



wogibtswas.at analysiert TV-Werbewirkung mit Echtzeit-Tracking von wywy

- **TV-Tracking von wywy auf internationalem Kurs: Österreichs größtes Aktionsportal wogibtswas.at setzt auf Münchner TV-Tracking-Experten**
- **Genauere Analyse und Optimierung der TV-Kampagnen mithilfe von Echtzeit-Tracking**

München/Wien, 09. Juli 2014 – Die TV-Tracking-Lösung von wywy (www.wywy.com) überzeugt das Angebotsportal wogibtswas.at. Das österreichische Unternehmen nutzt die Technologie, um seine erste TV-Kampagne zu analysieren – so unmittelbar und einfach wie möglich. wywys detaillierte Tracking-Lösung ermöglicht es wogibtswas.at herauszufinden, ob der Werbespot „funktioniert“ und wie seine Wirkung optimiert werden kann.

Einfache Analyse der TV-Werbewirkung durch Echtzeit-Tracking

Fast 50 Prozent der TV-Zuschauer nutzen gleichzeitig Second Screen-Geräte, verwenden also TV und Internet parallel. Dadurch reagieren sie sehr schnell auf TV-Werbung:

„Etwa 80 Prozent aller Besucher, die durch einen Werbespot generiert werden, greifen innerhalb der ersten 90 Sekunden auf die Webseite des Werbetreibenden zu“, so Dr. Andreas Schroeter, Geschäftsführer von wywy. „Zur Wirkungsanalyse von TV-Spots ist also eine akkurate und sekundengenaue Messung der Zugriffe sehr wichtig“.

Die TV-Tracking-Technologie des Münchner Unternehmens erkennt die Ausstrahlung eines TV-Spots in Echtzeit und gibt diese Information an die Webanalyse-Software von AT Internet (www.atinternet.com) weiter. Frank Piotraschke, Country Manager DACH bei AT Internet, fügt hinzu: „In unserem Webanalyse-Tool ‚Analyzer III‘ sehen Werbetreibende direkt, welche Sendezeiten, Sender oder Spots die meisten Besucher auf die Seite bringen und die höchsten Umsätze generieren.“

Optimierung der TV-Kampagnen-Wirkung und des Mediaplans

wogibtswas.at macht sich diese Technologie für eine bestmögliche Wirkung des ersten eigenen TV-Werbespots zunutze. Das Aktionsportal hat durch das Tracking und die dadurch durchführbare detaillierte Analyse jederzeit die Kontrolle über seine TV-Werbung, kann Marketing-Kampagnen aus dem Online- und dem Offline-Bereich direkt miteinander vergleichen und optimiert die Mediaplanung entsprechend der Analyseergebnisse.

Oliver Olschewski, Geschäftsführer von wogibtswas.at, berichtet: „wywy unterstützt uns beim Finetuning unserer TV-Kampagnen-Planung. Das Tool überzeugt durch die genaue Analyse-Möglichkeit in Echtzeit. So können wir sehen, welche Sendeplätze uns den meisten Traffic auf der Website bringen und wissen nun beispielsweise, zu welchen Wochentagen und Uhrzeiten welche Sender für uns gut funktionieren und welche eher ineffizient sind. Auf diese Weise können wir unsere Mediaplanung laufend optimieren und so die richtigen Media-Entscheidungen für einen effizienten Kampagnenverlauf treffen.“

Über wywy:

wywy (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 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, Italien, den USA und der Türkei aktiv und wurde vom Online-Magazin deutsche-startups.de zum Start-up des Jahres 2012 gekürt.

Über wogibtswas.at:

wogibtswas.at ist das meistgenutzte Aktionsportal Österreichs. Der Dienst liefert für über 500 Händler und Einzelhandelsketten wie z.B. Spar, Conrad, Betten Reiter, Toys "R" Us und Maximarkt alle Flugblätter, Produktangebote, Öffnungszeiten und Filialen im Überblick. Die Suche erfolgt entweder über die Website oder über die Smartphone-Apps, die die besten Angebote in der Nähe sowie Empfehlungen des Tages ausfindig machen.

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.

Medienkontakt:

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

wogibtswas.at: Thomas Reiter | +43 676 6688 611 | thomas.reiter@reiterpr.com

AT Internet: Christa Manta | +49.89.385352.39 | cmanta@messerpr.com