



So zahlt sich Fernsehwerbung aus: AT Internet und wywy kooperieren für einzigartiges TV-Tracking

- **On- und offline zusammen gedacht: Intelligentes TV-Tracking unterstützt bei der Planung von Multi-Channel-Marketing-Kampagnen**
- **Der Webanalyse-Spezialist AT Internet nutzt ab sofort die Echtzeit-Werbepoterkennung von wywy, um die Online-Wirkung sogar bei unbekannter Sendezeit eines Spots zu tracken**

München, 01.07.2013 – Werbetreibende kennen das Problem: Fernsehwerbung ist effektiv, aber leider auch sehr teuer. Wie die tatsächliche Wirkung einer TV-Kampagne ausfällt, kann in der Regel erst Wochen später ausgewertet werden. Insbesondere für E-Commerce-Unternehmen sind die ersten Minuten nach Ausstrahlung eines TV-Spots jedoch entscheidend, um genau nachzuvollziehen, ob durch diesen potenzielle Kunden auf die eigene Website gelangt sind. Abhilfe schafft der Trend zum Second Screen, der parallelen Nutzung von TV und Internet, und eine einzigartige Kooperation zwischen AT Internet (www.atinternet.com), einem europaweit führenden Anbieter für Webanalyse, und den Second Screen-Experten von wywy (www.wywy.com).

Realtime-Erkennung für Echtzeit-Tracking – ohne Wenn und Aber

Die Lösung: AT Internet setzt auf das ‚LiveAd Analyze‘ Produkt des Münchener Start-ups wywy. Die in wywy’s ‚LiveAd Analyze‘ enthaltene Automated Content Recognition (ACR)-Technologie erkennt, wann ein TV-Spot gesendet wird und gibt diese Information in Echtzeit an das Webanalyse-Tool ‚Analyzer III‘ von AT Internet weiter. ‚Analyzer III‘ misst und vergleicht sowohl Klicks, Pfade und Customer Journeys als auch Suchmaschinen-Anfragen, Brand Traffic und direkten Traffic. Erfasst werden zudem soziodemographische Daten wie die Herkunft der Nutzer. In der Analyse werden dann Conversions und Umsätze verglichen, um den ROI zu berechnen. Das Ergebnis: Eine präzise und sofortige Auswertung zur Wirkung eines TV-Spots.

Unternehmen profitieren gleich mehrfach von TV-Tracking

Und diese Auswertung zahlt sich für Unternehmen aus, denn TV-Werbung und Online-Werbung das sind jeweils das stärkste und zweitstärkste Werbemedium in Deutschland. Nach Angaben des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) vereinen beide Kanäle rund 60 Prozent des Werbevolumens auf sich. Doch während der Online-Kanal über sehr genaue Methoden verfügt, um die Wirkung von Kampagnen zu messen, gibt es bisher deutlich weniger Möglichkeiten, die Effizienz von TV-Werbung unmittelbar zu überprüfen. Mithilfe der nun durch AT Internet und wywy in Echtzeit vorliegenden Daten werden die Marketing-Aktivitäten aus Online- und Offline-Welt sofort vergleichbar. So können Unternehmen agil und kurzfristig entscheiden, welchen Kanälen sie im Marketing-Mix wie

viel Aufmerksamkeit zuteil kommen lassen sollten. Multi-Channel-Marketing-Kampagnen werden somit effektiver und insgesamt besser planbar.

Aus der Wiege gehoben: windeln.de als Pilotprojekt

Als erster Kunde profitiert der 2011 gegründete Online-Shop windeln.de (www.windeln.de) von den gewonnenen Vorteilen. Für das Start-up spielt wie für viele E-Commerce-Unternehmen TV-Werbung eine tragende Rolle. Um die vorhandenen Mittel jedoch möglichst effizient einzusetzen und teure Streuverluste zu vermeiden, setzt der Online-Shop auf das neue Tracking von AT Internet und wywy.

Oliver Zenglein, Leiter Marketing bei windeln.de, ist überzeugt vom neuen Tool: „Mit der Analyse von AT Internet optimieren wir unseren Marketing-Mix kontinuierlich. Endlich müssen wir nicht mehr mutmaßen, ob unser TV Spot zum geplanten Zeitpunkt ausgestrahlt wurde. Somit können wir den ROI der einzelnen TV Spots noch besser kalkulieren und die Mediaplanung entsprechend anpassen. Frank Piotraschke, Country Manager DACH bei AT Internet, ergänzt: „Dank der Einbindung von wywy können wir die Wirkung von TV-Spots sogar überprüfen, wenn Sendezeiten sich verschoben haben oder Sendepläne fehlen. Durch diese Kooperation ergänzen wir unsere Plattform mit Echtzeit-TV-Daten und helfen dem Kunden bei der Optimierung seiner Marketing-Planung. Dadurch spart er sowohl Zeit als auch Geld.“

„wywy's Echtzeit-Erkennung von TV-Werbung bietet viele Möglichkeiten. Unser erstes Produkt ‚LiveAd Flash‘ ermöglichte die Synchronisierung von TV- und Online-Kampagnen. Mit ‚LiveAd Analyze‘ können Werbetreibende jetzt auch den Impact von TV-Kampagnen in Echtzeit auswerten“, so Eric St. Gemme, Business Development Manager von wywy. „Wir freuen uns, mit AT Internet einen ersten starken Partner für unser ‚LiveAd Analyze‘ Produkt gefunden zu haben.“

Über AT Internet

AT Internet (www.atinternet.com) ist einer der führenden unabhängigen Anbieter von Web und Mobile Analyse Lösungen. Es wurde 1995 gegründet und ist inzwischen mit Niederlassungen in zehn Ländern vertreten. AT legt Wert auf ein Geschäftsmodell, bei dem der Kunde im Mittelpunkt steht und ist stolz auf einen Stamm von etwa 3,500 Kunden, zu denen weltweit bekannte Marken zählen. Die Auszeichnungen, die AT Internet mehrfach erhielt (z.B. the 2009 Platinum Distinction for European Seal of E-Excellence 2009 verliehen bei der CeBIT in Hannover) unterstreichen die Werte, die im Kern des Unternehmens stehen: Verlässlichkeit und Integrität. AT Internet analysiert derzeit 350,000 Websites. AT Internet bietet eine stabile und verlässliche Plattform für SaaS Web und Mobile Analyse, die zu den besten ihrer Art zählt und hat darüber hinaus in der Branche führende Partner, um eine komplette Lösung für die Verbesserung Ihrer Werbestrategie und Wirtschaftlichkeit.

Über wywy

wywy (www.wywy.com) ist der Spezialist für die automatische Erkennung und Synchronisation von Fernsehinhalten. Mittels der wywy Technologie synchronisieren sich fernsehbegleitende Applikationen in Echtzeit mit dem laufenden Programm. Dadurch werden im wachsenden Markt für Second Screen Applikationen neue Möglichkeiten der Interaktion geschaffen. Der Zuschauer ist in der Lage mit nur wenigen Klicks auf seinem Smartphone oder Tablet weiterführende Informationen zu erhalten, programmbegleitend zu kommunizieren sowie im TV gesehene Artikel online zu kaufen. wywy wurde vom Online-Magazin deutsche-startups.de zum Start-up des Jahres 2012 gekürt.

Medienkontakt AT Internet: Christa Manta | [+49.89.385352.39](tel:+498938535239) | cmanta@messerpr.com

Medienkontakt wywy: Michaela Krause | [+49.89.4161432.22](tel:+4989416143222) | presse@wywy.com