

# JOCHEN WITTE

## Addressable TV - Technologien und Geschäftsmodelle für das Fernsehen von morgen

# GOLDBACH IST EIN CROSSMEDIA VERMARKTER IN DER SCHWEIZ, ÖSTERREICH & DEUTSCHLAND



## DEUTSCHLAND

- > Goldbach Germany
- > dreifive
- > Jaduda

## SCHWEIZ

- > Goldbach Audience
- > Digital Ad Services
- > Goldbach Media
- > dreifive
- > swiss radioworld

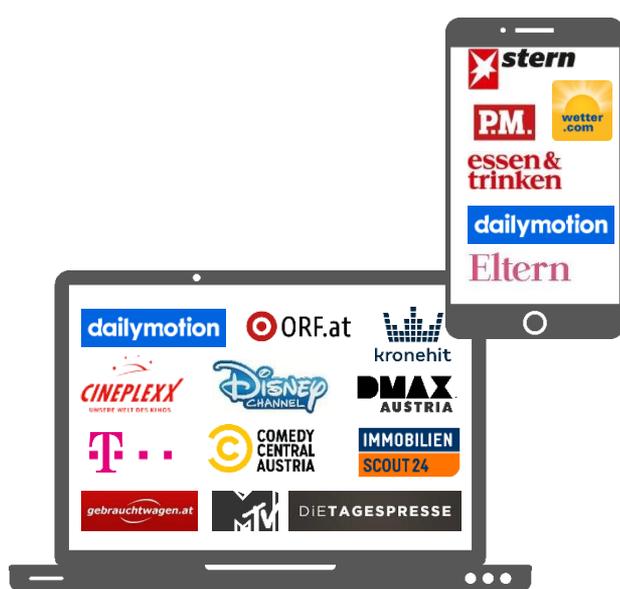
## ÖSTERREICH

- > Goldbach Austria
- > Goldbach Audience
- > Goldbach Media
- > dreifive

# IN ÖSTERREICH SIND WIR ALS AGGREGATOR IM TV, ONLINE, MOBILE UND IM DOOH TÄTIG



Konferenz für Kabel-TV & Breitband



