



Presseinformation

OMD & Renault Deutschland gehen neue Wege: erstmalig programmatische Werbebuchung auf DAZN

Düsseldorf, 22.09.2021 – Der Automobilhersteller Renault Deutschland stellt gemeinsam mit seiner Mediaagentur OMD die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft im Werbemarkt und setzt als erster Werbungtreibende überhaupt programmatische Werbung auf DAZN ein. Durch eine strategische Partnerschaft mit der führenden Sport-Plattform DAZN und Technik-Provider Google soll vor allem die Zielgruppe angesprochen werden, die sich über die klassische Bewegtbild-Mediennutzung im linearen TV nicht mehr ansprechen lässt.

Die Corona-Pandemie hat Deutschland nachhaltig verändert – und besonders den Wandel in der Mediennutzung drastisch beschleunigt. Gerade im Bewegtbild-Bereich zeichnet sich ein Trend ab, denn während die Video-on-Demand- und Streaming-Dienste einen Boom erleben, stagniert bzw. sinkt die Nutzung des klassischen Fernsehens. Laut dem [Digitalisierungsbericht 2020 von Kantar](#) sind besonders junge Zielgruppen (14-39 Jahre) primär non-linear erreichbar und nutzen überwiegend Video-on-Demand-Angebote. Dazu kommt, dass in den Altersgruppen 19-44 Jahre die Bereitschaft, werbefinanzierte Video-on-Demand-Inhalte zu nutzen, [auffällig hoch](#) ist. Ein entscheidendes Umfeld bei der Nutzung von Streaming ist Live-Sport. Bei einer Studie zum [„TV der Zukunft“](#) aus dem März 2021 gaben mittlerweile fast ein Viertel an, eine Streaming-Plattform für Live-Sport Übertragungen zu nutzen.

Für Werbeproduzenten bedeutet das: neue Herausforderungen, aber auch neue Chancen. Es gilt nun nicht mehr nur, nachhaltig zu evaluieren, wo und wie man Zielgruppensegmente am effizientesten anspricht, sondern auch die „Light User“ sowie „Unreachables“ zu erreichen, die weniger oder teilweise gar kein lineares Fernsehen mehr nutzen. Dazu kommt, dass etablierte Entertainment-Streaming-Services wie Netflix und Disney+ komplett werbefrei sind und andere Anbieter lediglich die programmatische Buchung von Pre-Rolls, also Werbespots, die vor Videoinhalten geschaltet werden, anbieten.

Renault Deutschland, einer der weltweit bedeutendsten Elektroauto-Hersteller, und die Mediaagentur OMD stellten sich nun genau dieser Herausforderung und gingen dazu eine strategische Partnerschaft mit DAZN und Google ein. Dabei bucht Renault Deutschland unter anderem für die jüngst gestartete Bundesliga-Saison 2021/22 über Googles Demand Side Platform (DSP) „Display & Video 360“ erstmalig programmatisch Inventare auf DAZN, um mit der gezielten Ansprache des Streaming-affinen Publikums inkrementell Reichweite aufzubauen.

Einen weiteren entscheidenden Vorteil bieten die Insights in Echtzeit, die „on-the-fly“ zur Kampagnenoptimierung genutzt werden können: Beispielsweise ergab eine Google-interne Live-

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: Susanne Grundmann, René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christian Esch, Klaus Stinnertz.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDE33.
An Omnicom Company. www.omb.com/germany/



Presseinformation

Auswertung, dass bereits am ersten Bundesliga-Spieltag über die Hälfte des DAZN-Publikums, die die Renault-Creatives für die Modelle Renault Zoe, Kangoo & Arkana gesehen hat, zum sogenannten Segment „Light TV Viewers“ gehört. Als Light TV Viewer werden jene Nutzer*innen kategorisiert, die typischerweise weniger als eine Stunde täglich lineares TV und den Großteil der TV- und Videoinhalte über Streaming-Dienste konsumieren. Die programmatische Aussteuerung macht es möglich, diese Insights in Echtzeit zu nutzen, um die Kampagne noch zielgerichteter und somit kosteneffizienter umzusetzen.

„Einen hohen kommunikativen Wertbeitrag zum Unternehmens- und Absatzerfolg liefert nachweislich Bewegtbild. Wir können über diesen Kanal werblich ideal unsere emotionalen und designstarken Renault-Modelle in Kombination mit tollen Angeboten verbinden und aufgrund der Mediennutzung ein großes Potenzial bestehender oder neuer Kunden für Renault Deutschland begeistern. TV bleibt weiterhin ein Massenmedium und erreicht viele, nur nutzt es jeder etwas anders. Deshalb haben wir gemeinsam mit OMD verschiedene TV-Sehertypen und Nutzungsintensitäten analysiert und haben stringent auch einen Fokus zur Aktivierung von sogenannten TV Light Viewern. In der Forensik zeigt sich, dass wir diese mittlerweile nur noch bedingt oder überhaupt nicht mehr über lineares TV erreichen. Dafür bieten sich Kontaktchancen über diverse On-Demand- und Streaming-Plattformen. Hier nutzen wir das gesamte Spektrum an Daten, Plattformen und Umfeldern“, fasst Ralf Benecke, Vorstand der Renault Deutschland AG, die strategische Ausrichtung zusammen.

