für Rückfragen, Interviewanfragen und Bildmaterial: SEO-Küche GmbH & Co. KG
Antje Stensel a.stensel@seo-kueche.de +49 (8031) 2575-165