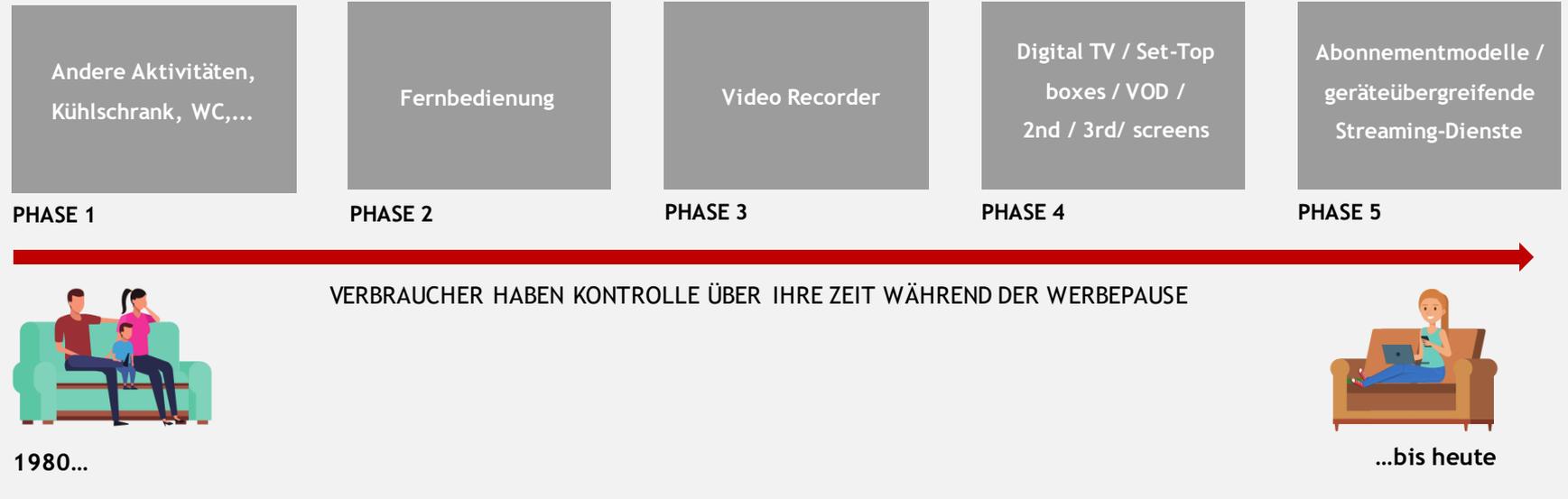
Telekom · Rundfunk

# VERBRAUCHER HABEN KONTROLLE



Konferenz für Kabel-TV & Breitband

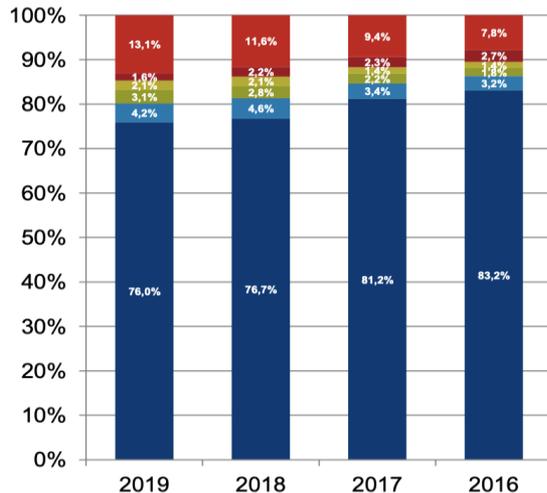
## TECHNOLOGIEN HABEN ZU EINEM WANDEL BEIM VERHALTEN UND BEI DEN ERWARTUNGEN DER VERBRAUCHER GEFÜHRT



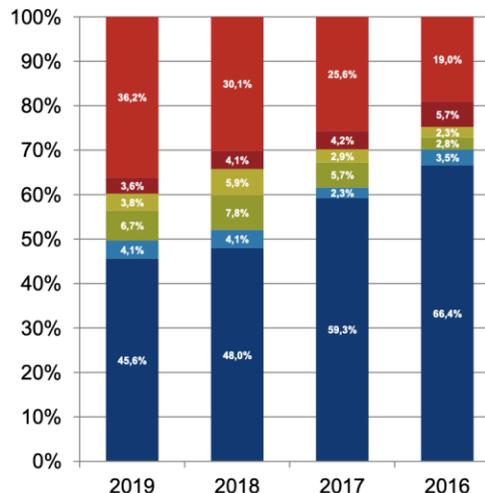
# NEUE FORMEN DER BEWEGTBILD-NUTZUNG STEIGEN

## LINEARE TV-NUTZUNG SINKT VOR ALLEM IN DER JUNGEN ZIELGRUPPE

14+



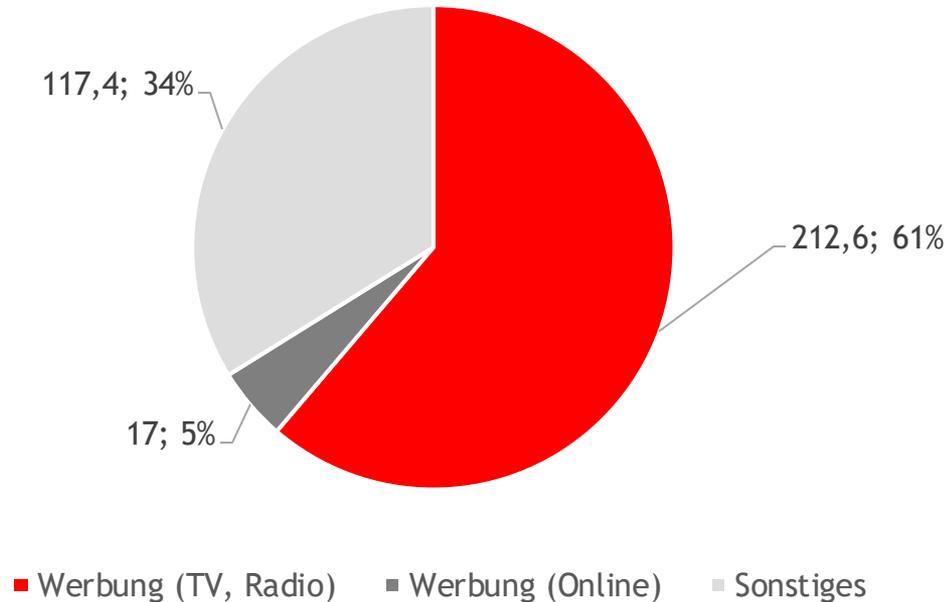
14-29



- Video gesamt
- DVDs/gek. Inhalte
- Livestream TV
- On Demand TV
- Aufgenommenes TV
- Laufendes TV