„Spätestens seit dieser Saison ist DAZN der top Sport-Broadcaster, was Rechte, aber auch was die Zukunftsfähigkeit anbelangt. Die Nutzerstrukturen von DAZN und die Live-Sport-Inhalte passen sehr gut zur Lösung der Herausforderung, die Selektiv- und Light Viewer anzusprechen, und legitimieren DAZN als idealen Partner. Die Möglichkeit, die attraktiven und performanten Ad Breaks programmatisch über DV360 einzukaufen und damit die sogenannten Unreachables zu erreichen, ist daher sehr spannend und effizient“, sagt Christian Lenz, Managing Partner bei OMD.

„Wir sind überzeugt, dass man als OTT-Anbieter dem Werbemarkt entgegenkommen und Lösungen anbieten muss, wie die ‚Light TV Viewer‘ skalierbar angesprochen werden können. Zumal Sport-Übertragungen mit ihren natürlichen Pausen ideal sind, um Brands zu integrieren und zugleich User-zentriert zu bleiben“, sagt DAZNs Vermarktungschef Haruka Gruber. „Die erfreulichen ersten Erkenntnisse bestätigen uns auf unserem Weg und wir freuen uns, dass eine innovative Weltmarke wie Renault eng mit uns arbeitet und die Möglichkeiten sofort erkannt hat.“

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: Susanne Grundmann, René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christian Esch, Klaus Stinnertz.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDE33.
An Omnicom Company. www.omb.com/germany/



Presseinformation

Über Renault Deutschland

Seit 1898 steht die Marke RENAULT für Mobilität und die Entwicklung innovativer Fahrzeuge. So gilt RENAULT als ein Pionier der Elektromobilität in Europa. Mit dem Strategieplan "Renolution" hat die Marke den Wandel hin zu einem wettbewerbsfähigeren, ausgewogenen und noch stärker elektrifizierten Angebot eingeleitet. Ziel ist der stärkere Fokus auf Technologie, saubere Energie und Mobilitätsdienstleistungen in der Automobilindustrie und darüber hinaus. In Deutschland ist RENAULT seit 1907 erfolgreich präsent und verkaufte 2020 mit den Marken Renault, Dacia und Alpine 202.500 Pkw und leichte Nutzfahrzeuge. Dabei verzeichnete die Marke mit dem ZOE zum sechsten Mal in Folge Deutschlands meistgekauftes Elektroauto. RENAULT ist zudem die Nummer eins der ausländischen Nutzfahrzeug-Anbieter.

Über OMD Germany

OMD ist eine der führenden Mediaagenturen Deutschlands und entwickelt auf Basis von Innovation, Kreativität, Empathie und Daten wirksame Marketing- und Kommunikationslösungen für Unternehmen. Getreu ihrer Philosophie „Better decisions, faster.“ steht für OMD immer im Fokus, ihre 900 Mitarbeitenden und über 160 Kunden dabei zu unterstützen, schneller zu lernen und schneller zu handeln – um letztlich relevantere, effektivere und profitablere Verbindungen zwischen Menschen und Marken entstehen zu lassen. So gelingt es OMD, nachweisbar zum Geschäftserfolg ihrer Kunden beizutragen.

OMD ist in Deutschland an insgesamt vier Standorten vertreten: Düsseldorf, Hamburg, München und Berlin. Die Agenturgruppe ist Teil von OMD Worldwide (www.omb.com), dem weltweit größten Media-Agenturnetzwerk mit Offices in 100 Ländern und mehr als 13.000 Angestellten. Weltweit ist OMD vom renommierten US-Branchenmagazin Adweek zur „Global Media Agency of the Year 2019 & 2020“ ernannt worden. Der Effie Effectiveness Index 2020 hat OMD zudem als effektivstes Media-Agenturnetzwerk der Welt bestätigt.

www.omb.com/germany/

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sonja Tabatabai
Omnicom Media Group Germany
Group Manager Public Relations & Marketing
Tel.: 0211-38807-579
E-Mail: sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: Susanne Grundmann, René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christian Esch, Klaus Stinnertz.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.
An Omnicom Company. www.omb.com/germany/