

22. März 2023

11 Mio. Kontakte in 30 min: Programmatic-Team bucht Printanzeigen



MEHR ERFAHREN

Das erwartet Euch in unserer Masterclass



- 1 So funktioniert Zielgruppen-Targeting in Print mit pryntad
- 2 So einfach buchst Du Programmatic Print bei Active Agent – ohne Print-Vorkenntnisse
- 3 Mit dieser Programmatic Print-Strategie ist pilot für ihren Kunden CEWE sehr erfolgreich
- 4 Antworten auf Eure Fragen



Unser Partner: pilot

pilot 2023

pilot im Überblick

pilot ist die unabhängige und inhabergeführte Agentur für alle, die etwas bewegen wollen.

pilot

macht
Marken
erfolgreich

WIRKUNG COM
ZUSAMMENARBEIT

Bei pilot
arbeiten Profis
aus über 60
verschiedenen
Fachbereichen eng
zusammen.

- Media Management
- Kreation & Content
- Performance Marketing
- Data Science
- Programmatic Advertising
- Forschung
- Geomarketing
- Brand Experiences
- Social Media
- Corporate Communications

Ansatz

Wir nutzen die Chancen der modernen Medien- und Werbelandschaft, um die Wirkung von Marketing- und Media-Investitionen unserer Kunden zu maximieren.

Haltung

In einer komplexen Welt erzielen wir mit enger Zusammenarbeit vielfältiger Kompetenzen die höchste Wirkung.

Können

Über 500 Mitarbeiter decken ein breites Spektrum von Leistungen in den Bereichen Insights/ Daten, Media, Kreation und Technologie ab.

An sechs deutschen Standorten

entwickeln wir moderne Kommunikation für Unternehmen und Marken.



pilot ist mehr als eine Mediaagentur, mehr als eine Kreativagentur, mehr als eine Digitalagentur.



€ 1,345 Mrd.
Brutto-
Billings
in 2022

TV Digital Print OOH Radio Kino



pilot ist ganz vorne mit dabei

In den offiziellen Rankings zählen wir regelmäßig zu den größten und erfolgreichsten Agenturen.

- Rang 1** Unabhängige Mediaagenturen Deutschland (COMvergence¹)
- Rang 8** Mediaagenturen Gesamt-Ranking Deutschland (RECMA²)
- Rang 2** Internet-Agenturen Deutschland (BVDW³)

Quelle: ¹COMvergence Mediaagentur-Ranking für Deutschland; ²RECMA Ranking 2022; <https://www.pilot.de/neuigkeiten/recma-ranking-2022-wieder-top-platzierungen-fuer-pilot/>; Subranking „Digitale Werbung/ Kommunikation“; ³Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) Internetagentur-Ranking 2022

Top Notch Kundenkreis - Alle Top 10 Publisher & Top 5 Agenturnetzwerke in Deutschland

190 Mitarbeiter
an 6 Standorten

Einziger Tech Stack mit dualer Strategie - Stand Alone Technologien & Integrierte Lösungen

Strenge Einhaltung der EU-Datenschutzbestimmungen
(DSGVO/ ePrivacy / Privacy Shield)

Hosting in Germany - Drei ISO-zertifizierte Datacenter, Energie aus zu 100% regenerativen Quellen

20+ Jahre

Spezialist

für Digital Media Technology

Proud to be a part of



ProSiebenSat.1
Media SE

Made in Europe





+ Gründung der **d-force** | Joint Venture von ProSiebenSat.1 & RTL Mediengruppe | 2019

Wegweisende Partnerschaft zur gemeinsamen Gestaltung eines effizienten programmatischen Advertising Ökosystems - **Exklusive DSP: Active Agent**

VIRTUAL MINDS

PROGRAMMATIC MULTICHANNEL: EVOLUTION



1



Display



Mobile



Video

2



DOOH



Audio



ATV/CTV

3



Cinema



Print



Plakat



Linear TV

4



Gaming



Geplant
Connected
Car



Angedacht
Metaverse

???

Vor 1 Jahr... da fehlt doch was?