# WERBUNG: DIE HAUPT-EINNAHMEQUELLE FÜR BEWEGTBILD-ANGEBOTE

## Ergebnisbeitrag ORF 2018 [Mio. EUR]



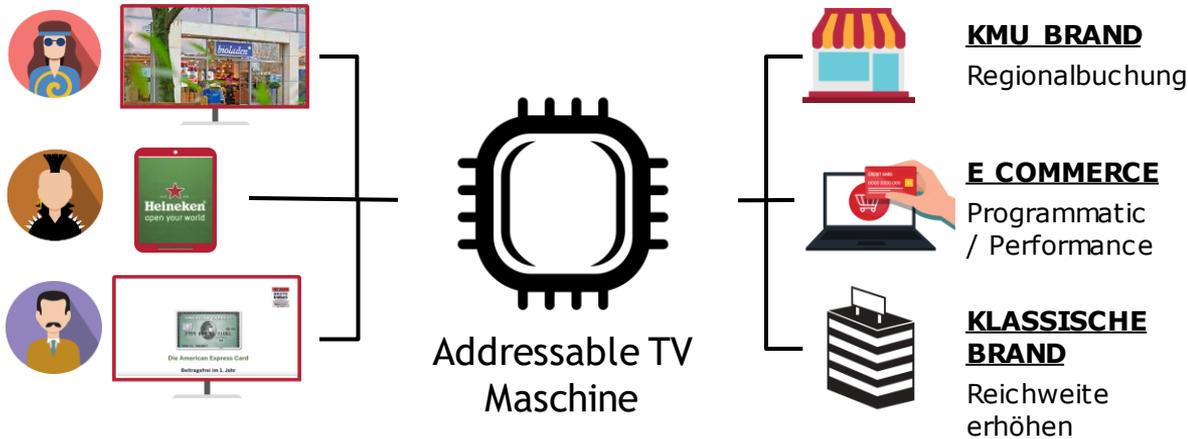
Quelle: ORF-Jahresbericht 2018, März 2019

# ADVANCED TV ÜBERBLICK

## NEUE MÖGLICHKEITEN UND NEUE PLAYER IN DER WERBUNG

Linear TV			Advanced TV		
<b>LINEAR TV</b>  Klassisches Fernsehen mit klassischer TV-Werbung	<b>TIME SHIFTED TV</b>  Digitale Video-rekorder mit Pause- und Replay- / Bibliotheks-Funktionen	<b>DATA DRIVEN LINEAR TV</b>  Optimierung klassischer TV-Werbung über TV-Nutzungs-Daten	<b>ADDRESSABLE TV</b>  Nutzer-basierte Werbung im linearen TV	<b>OVER-THE-TOP</b>  Lineares TV oder VoD Angebote als SVOD und/oder mit nutzer-basierter Werbung	<b>CONNECTED TV</b>  End-Geräte oder Streaming-Sticks mit zunehmend eigenen Angeboten & eigenen Werbe-Angeboten
					

# ADDRESSABLE TV VERBESSERT DIE USER EXPERIENCE UND DEN NUTZEN FÜR WERBEKUNDEN



## Was hat ATV zu bieten?

### FÜR DEN NUTZER

- Relevantere Werbung
- Mittelfristig Interaktions-Möglichkeiten mit Werbung
- Langfristig weniger Werbung

### FÜR WERBEKUNDEN

- Frequency Capping
- Gezielte Ansprache relevanter Zielgruppen
- «TV Werbung für alle»

# NUTZEN FÜR DEN KUNDEN, NUTZEN FÜR KONSUMENTEN

ADVERTISER

BROADCASTER

## ALL THE TV GOODIES

Brand Lift, Brand Safety,  
Reichweite,  
Wirkung und Markeninteraktionen

5

1

## MARKETING MEHRWERT

Call-to-Action-Funktionen, besseres  
Verständnis von Zielgruppen, neue  
Mess-Tools, A/B-Tests

## ZIELGRUPPENMESSUNG

Echtzeit-Reports und Performance-  
Daten, Attribution

4

ADDRESSABLE  
TV

2

## MEHR INVENTAR

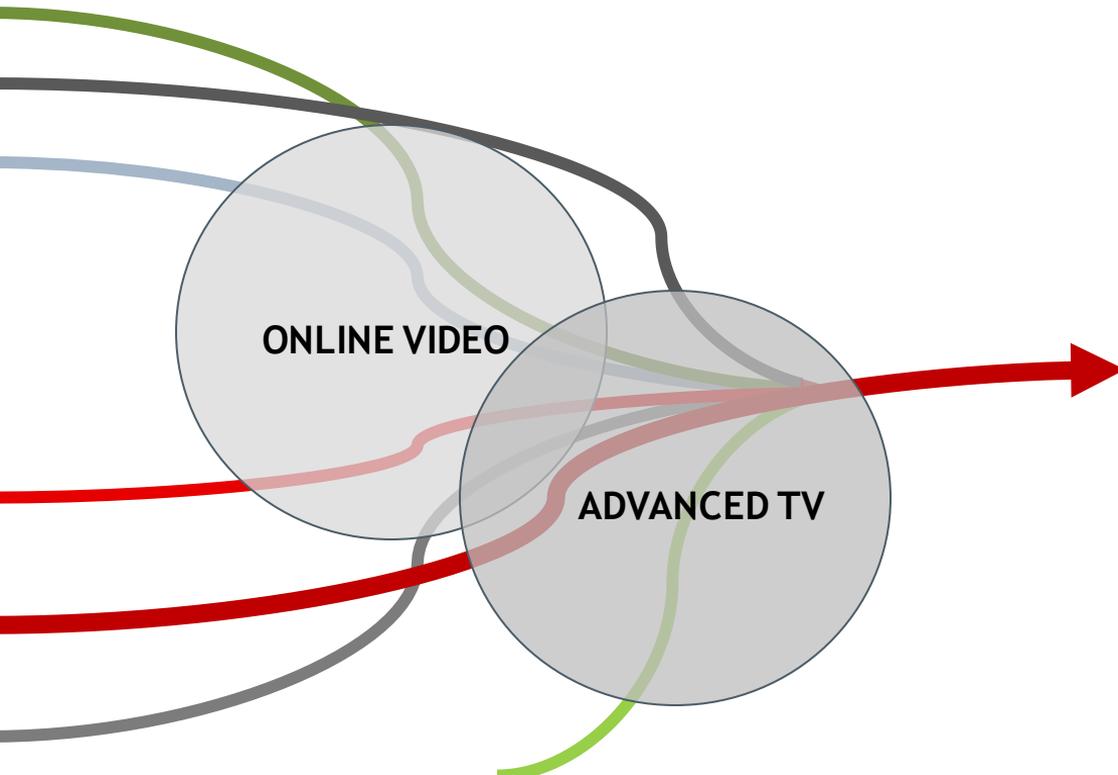
Neue Werbeformate, Lösungen für nicht  
verkauftes Inventar, Produkte für  
Nischenkunden

