
PRESSEMITTEILUNG

AdScanner und Lokalfernsehen Deutschland beschließen umfangreiche Partnerschaft – gemeinsam näher bei den Menschen

Karlsruhe/Dresden, 17. Mai 2022

Seit vielen Jahren warten kleinere Sender auf die Möglichkeit, ihre Leistungskennzahlen besser messen, analysieren und vermarkten zu können. Dies ändert sich nun endlich: AdScanner und Lokalfernsehen Deutschland geben heute im Rahmen der OMR Hamburg den Start einer umfangreichen Partnerschaft bekannt und verbessern so die Vermarktungsmöglichkeiten für lokale TV-Sender wie TV-Werbetreibende.

Die Lokalfernsehen Deutschland, Vermarktungsprojekt von derzeit 87 lokalen Sendern in ganz Deutschland, ist die bundesweite Mediakombi für Lokalfernsehen. Die Plattform ermöglicht Werbetreibenden, das Reichweitenmedium TV für die eigene Marken-Kommunikation auch mit kleinerem Budget zu nutzen und so das Potential von Videowerbung im lokalen Umfeld voll auszuschöpfen.

AdScanner, aktuell in fünf europäischen Ländern aktiv, ist als Spezialist für die Analyse von Bewegtbildinhalten auf breiter Datenbasis seit einigen Monaten auch in Deutschland aktiv. Dazu werden TV-Daten mit eigenen Technologien zur Analyse und nutzungs-basierten Big Data Algorithmen kombiniert. AdScanner erkennt dabei automatisch TV-Kampagnen und auf Wunsch der Sender auch deren TV-Inhalte – und erzeugt parallel Leistungswerte und Zielgruppenanalysen. In Deutschland passiert dies in Zusammenarbeit mit Vodafone – und bietet so erstmals die Möglichkeit, das TV-Nutzungsverhalten von rund einer Million Vodafone-Haushalten in einem intuitiven Tool sekundengenau untersuchen zu können. Diese Kombination – eine breite Datenbasis und die sekundengenaue Ausweisung - ermöglicht wichtige, neue Insights für Mediaagenturen, Werbetreibende und – wie das Beispiel Lokalfernsehen Deutschland zeigt – auch Vermarkter.

Denn durch die Zusammenarbeit von Lokalfernsehen Deutschland und AdScanner kann nun erstmals aufgezeigt werden, welche Leistungen lokales Fernsehen in Deutschland bietet. Einzelne Sender lassen sich dabei genauso bewerten wie die Aggregation von Stationen zur landesweiten oder nationalen Vermarktung bzw. Belegung.

Marin Curkovic, CEO von AdScanner: “Wir freuen uns, mit Lokalfernsehen Deutschland einen weiteren wertvollen Kooperationspartner gefunden zu haben. Die hohe Anzahl von Haushalten, dessen TV-Nutzung wir sekundengenau ausweisen, zeigt hier einmal mehr die Stärken und Vorteile unseres Ansatzes. Wichtig ist uns auch: Unsere Zusammenarbeit wird partnerschaftlich sein – denn die Expertise der lokalen Vermarkter wird auch in die Weiterentwicklung unserer Messung und des Cockpit-Tools einfließen - und so den gemeinsamen Kunden zugutekommen.“

Lars Laschinski, Mitglied der Geschäftsleitung von Lokalfernsehen Deutschland: “AdScanner konnte uns schnell überzeugen: ein technisch fortschrittliches System, das uns endlich die Möglichkeit gibt, auf Basis einer Vielzahl von Haushalten eine Reichweitenmessung- und -analyse auch unserer lokalen Sender vorzunehmen. Spannend ist vor allem zu sehen, wie gut die Gerätepopulation die Einwohnerzahlen in den Regionen und das Gefälle zwischen städtischem und ländlichem Leben reflektiert. In Kombination mit unseren eigenen Daten und unserer Expertise erschaffen wir so etwas einmaliges – und realisieren unseren Anspruch: Näher an den Menschen sein! Ein Gewinn für uns – aber insbesondere für die von uns vermarkteten Sender und unsere Kunden.“

Auf Kundenseite profitieren werden somit Werbetreibende und Mediaagenturen gleichermaßen, da sie erstmals echte Leistungskennzahlen für die Belegung von lokalen Sendern erhalten werden – und auf Basis dieser KPI die jeweilige Kampagne noch granularer und effizienter aussteuern können.