

PRESSEMITTEILUNG

KI-gestützte Planung und Optimierung von Bewegtbildwerbung: All Eyes On Screens erschliesst den Schweizer TV- Werbemarkt mit Unterstützung von Sunrise Business

- **Partnerschaft zur Gestaltung der Zukunft von Bewegtbildwerbung**
- **Kombination der Datenanalyse-Expertise zur Planung und Optimierung von Bewegtbildkampagnen**
- **Neue Effektivitäts- und Effizienzgrade für crossmediale Kampagnen**

Zürich, 24. Juni 2024 – All Eyes On Screens (AEOS), innovativer Data Provider und Lösungsspezialist für die Echtzeit-Messung und KI-basierte Planung und Optimierung von Bewegtbildwerbung (Online-Video und alle TV-Kanäle), der seit Mai 2024 auch auf dem Schweizer Markt aktiv ist, ist eine Partnerschaft mit Sunrise eingegangen. Im Zentrum der Zusammenarbeit stehen Synergien in der jeweiligen Datenanalyse-Expertise und die Kombination der anonymisierten und datenschutzkonform aufbereiteten TV-Nutzungsdaten von Sunrise mit der AEOS-Technologie. Ziel ist es, Werbetreibenden und Agenturen eine noch effektivere und effizientere Kampagnenplanung und die echtzeitnahe Optimierung von TV-Kampagnen zu ermöglichen.

An wie viele Haushalten wird ein TV-Werbespot tatsächlich ausgespielt? Wann ist die Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft am grössten? Entfalten kurze oder längere Werbespots in der Werbepause mehr Wirkung? Welche Platzierungen in der Werbeinsel sind am zielführendsten? Und welche Bedeutung haben Tageszeit, Sender und das thematische Umfeld für den Werbespot? Antworten auf diese Fragen liefert das neue Lösungsangebot von AEOS.

Neue Datenqualität und Daten-«Cockpit» für mehr Transparenz

Die neuen Insights zu Bewegtbildwerbung beruhen auf dem realen TV-Nutzungsverhalten. Sunrise aggregiert die entsprechenden Echtzeitdaten in anonymisierter Form und bereitet sie für die Weiterverarbeitung durch AEOS auf. Eine Rückverfolgung der Vorlieben oder Gewohnheiten von Einzelpersonen ist nicht möglich, und sie können auch nicht durch massgeschneiderte Kampagnen oder auf andere Weise angesprochen werden. Die so erhobenen TV-Nettoreichweiten (linear und zeitversetzt) werden mit den Video-Daten von AEOS, die auf einer KI-basierten Video-Erkennung von TV-Kampagnen beruhen, zusammengeführt und stehen Werbetreibenden und Agenturen innerhalb von 24 Stunden zur Verfügung.



Die hohe Marktabdeckung macht Hochrechnungen dabei überflüssig und erlaubt vielfältige Auswertungen auf verschiedenen KPI-Ebenen.

Für diese stellt AEOS ein Daten-«Cockpit» zur Verfügung. In ihm erhalten Werbetreibende und Agenturen einen sekundengenauen Einblick zu Platzierung, Reichweite, Durchsichtrate und den Interessengruppen, die die Werbebotschaft im TV gesehen haben. Darüber hinaus kann das Cockpit zur Einbeziehung externer Daten, zu denen beispielsweise Traffic, Sales oder Wetterdaten gehören, und für Visualisierungen der Insights genutzt werden. Die Ergebnisse ergänzen und vertiefen jene Messdaten, die im Rahmen der Zuschauer-Forschung schon heute zur Verfügung stehen. Dadurch werden noch genauere Analysen und vielfältige datenbasierte Ex-Post-Optimierungen möglich.

Auch für Werbetreibende auf den digitalen Kanälen stehen entsprechende Daten im Daten-«Cockpit» bereit, mit denen TV-Kampagnen und Strategien auf den digitalen Kanälen (Video/Display, Social Media und DOOH) weiter optimiert werden können. So eröffnen sich völlig neue Möglichkeiten, Kampagnen crossmedial effektiv und effizient auszuspielen.

«Wenn es um Analyseoptionen und Optimierungspotenziale im Hinblick auf die Effektivität und Effizienz von Kampagnen geht, sind die Daten der digitalen Medien und Kanäle mit ihrer Granularität und Neartime-Verfügbarkeit inzwischen zum Benchmark geworden», erklärt Henning Gronki, Managing Director Schweiz bei AEOS. «Unser Ziel ist es, Bewegtbildwerbung diese Datenintelligenz in Gänze zu erschliessen und insbesondere klassisches TV im Gattungswettbewerb zu stärken. Mit Sunrise haben wir dafür einen leistungsstarken Partner für den Schweizer Markt gefunden.»

«In unserer Partnerschaft mit AEOS kombinieren wir aufschlussreiche Echtzeitdaten mit einem massgeschneiderten KI-basierten Tool, um TV-Werbung voranzubringen. Unternehmen erhalten einen Wettbewerbsvorteil durch tiefere Einblicke, Echtzeitverarbeitung und damit eine verbesserte Effizienz ihrer Kampagnen. Ich bin überzeugt, dass sich dies langfristig erheblich auf die Relevanz und Qualität von TV-Werbung auswirken wird, wovon letztendlich auch die Endverbraucher profitieren werden», sagt Robert Redeanu, Chief Business Officer bei Sunrise.

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, seit 2021 im deutschen Markt und seit 2024 auch im Schweizer Markt aktiv, bietet AEOS 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 Werbspotreichweiten 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