## VERBESSERTES TARGETING

Mehr Targeting-Optionen  
(Geo-Targeting, Wetter-Targeting,  
TV-Nutzung, ...), Frequency Capping

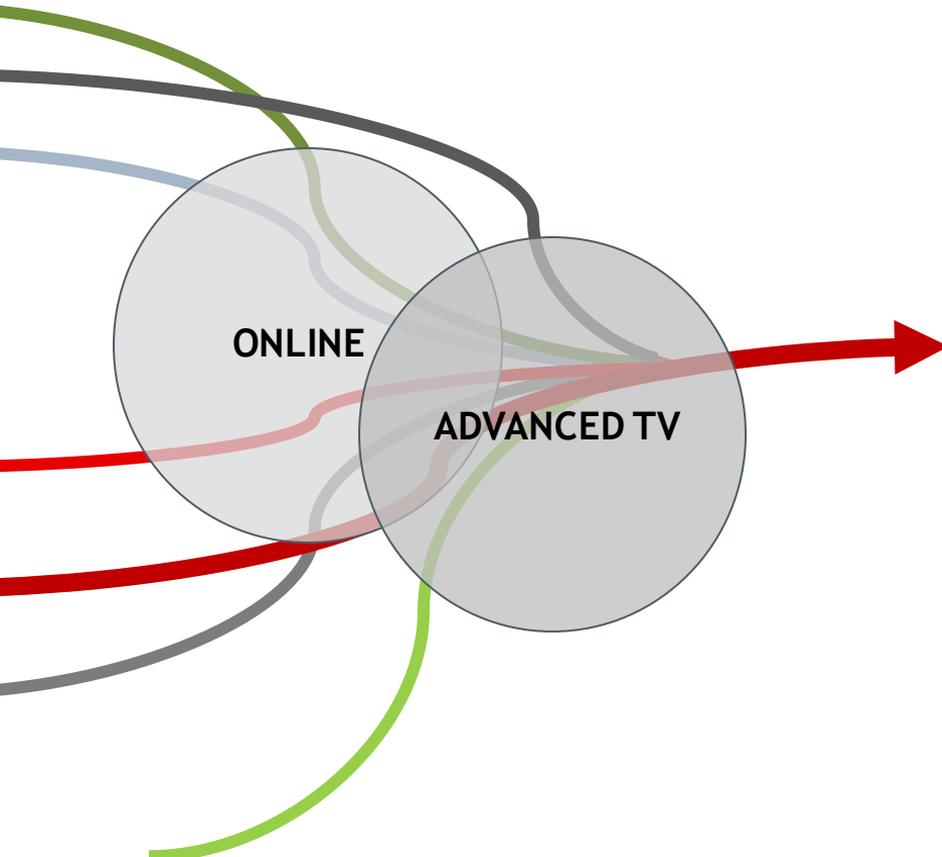
3

# ANTEIL ONLINE-TECHNOLOGIEN IM BEREICH BEWEGTBILD-VERMARKTUNG STEIGT



Technologien und damit  
Geschäfts-Modelle und -  
Prozesse verschmelzen und  
verändern sich

# HERAUSFORDERUNGEN DURCH UNTERSCHIEDLICHE WÄHRUNGS-SYSTEME



## TV

*“Wieviele Personen in meiner Zielgruppe haben meine Werbung wie oft gesehen?“*

### Messung:

Panel-basierte Messung (GRP, Netto Reichweiten) über Branchen-Währung (AGTT, Mediapulse, AGF)