»Programmatic Print Advertising als große Vision«



Online



Mobile



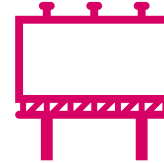
TV



Print



Radio



OOH



Kino

Wir sind pryntad

»Mit pryntad können Advertiser und Agenturen Printwerbung so wie im Online Marketing buchen«



plattformbasiert
nach digitalen Prinzipien



per Targeting
und Preis-Gebot

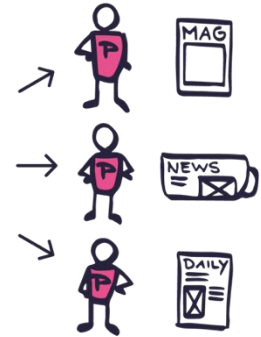
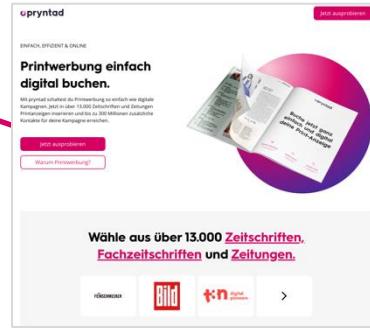


1 zentrale Buchung
und Abwicklung



pryntad Buchungswege

1 pryntad.com Plattform
Self-/Manged Service



2 pryntad via DSP
Programmatic Print

pryntad

powered by

SSP1



Warum überhaupt Print?

Ein 7 Mrd. € schwerer Werbekanal
mit starken Vorteilen!



ungeteilte **Aufmerksamkeit**



verlässliches **Targeting**



Cookie-free DSGVO-konform



100% **Brand Safety**



höchste **Werbeakzeptanz**

Wir liefern Euch
über 300 Mio. Zielgruppen-Kontakte
in über 13.000 Printmedien

Das pryntad Inventar

»über 13.000 Printmedien in der pryntad Datenbank«



1

7.500

Zeitschriften
*für vielfältige
Zielgruppen*



2

5.700

Fachzeitschriften
*für spezifische
B2B Zielgruppen*



3

1.800

Zeitungsausgaben
*für den optimalen
regionalen Zuschnitt*



z.B. Männer, 20-59 Jahre

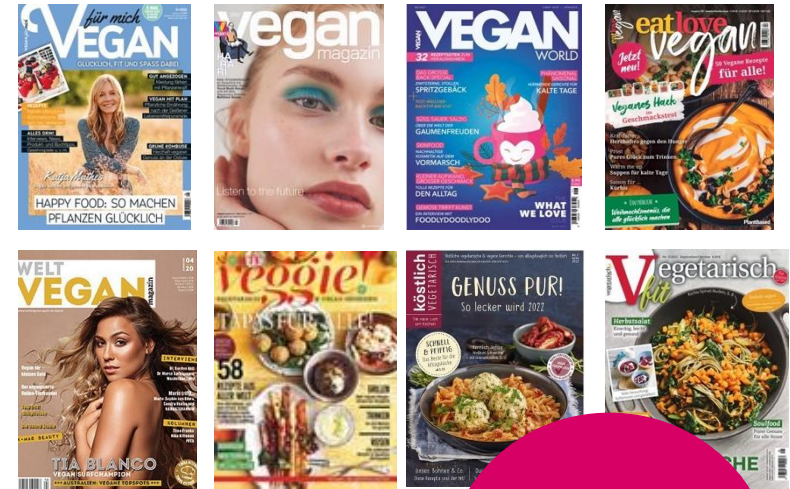
Demografisches Targeting

Über Affinitäten die richtigen Titel buchen



über 25 Mio.
Zielgruppen
Kontakte!

z.B. für pflanzliche Ernährung



über 2 Mio.
Zielgruppen
Kontakte!

