



## **wywy und Amnet: Mit Cross-Screen-Kampagnen die Werbewirkung steigern**

- **Erfolgreicher Kooperationsstart in Deutschland und anderen europäischen Ländern**
- **Cross-Screen-Kampagnen steigern Klick-Rate und Werbewahrnehmung**

München, 11. Juli 2014 – Amnet und wywy schließen sich zusammen, um Werbekampagnen für TV- und Online-Medien zu synchronisieren. Amnet, Teil des Dentsu Aegis Networks, liefert dazu die datengetriebene Expertise für Media-Strategien, während wywy sekundengenau analysiert, wann TV-Werbung ausgestrahlt und online verlängert werden soll. Gemeinsam haben sie erfolgreich die ersten Cross-Screen-Kampagnen in Deutschland und anderen europäischen Ländern gestartet.

### **Synchronisierte Werbung: TV-Zuschauer auf ihren Second Screens erreichen**

Fast die Hälfte aller TV-Zuschauer sitzt heutzutage mit Smartphone oder Tablet, sogenannten Second Screens, vor dem Fernseher. Gerade während der Werbepausen wandert die Aufmerksamkeit schnell vom TV-Gerät zum Second Screen. Die verlorene Beachtung stellt die Werbetreibenden vor ein Problem.

Eine Lösung sind Cross-Screen-Kampagnen, welche die Werbung zeitgleich über TV- und Online-Medien ausliefern. Hier kommt wywy ins Spiel: Dank der hauseigenen Tracking-Technologie kann das Unternehmen sekundengenau feststellen, wann ein TV-Spot gesendet wird. Frank Sültmann, Managing Director bei Amnet Deutschland: „Läuft ein Spot unserer Kunden im TV, gibt wywy diese Information an uns weiter und wir kaufen zeitgleich über Real-Time-Bidding Online-Werbeflächen, um die Kampagne über mehrere Screens zu verbreiten. So erreichen wir die TV-Zuschauer auch auf ihren Second Screens.“

### **Steigerung der Klick-Rate und Werbewahrnehmung**

wywy und Amnet haben gemeinsam erste erfolgreiche Cross-Screen-Kampagnen durchgeführt. Janine Liu, Head of Targeting and Media bei Amnet, berichtet: „Wir sind sehr zufrieden und sehen bei der Durchführung der Kampagnen durchweg eine Steigerung der Klick-Rate. Bei einer aktuellen Kampagne für ein Telekommunikations-Unternehmen konnte diese zum Beispiel um 35 % gesteigert werden.“ Eric St. Gemme, Director Global Advertising Sales bei wywy, ergänzt: „Die Werbeaufmerksamkeit sinkt bei Second Screen-Nutzern um mehr als die Hälfte. Durch Cross-Media-Kampagnen kann die verlorene Aufmerksamkeit wieder um über 40 % gesteigert werden.“

### **Über wywy:**

wywy ([www.wywy.com](http://www.wywy.com)) hilft Unternehmen und Agenturen, den ROI ihrer TV-Werbung zu maximieren. Mittels der TV-Tracking-Technologie von wywy wird die Ausstrahlung von TV-Spots in Echtzeit erkannt, wodurch Werbetreibende die Online-Wirkung ihrer Kampagnen messen, analysieren und optimieren können. Die Synchronisation von TV- und Online-Werbung öffnet außerdem einen interaktiven Rückkanal, über den Werbetreibende die

Reichweite der TV-Werbung erhöhen und die Aufmerksamkeit von Second Screen-Nutzern zurückgewinnen.

wywy ist in Deutschland, Österreich, Frankreich, Großbritannien, Italien, den USA und der Türkei aktiv und wurde vom Online-Magazin deutsche-startups.de zum Start-up des Jahres 2012 gekürt.

**Über Amnet:**

Amnet ist die digitale Targeting Plattform des Dentsu Aegis Network. Gemeinsam mit den Dentsu Aegis Network Agenturen berät Amnet Werbungtreibende zum Thema daten-basierte Marketing-Lösungen. Amnet fungiert dabei als zentraler Dreh- und Angelpunkt für das holistische Tracking der relevanten Media-Touchpoints, für das Zielgruppen-Targeting, die individualisierte Kampagnenaussteuerung sowie für Kampagnenoptimierung in Echtzeit.

Durch strategische Mediapartnerschaften deckt Amnet mehr als 80% Nettoreichweite des deutschen Displaymarktes ab. Und durch die Zusammenarbeit mit marktführenden Technologieunternehmen gewährleistet Amnet eine auf die Kundenbedürfnisse optimal abgestimmte Kampagnenaussteuerung.

**Presskontakt:**

wywy: Julia Tenner | +49 (0) 89 416143222 | presse@wywy.com

Amnet: Judith Weiland | +49 (611) 9788 424 | judith.weiland@dentsuaegis.com