### Nachteile:

- Keine direkte Impact-Messung möglich
- Bei zunehmender Fragmentierung des Bewegtbild-Konsums stösst die Panel-Messung an ihre Grenzen

## ONLINE

*Verschiedenste KPI basierend auf Marketingzielen*

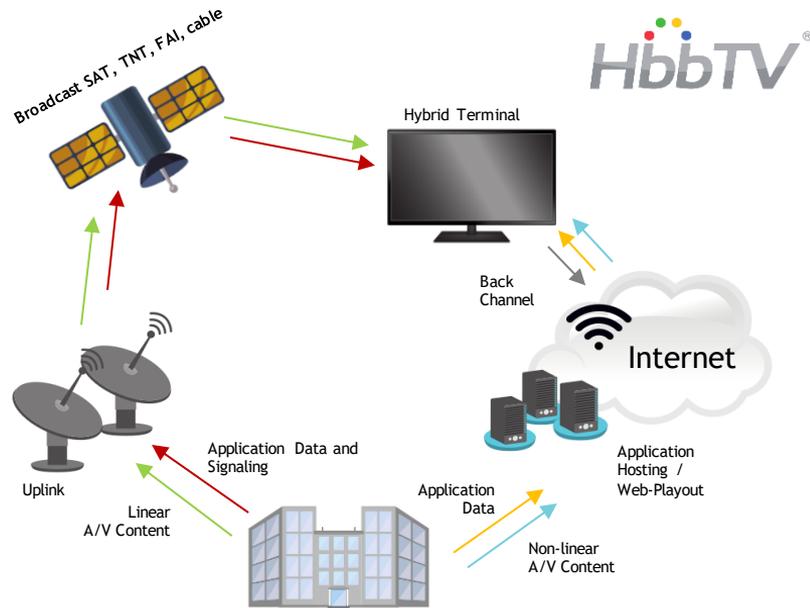
### Messung:

Zensusmessung (Impressions, Clicks, Conversions, Viewability, ...)

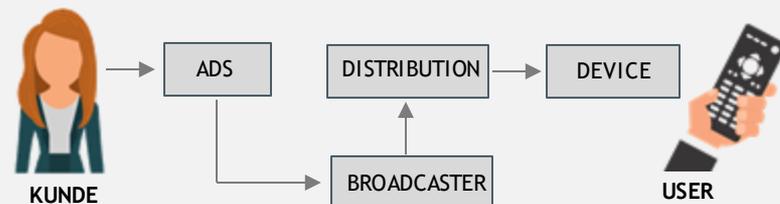
### Nachteile:

- Wichtige Kenngrösse “Nettoreichweite” Online nur schwierig bestimmbar
- Hoher Abstimmungsbedarf zwischen Markt-Teilnehmer (keine “einfache Wahrheit”)