Contextual Targeting

Auf Basis von Inhaltskompetenzen und IAB Standard

z.B. Immobilienmakler

Contextual Targeting

Für spezifische B2B Zielgruppen



45 Titel
über 1 Mio.
Zielgruppen
Kontakte!

Regio Targeting

Über Orte, Regionen, PLZ
Die passenden Tageszeitungen finden

Zeitungen in "Berlin (Bundesland)": 14 Zeitungen gefunden

Berliner Zeitung
Ausgabe: Berliner Zeitung
93.669 76.304 81 % 4,13 %
Verkaufte Auflage: Basis im Zielgebiet: Anteil in %: Haushaltsabdeckung:

Der Tagesspiegel
Ausgabe: Gesamt
99.487 75.393 75 % 4,08 %
Verkaufte Auflage: Basis im Zielgebiet: Anteil in %: Haushaltsabdeckung:

B.Z./BILD
Ausgabe: BERLIN-BRANDENBURG-GESAMT
123.513 81.896
Verkaufte Auflage: Basis im Zielgebiet: Anteil in %: Haushaltsabdeckung: 3,28 %
Ma-Sa 257mm x 369mm Zeitungsfarbe
Erscheinungstage

B.Z.
Ausgabe: B.Z.
82.520 60.682 73 %
Verkaufte Auflage: Basis im Zielgebiet: Anteil an Gesamtauflage: 3,28 %
Ma-Sa 257mm x 369mm Zeitungsfarbe
Erscheinungstage

FUNKE Medien Berlin
Ausgabe: Berliner Morgenpost
42.592 38.077
Verkaufte Auflage: Basis im Zielgebiet: Anteil in %: Haushaltsabdeckung:

BILD
Ausgabe: Deutschland-Ost
291.227 82.966
Verkaufte Auflage: Basis im Zielgebiet: Anteil in %: Haushaltsabdeckung:

Berliner Kurier
Ausgabe: Berliner Kurier (Morgenpost)
33.430 23.267
Verkaufte Auflage: Basis im Zielgebiet: Anteil in %: Haushaltsabdeckung:

B.Z. - jetzt Anzeigen mit deinem Preisvorschlag buchen!

Format auswählen

Auswahl: 1000er Eckfeld - 187 x 250mm

- 100er 88 x 50mm
- 200er 88 x 100mm
- 400er 88 x 200mm
- 1/4 Seite 207 x 165mm
- 1000er Eckfeld 187 x 250mm
- 1/2 Seite 207 x 165mm
- 1/1 Seite 207 x 300mm

Ohne Streuverlust
in die richtige Region



PROGRAMMATIC PRINT



PROGRAMMATIC PRINT



Targeting

u.a. Pretarget zu Gattung & Zielgruppe



Reporting

u.a. reale Kontakte & Magazin- / Zeitschrifteninformationen (z.B. Ausgabe)



Deal-Typ

Programmatic Guaranteed



Inventare

Zeitschriften & Zeitungen (via pryntad)



Creative

PDF-Datei via VAST

Inventar von



via



in





IN 3 SCHRITTEN ZUR PROGRAMMATIC PRINT KAMPAGNE

1

Definition von Kampagnen-Zeitraum, Zielgruppe, Budget und Titeln mit pryntad

2

Buchung über die Active Agent DSP (5 Schritte)

3

Anlieferung des Druck-PDFs bei pryntad

→ Kontaktbasierte Auslieferung in der DSP

→ Reporting via DSP (Self-Service)



GRANULARES REPORTING

- Agentur
- Agentur ID
- Advertiser
- Advertiser ID
- Insertion Order
- Insertion Order ID
- Plattform
- SSP
- Deal
- Deal Name
- Gebote
- Gewonnene Gebote
- Line Item
- Line Item ID
- Creative
- Creative ID
- Creative Typ
- Datum
- Impressions
- Netto-Medienkosten
- Kosten



IN 5 SCHRITTEN ZUR PROGRAMMATIC PRINT BUCHUNG

1

Neuen Deal erstellen

Deal Management

Deals

Seats

NEUER DEAL

Allgemeine Einstellungen
Die Grundeigenschaften des Geschäftsobjekts

Deal Id *

Die ID des Deals 0 / 64

Name *

Name des Deals 0 / 255

SSP *

One Tech Group SSP1

SSP des Deals

Type *

Garanteeed

Type des Deals

Beschreibung

Beschreibung des Deals

Erlaubte Advertiser

Deals mit einem Advertiser Filter können nur auf Line Items der ausgewählten Advertiser benutzt werden. Ist kein Advertiser ausgewählt, gibt es keine Einschränkungen.





