

PRESSEMITTEILUNG

Do it yourself:

All Eyes On Screens öffnet Mediaplanungstool Apollo für Werbetreibende und Agenturen zur Nutzung in Eigenregie

Karlsruhe, 02. Juli 2024 – [All Eyes On Screens \(AEOS\)](#) erweitert den Nutzungsumfang seines KI-gestützten Mediaplanungstools Apollo. Das bisher rein als Managed Service angebotene Planungs- und Prognosemodul ist ab sofort auch als Cloud-Anwendung im Selfservice nutzbar. Werbetreibende und Agenturen können damit nun jederzeit eigenständig auf eine der innovativsten digitalen Mediaplanungslösungen für TV-Werbung zugreifen und mit Hilfe elaborierter selbstlernender Algorithmen noch effektivere und effizientere Kampagnen-Schaltpläne erstellen.

Mit Apollo stellt AEOS dem Markt eines der derzeit leistungsstärksten Planungstools für Bewegtbildwerbung zur Verfügung, das TV-Werbung an inzwischen gesetzte digitale Planungslogiken und -systematiken heranführt. Datengrundlage sind von AEOS erhobene Daten zu Werbeblöcken und Werbeumfeldern aus den vergangenen drei Jahren, die datenschutzkonform mit Echtzeit-TV-Nutzungsdaten des AEOS Partners Vodafone aus ca. einer Million TV-Haushalten in Deutschland gematcht werden – in Summe 100 Millionen Datenpunkte pro Tag, die für vielfältige Planungsoptionen genutzt werden können.

Neue TV-Planungsoptionen jenseits der klassischen Einschaltquote

Anders als herkömmliche Planungstools, die in der Regel mit einer panelbasierten Einschaltquote (5.400 Haushalte in Deutschland) als Planungsbasis arbeiten, liefert Apollo auf Basis der AEOS und Vodafone Daten valide, granulare Planungsinformationen auf der Grundlage von TV-Nettoreichweiten. Die Sekundengenauigkeit der Messungen ermöglicht dabei präzise Auswertungen von Inkrementalitäten einzelner TV-Sendungen, erfasst Zapping-Verhalten während der Werbeblöcke, gibt Aufschluss über die regionale Nutzung von TV-Sendern und weist auch kleineren Nischensendern, die bei der klassischen Einschaltquote fallzahlbedingt unberücksichtigt bleiben, ihre Reichweiten zu.

Gamechanger: ROI-optimierte Schaltpläne durch Künstliche Intelligenz (KI)

Neben den innovativen Daten ergibt sich die Leistungsstärke von Apollo aus dem Einsatz von KI bei der Planungslogik. Die Lösung kombiniert Erkenntnisse aus bisherigen TV-Werbeausstrahlungen (Ex-Post-Daten) mit eigenentwickelten selbstlernenden Algorithmen (Machine Learning), um so den für ein bestimmtes Kampagnenziel optimalen Schaltplan zu erstellen. Auf Basis definierter Kampagnenziele sammelt die KI Daten, analysiert sie

und identifiziert Muster bzw. Trends, die maßgeblich zur Erreichung der Ziele beitragen können. Anschließend passt der Algorithmus im Rahmen von Simulationen die Parameter an, um bestmögliche Planungsentscheidungen zu treffen.

Werbungtreibende und Agenturen können ihre TV-Planung branding- und/oder performanceorientiert auf KPI wie Nettoreichweite und Werbekontakte optimieren und damit Kampagnenziele wie bspw. Steigerung der Awareness oder des Website-Traffic nachhaltig unterstützen. Zielgruppen können dabei vorab auf Basis von TV-Nutzungs-Affinitäten profiliert werden.

Das Ergebnis ist ein ROI-optimierte Spotliste, die dann über ein klassisches Buchungstool belegt und eingekauft werden kann.

Erster Praxistest zeigt erhebliche Werbeeffizienzgewinne

Wie groß das von Apollo erzeugte Optimierungspotenzial ist, zeigt der im vergangenen Jahr gestartete, erste Praxiseinsatz der Lösung für Vodafone. Mit einem ROI-Uplift von 8,5 Prozent konnte das Unternehmen seine Werbeeffizienz deutlich steigern. Dabei wurden Tagesreichweiten von über 40 Prozent erreicht – Werte, die man in den vergangenen zwei Jahren von keiner anderen im klassischen TV werbenden Marke gesehen hat.

„Apollo steht für Transparenz, Effizienz und Optimierung“, erklärt Ralf Hammerath, Chief Growth Officer AEOS. „Die innovative Kombination von Daten und Technologie im Rahmen von Apollo eröffnet TV-Werbung neue Formen der Kampagnenplanung und -optimierung und erschließt ihr damit wichtige Effizienzpotenziale im crossmedialen Wettbewerb. Sie ermöglicht darüber hinaus integrierte crossmediale Planungsansätze mit digitalen Medien und Kanälen und stellt für klassische TV-Werbung so den Anschluss an die digitale Mediawelt sicher. Werbungtreibende und Agenturen können diese Vorteile von Apollo jetzt völlig eigenständig nutzen, bei Bedarf aber jederzeit weiterhin auf die Expertise der AEOS Spezialist:innen zugreifen.“

Über All Eyes On Screens (AEOS)

All Eyes on Screens (AEOS) ist der europäische Data Provider und Lösungsspezialist für die Echtzeit-Messung und KI-basierte Planung und Optimierung von Bewegtbildwerbung. 2012 unter dem Namen AdScanner in Kroatien gestartet, ist AEOS inzwischen in fünf europäischen Ländern aktiv – neben Kroatien in Österreich, Bulgarien, Deutschland und seit Mai 2024 auch in der Schweiz. Das Unternehmen bietet hochwertige und granulare Insights in die tatsächliche Leistung von TV-Werbung, insbesondere die Reichweite von Werbespots, auf Basis des realen TV-Nutzungsverhaltens. Die Daten ermöglichen vielfältige Analyseoptionen für die Mediaplanung. Mit dem TV-Planungstool Apollo stellt AEOS eine innovative Lösung bereit, die KI-gestützt Werbespotreichweiten prognostiziert und auf Basis der zu erwartenden Reichweiten einen ROI-optimierten Kampagnenplan erstellt.

Mehr Informationen unter: <https://www.alleyesonscreens.com/>



PRESSEKONTAKT

Presseinformationen sowie
honorarfreies Bildmaterial erhalten
Medienvertreter bei:

< elias communications >
Nadja Elias
Schulstraße 31
D – 80634 München
Tel.: +49 (0)89 15890306
E-Mail: pr@alleyesonscreens.com