# HBBTV VS. SSAI



## VEREINFACHTE SICHT AUF HBBTV WERBE-WERTSCHÖPFUNG



### Werbe-Integration

Integration direkt auf einem rück-kanalfähigen Endgerät über HbbTV Standard

### Daten

Subscriber- und Return-Path-Daten der Gerätehersteller

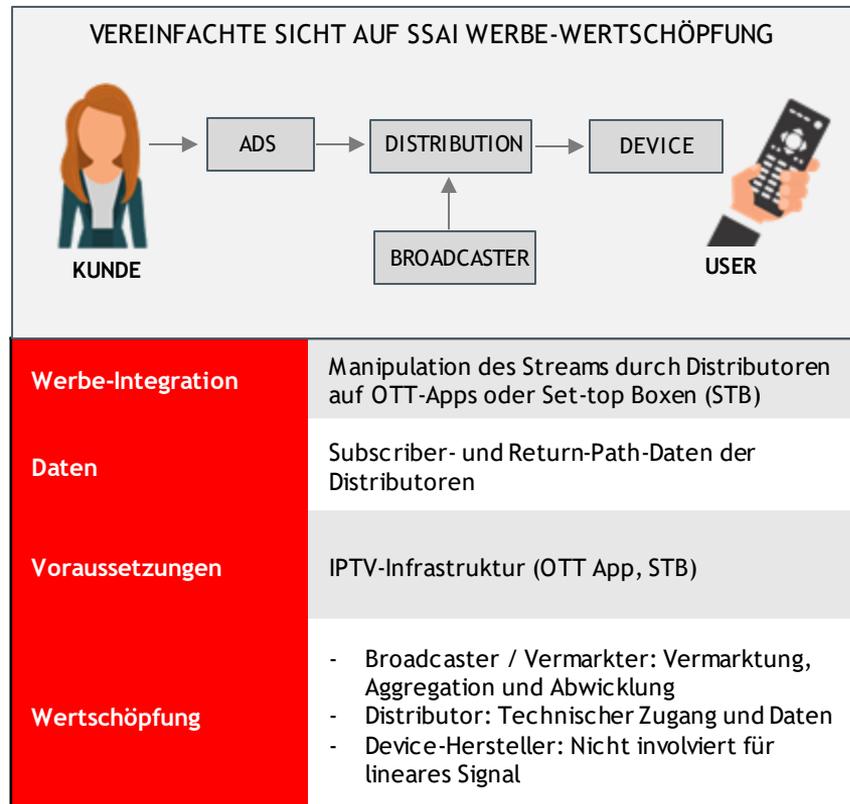
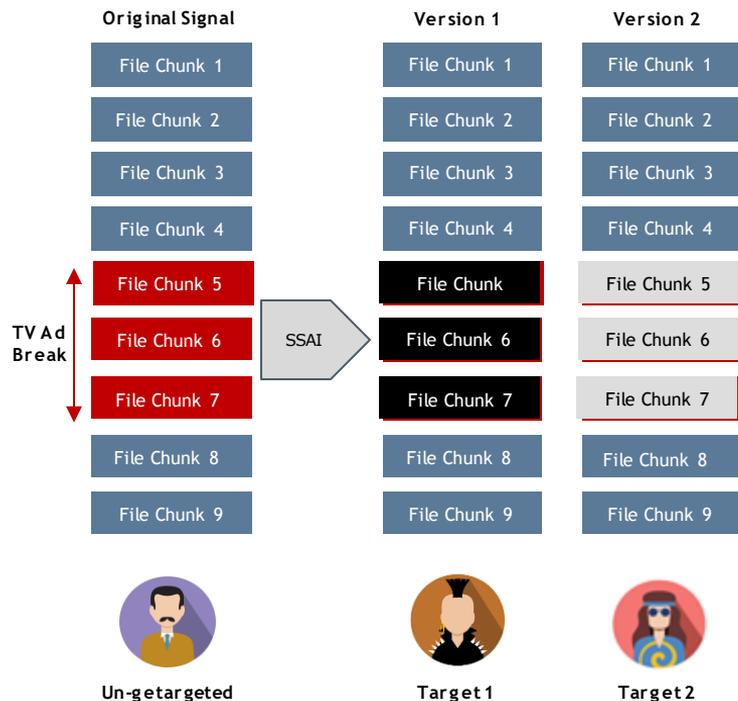
### Voraussetzungen