IN 5 SCHRITTEN ZUR PROGRAMMATIC PRINT BUCHUNG

2

Advertiser anlegen

[NEUER ADVERTISER](#)

↗ Allgemeine Einstellungen

Die Grundigenschaften des Geschäftsobjekts



Der Name des Advertisers

0 / 255

Die Advertiser Domain

0 / 256

Die mit dem Advertiser verknüpfte Agentur





IN 5 SCHRITTEN ZUR PROGRAMMATIC PRINT BUCHUNG

3

Insertion Order anlegen

NEUES INSERTION ORDER**Allgemeine Einstellungen**

Die Grundigenschaften des Geschäftsobjekts

Name *

Der Name der Insertion Order

0 / 255

Agentur *

Virtual Minds GmbH

Die zugehörige Agentur



IN 5 SCHRITTEN ZUR PROGRAMMATIC PRINT BUCHUNG

4

Line Item anlegen und Deal verknüpfen

NEUES LINE ITEM

Typ
Der Typ des Line Items

Typ
Digital Out Of Home / prog. Cinema

Wählen Sie einen Typ für Ihr Line Item aus.

Kampagnen zur Auspielung von Werbemitteln in One-2-Many Umfeldern. Mit Digital Out Of Home (DOOH) für eine Aussteuerung in der Außenwerbung oder mit Programmatic Cinema für eine Auspielung innerhalb von Kinowerbeblöcken.

\$ Budget
Das zur Verfügung stehende Budget

Im DOOH/ Cinema Umfeld sind die Impressions die durch die SSP übermittelten Impressions pro Auslieferung (= Kontakte).

Max.CPM * Bietstrategie *
Max Price

Bestimmen Sie den maximalen CPM Wählen Sie eine Bietstrategie aus.

Tagesbudget * Gesamtbudget *

Bestimmen sie das Tagesbudget Bestimmen Sie das Gesamtbudget

Deals
5794560 - VM x printad DEAL HINZUFÜGEN

Ein Deal repräsentiert eine direkte Vereinbarung zwischen dem Advertiser und dem Publisher/ SSP. Über Deals werden einzelne oder eine Gruppe von Kampagnen bei den SSPs identifiziert. Die genaue Handhabung und Funktion der Deals ist dabei von SSP zu SSP leicht unterschiedlich und nicht einheitlich. Im Regelfall werden die Deals für die Teilnahme von Kampagnen an einem Private Exchange eines Publishers und zur Abrechnung einzelner Kampagnen genutzt.

Hinweis:
Optional kann pro Deal ein Deal Max CPM ergänzend zum Max CPM des Line Items hinterlegt werden. Bei Auslieferung greift stets der CPM, der den kleineren Wert aufweist.





PROGRAMMATIC
PRINT

GEPLANTE WEITERENTWICKLUNGEN



Private Auction



DSP-Targeting (z.B. Wetter)



