

PRESSEINFORMATION

**Omnicom Media Group Germany setzt branchenweit erste
vollautomatisierte und vermarkterübergreifende TV-
Ersteinbuchung für 2019 um
Datengestützte TV-Optimierung unterstützt durch Machine Learning /
Ziel: Zusammenwachsen der digitalen Ökosysteme und der TV-Welt**

Düsseldorf, 21.11.2018 – Als erstes deutsches Mediaagenturnetzwerk hat die Omnicom Media Group Germany (OMD, PHD, Hearts & Science) die TV-Ersteinbuchungen für das kommende Jahr bei den großen werbefinanzierten Sendern komplett automatisiert getätigt. Möglich wurde dies durch die Einführung eines neuen, selbstentwickelten TV-Optimierungstools: Der so genannte AllScreenOptimizer ist via API-Schnittstelle direkt mit den Buchungstools der TV-Sender verknüpft und kann automatisch die für den jeweiligen Kunden besten Preis-/Leistungskonstellationen nach individuellen KPIs ermitteln und belegen.

„Wenn man sich die bislang in Agenturen notwendigen aufwendigen, manuellen Prozesse zur Buchung und Optimierung von TV-Kampagnen vor Augen führt, ist dies ein deutlicher Sprung in Bezug auf Usability, Effizienz und Steigerung von Sicherheitsstandards. Diese Vorteile können wir mit dem AllScreenOptimizer nun konsequent im Regelbetrieb über alle Phasen des Bewegtbildprozesse abbilden“, so Jürgen Kievit, Managing Partner Activation TV bei OMD Düsseldorf, der die Einführung des Tools innerhalb der gesamten Agenturgruppe maßgeblich vorangetrieben hat.

Auch aus Sicht der TV-Sender ist die beidseitige Automatisierung der Ersteinbuchungen eine wichtige Weiterentwicklung ihres Angebotes. „Eine Effizienz-Optimierung der Buchungsprozesse ist immer auch ein Anliegen der IP Deutschland. Wir freuen uns sehr, hier gemeinsam mit der Omnicom Media Group einen weiteren Schritt zu gehen“, erklärt Ina Plack, Leitung Disposition TV bei IP Deutschland.

Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media, ergänzt: „Im TV-Bereich sprechen wir schon heute von einem hohen Maß an Automatisierung. Das

PRESSEINFORMATION

verbessert auch die Qualität der Ersteinbuchung und die Erfüllungsquote. Und dadurch kann insbesondere die prozessuale Effizienz deutlich gesteigert werden.“

Datengestützte TV-Prognose und holistische Bewegtbildplanung

Der AllScreenOptimizer mit seinen offenen Schnittstellen in die Plattformen der Partner ist so angelegt, dass er durch flexible, datengestützte Leistungsprognose sowie automatisierte Optimierungsmodule aus Sicht der Omnicom Media Group einen weiteren wesentlichen Baustein für ein neues Marketing-Modell in Zeiten der Marketing Clouds bilden wird.

Peter Kuhlmann, COO der Omnicom Media Group Germany: „Wenn wir davon sprechen, wie wir den Wert der Kommunikation unserer Kunden steigern können, dann sind es genau derartige datengestützte Prozesse, die einen wirklichen strategischen Unterschied für eine Kampagne machen.“

Kuhlmann weiter: „Schaut man sich die heutige Medienlandschaft an, dann bilden die TV-Welt und die digitalen Ökosysteme noch immer zwei kulturell und technisch voneinander getrennte Welten. Unser Anspruch ist es, diese zusammenzuführen und unter Berücksichtigung der gesetzlichen Datenschutzregelungen ein System mit einem ganzheitlichen, nutzerzentrierten Ansatz zu etablieren.“

Über Omnicom Media Group Germany

Die Omnicom Media Group Germany ist die deutsche Mediaholding der Omnicom, einer weltweit führenden Kommunikations-, Werbe- und Marketingdienstleistungsgruppe. Mit den Agenturen OMD, PHD und Hearts & Science umfasst sie drei relevante und wachstumsstarke Mediaagenturnetworks in Deutschland, die mehr als 200 namhafte, werbetreibende Unternehmen in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Mediaplanung, Mediaeinkauf, Optimierung und Forschung betreuen.

Zur Omnicom Media Group Germany gehören auch verschiedene Spezialagenturen und -bereiche wie Annalect (datengetriebene Marketinglösungen), Resolution (digitales Marketing), areasolutions (Kommunikation im öffentlichen Raum), OMG Fuse (Markeninszenierungen & freiwillige Markenerlebnisse), Trakken Web Services (Digital Analytics & Conversion Optimierung) sowie seit März 2018 BrainConsulting (Beratung für digitale Transformation).

Das erklärte Ziel aller Agenturen und Bereiche der Omnicom Media Group Germany ist es, Kunden dabei zu helfen, den Wert ihrer Kommunikation zu steigern.

PRESSEINFORMATION

Die Agenturen der Omnicom Media Group Germany sind mit mehr als 1.100 Mitarbeitern an fünf deutschen Standorten vertreten.

www.omicommediagroup.de

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Ann-Sophie Altmeier, Omnicom Media Group Germany

Director Public Relations & Marketing

Tel.: 0211-38807-521

E-Mail: ann-sophie.altmeier@omicommediagroup.com