An Breitband-Internet angeschlossenes HbbTV TV

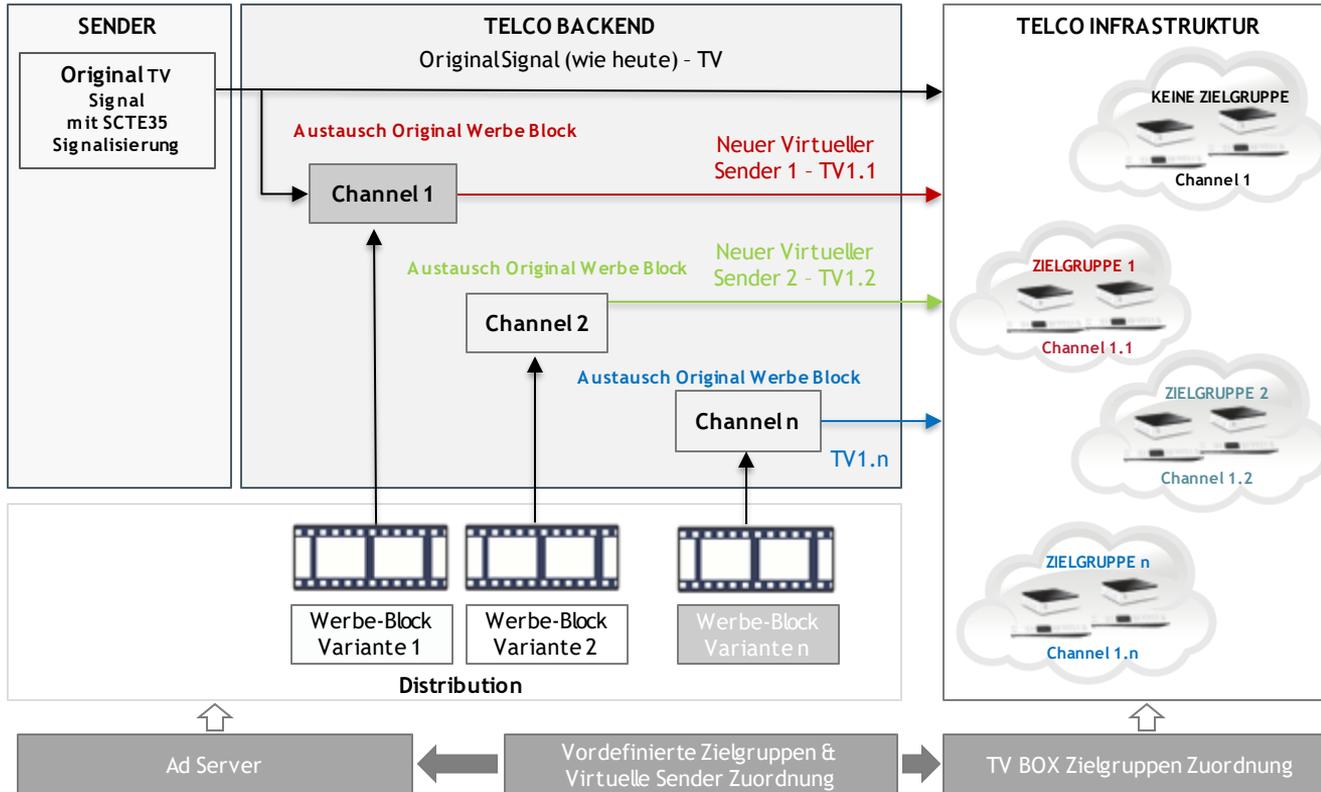
### Wertschöpfung

- Broadcaster / Vermarkter: Vermarktung, Aggregation und Abwicklung
- Distributor: Nur i.B. auf HbbTV-Weiterrechung involviert
- Device-Hersteller: Technischer Zugang und Daten

# HBBTV VS. SSAI



# ZWISCHENLÖSUNGEN IM BEREICH STB



Überblendung des Werbeblocks über virtuelle Sender basierend auf zielgruppen-gruppierteren STB-Clustern.

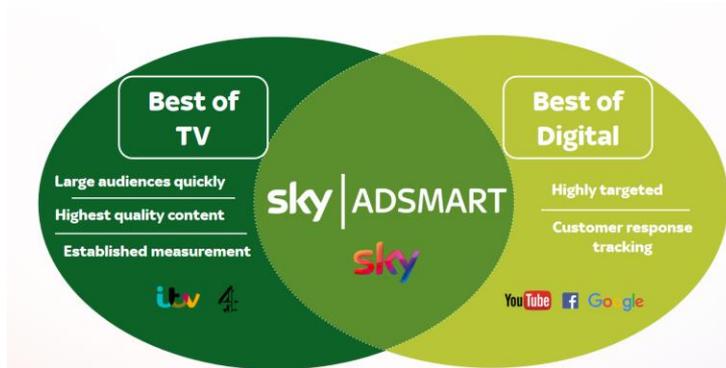
## Vorteile

- Broadcast-Qualität
- STB-ready => hohe Reichweite

## Nachteile

- 1:many Logik - nur beschränkte Segmentierung möglich

# EINIGE BEISPIELE FÜR PRODUKTE IM BEREICH ADDRESSABLE TV



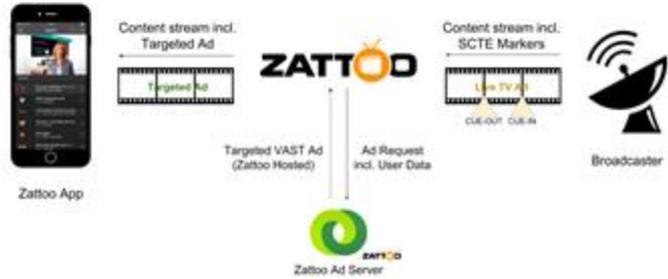
- >100 adressierbare Fernsehsender
- Adressierbare Reichweite: 40% der UK TV-Population
- Zielgruppen: Regionen, Zielgruppen-basierend auf TV Nutzungsverhalten
- Technologie: Eigene Set-top Box mit integrierter Technologie
- > 1'000 neue Werbekunden für TV

- Joint Venture zur Bündelung von ATV Inventar von Pro7 / RTL über eine Plattform
- Technische Reichweite: 12 Mio. Haushalte in Deutschland
- Gemeinsame Standards und Technologie für ATV Werbeformen (z.B. Switch-in, DAI)
- Zielgruppen: Regionen, ...
- Technologie: HbbTV

# EINIGE BEISPIELE FÜR PRODUKTE IM BEREICH ADDRESSABLE TV



Konferenz für Kabel-TV & Breitband



150 Sender, 40 davon in HD

Tauchen Sie ein, in die Welt des puren Fernseh-Vergnügens. Große Senderauswahl, brillante Qualität und beeindruckender Sound.