Printspezifisches Reporting



Inventardaten in der DSP

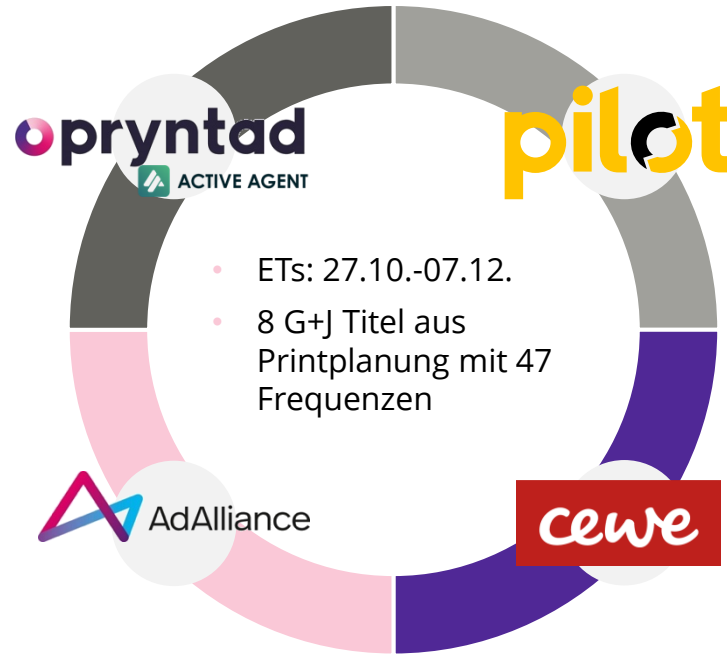


DPS-seitiges Werbemittelhosting

Programmatic Print
Advertising
is real!

Internationaler First Mover Case

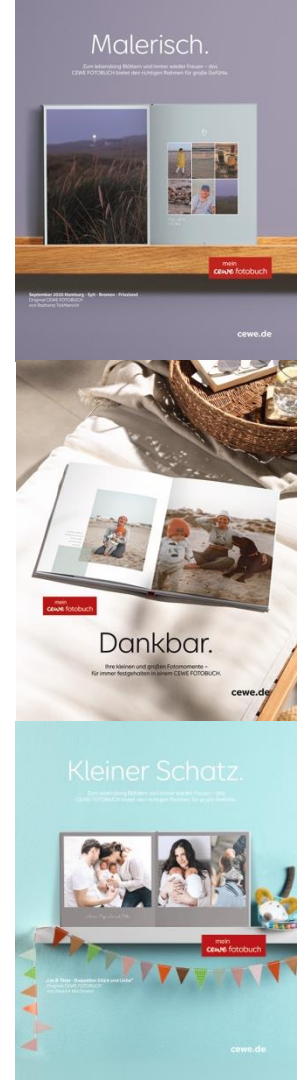
»CEWE bucht Programmatic Print im wichtigsten Quartal des Jahres«



Die Kampagne

»Nationale Branding Kampagne zum Weihnachtsgeschäft«

- Awareness in der umsatzstärksten Zeit des Jahres
- Teil der klassischen Jahreskampagne
- Eingebettet in breiten Brand-Mediamix in TV, Display & Social
- Laufzeit: Okt - Dez
- Abwicklung als Programmatic Guaranteed Deal
- Gebucht über Programmatic Unit der pilot
- DSP: Active Agent



Die Umfeldler in Printmedien

»8 programmatisch gebuchte Titel bei der Ad Alliance«



- ✓ Hohe Qualität
- ✓ Verlässliche Zielgruppen-Kontakte
- ✓ Hohe Kontakt-Intensität

Warum Programmatic Print?

»Gründe für den ersten Testcase bei pilot und CEWE«

pilot

- Technologie Testing & Learnings
- Programmatic Print als Teil der Vision zur silofreien Kampagnenplanung für maximalen Effizienzgewinn

cewe

- Digitaler Vorreiter sein
- Innovationen aktiv mitgestalten
- Erfahrungen sammeln und Chancen ausloten

„Ohne Berücksichtigung des
initialen
Setup-Aufwandes
liegt die Abwicklung
bei unter 30 Minuten“



Nina Schwabe, pilot
HH

Key Take Aways

»Jetzt kann Dein Programmatic Team Targeting mit Print-Kampagnen«

1

Print schafft Wert

Pushe den Upper-Funnel mit Print für bessere Kampagnen KPIs

2

Effiziente Buchung

Mit wenigen Klicks über Print viele Millionen ZG-Kontakte buchen

3

Einfach starten

Teste Print-Targeting einfach dank Support v. pryntad und Virtual Minds



Jetzt brandneu:

Zielgruppen-Channel zu festen TKP's*,
z.B.

- **Frauen 40+**
- **Männer**
- **Kochen & Genuss**

*zeitlich befristet bis 31.8.23

ab TKP
7€ n/n



Vielen Dank!



Lisa Klang
l.klang@pilot.de



Anja Visscher
anja@pryntad.com



Stefan B. Müller
stefan.b.mueller@virtualminds.com

