

\*\*\*\*\*Presseinformation\*\*\*\*\*

## **Wegweisende Zusammenarbeit: RMS Austria, aideal, Virtual Minds und Mediaplus Austria führen erfolgreichen Programmatic Radio Testlauf für den Kunden C&A durch**

**RMS Austria setzte in Zusammenarbeit mit aideal, Virtual Minds und Mediaplus Austria eine programmatische Radiokampagne für das Modeunternehmen C&A erfolgreich um. Die Werbeblöcke wurden in Echtzeit und datenbasiert für eine UKW-Ausspielung eingekauft.**

Mit der programmatischen Auslieferung einer Kampagne für das Modeunternehmen C&A, bei der lineare Radiowerbung erstmals datenbasiert in Echtzeit gebucht wurde, setzt RMS Austria erneut einen technologischen Meilenstein. Gemeinsam mit Mediaplus Austria sowie den Partnern aideal und Virtual Minds sowie deren Technologieplattformen wurden klassische Radio-Werbepplätze gezielt und in Echtzeit von Mediaplus Realtime eingekauft.

Erstmals kam bei der UKW-Kampagne auch der von den österreichischen TV-Häusern für Programmatic TV genutzte Media Manager (Broadcaster-SSP) vom Virtual Minds für programmatische Werbung im klassischen Radio in Österreich zum Einsatz.

Als Partner auf Publisherseite konnten die Sender radio 88.6 und Radio Arabella für die Kampagne gewonnen werden, deren unterschiedliche Sendeinfrastrukturen über die aideal-Plattform orchestriert wurden.

Der 15-sekündige Spot lief vom 24. bis 30. September und erreichte über 477.000 Kontakte in der gewünschten Zielgruppe.

Für die Kampagnen wurden programmatische Adslots direkt in die unterschiedlichen Sendesysteme integriert, sodass die programmatische Abwicklung vom Bid Request bis zur Spotausstrahlung in kürzester Zeit abgeschlossen werden konnte. Dank der Reichweiten- und Zielgruppendaten des Radiotests konnte die Kampagne präzise auf die Zielgruppe ausgerichtet und optimiert werden. Dieses Pilotprojekt bietet eine exzellente Gelegenheit, das Medium Radio innovativ weiterzuentwickeln und zukunftsfähig zu gestalten, sodass es sich als unverzichtbarer Akteur im Programmatic-Universum etabliert.

Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria: "Hätte sich Radio in seiner 100-jährigen Geschichte nicht ständig weiterentwickelt, wäre es 100 Jahre später ganz sicher nicht das Nr. 1 Medium der Österreicher:innen. Wir haben mit dem Case gezeigt, dass Massenmedium und Programmatic keine Gegensätze sind und arbeiten intensiv daran, RMS Inventar schon in Kürze auch programmatisch verfügbar zu machen."

Bernhard Redl, Managing Partner, Mediaplus Austria ergänzt: „Die programmatische Buchung von UKW-Radiowerbung ist eine großartige neue Möglichkeit in der österreichischen Medialogik. Für uns als Agentur liegt der Fokus weniger auf dem technologischen Fortschritt allein, sondern vielmehr geht es darum, die neuen Möglichkeiten von Realtime Media auf allen Plattformen zu nutzen. So können wir hyper-individualisierte,

datengetriebene Kampagnen gestalten und ausspielen, die sich präzise an den Bedürfnissen unserer Kund:innen orientieren.“

Markus Adomeit, Gründungsgeschäftsführer aireal: "Wir freuen uns sehr, diesen wegweisenden programmatischen Pilotcase gemeinsam mit unseren Partnern umgesetzt zu haben. Programmatic Radio funktioniert voll automatisiert und in Realtime, auch unter Einbeziehung verschiedenster Sendesysteme. Somit bietet aireal die Lösung, um Senderkombinationen mit unterschiedlichsten Infrastrukturen nach programmatischem Standard am Markt anzubieten, sowohl mit als auch ohne auf externe SSP-Lösungen zugreifen zu müssen."

Dirk von Borstel, Geschäftsführer Virtual Minds, erklärt: „Wir freuen uns sehr, im bewährten Set-up mit RMS und aireal jetzt auch in Österreich die nächsten Schritte im Programmatic Radio zu gehen. Mit dem Media Manager erschließen wir klassischen linearen Broadcast-Medien die großen Potenziale und Effizienzvorteile der programmatischen Vermarktung und stärken sie damit im Wettbewerb mit digitalen Playern. Nach Cinema, TV und Print steigert auch Radio mit Programmatic Radio seine Attraktivität als Werbemedium mit Blick auf Planungs-Experience und Steuerungsmöglichkeiten, innovative Mediaprodukte sowie hochwertige Budget- und Yeldoptimierungen.“

Birgit Steurer, Geschäftsführerin Radio Arabella: "Es ist uns wichtig, mit den Programmangeboten der Marke Radio Arabella auf allen relevanten analogen und digitalen Verbreitungswegen unsere Hörer:innen zu erreichen. Eine zeitgemäß programmatische Kampagnenplanung und -auslieferung wollen wir demgemäß auch für unsere Kunden rasch möglich machen."

Günther Zögernitz, Geschäftsführer RadioCom Wien freut sich: "Wir bei Radio 88.6 sind stolz, als Vorreiter bei der programmatischen UKW-Buchung ganz vorne mit dabei zu sein. Diese technische Neuerung ermöglicht es uns, Radiowerbung mit großer Reichweite gezielt auf Zielgruppen zuzuschneiden. So spielen wir Werbebotschaften noch präziser und effizienter aus und erfüllen die vielfältigen Wünsche unserer Kund:innen optimal. „Dieser erfolgreiche Test zeigt das enorme Potenzial der programmatischen Buchung für uns und unsere Partnerinnen. UKW-Kampagnen programmatisch zu buchen, ist ein echter Fortschritt in der Radiowerbung.“

**Kontakt:**

Maria Hüster

[Maria.huester@rms-austria.at](mailto:Maria.huester@rms-austria.at)

+43 664 9654786