[Zur Senderliste >](#)

- Goldbach Schwesterfirma mit B2C Produkt «Zattoo» und B2B OTT Lösungen für Distributoren
- Technische Lösung für Addressable TV auf der OTT Plattform

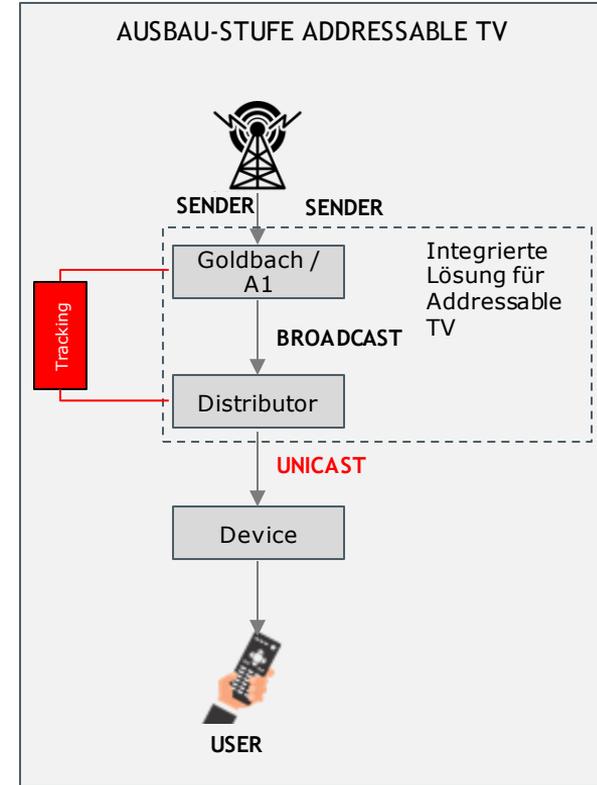
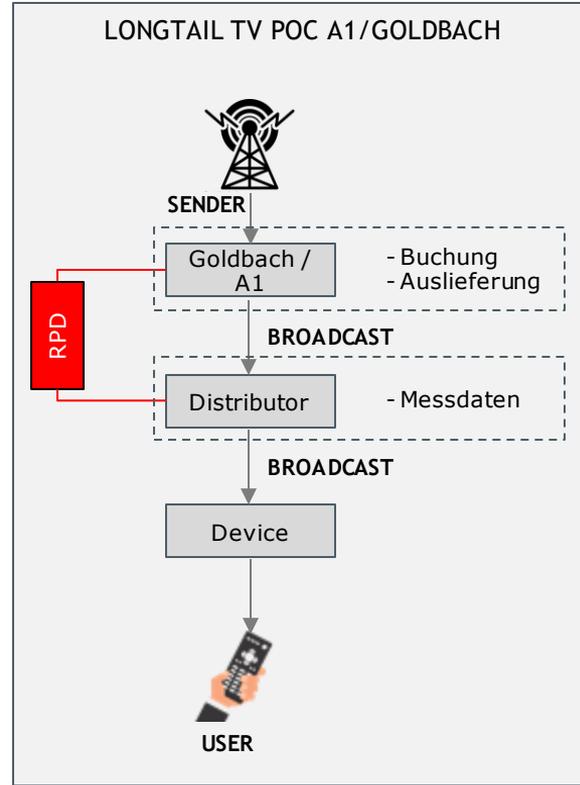
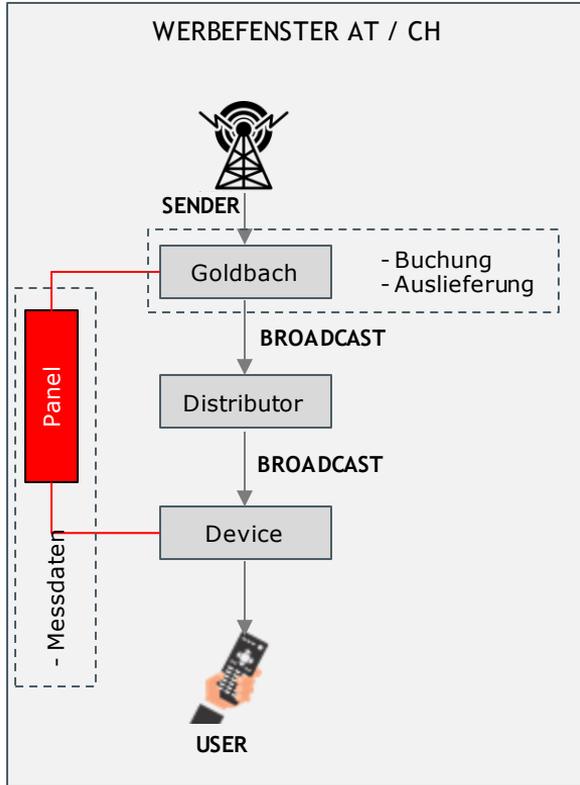


**GOLDBACH** YOUR MESSAGE IS OUR PASSION

- Prototyp / PoC mit kleinen Sendern und A1now auf der A1 Plattform
- Erschliessen des Longtails im TV über DAI-Infrastruktur in Online-Logik



# AUSBAUSTUFEN VON DER MESSUNG BIS ZUR ADRESSIERBARKEIT



# **GOLDBACH** THE FUTURE IS ADDRESSABLE!

Jochen Witte  
Goldbach Group AG  
T +41 76 488 56 45  
Jochen.Witte@Goldbach.com  
www.Goldbach.com