



# mediaplanung



**REAL TIME ADVERTISING**

twyn-group-CEO Peter Mayrhofer sieht Chance für Geschäftserweiterung **Seite 15**



**A DEFFECTS-STUDIE**

Über die Wahrnehmung und Wirksamkeit von digitalen Werbeformaten **Seite 22**

**„KRONE“**  
FUSION VON PRINT UND ONLINE

## „The Loop“ macht echtes Real-Time-Marketing möglich



MINDSHARE

**Big Data-Management**

Christine Antlanger-Winter, Chief Digital Officer von Mindshare, erläutert das Planungstool: „The Loop“ ermöglicht einerseits, direkt auf den Response von Kampagnen zu reagieren, und dient andererseits auch als Entscheidungs-korrektiv für bereits erfolgte Kampagnen.“ **Seite 14**

© medianet/Christine Mikas

primenews

marketing & media

rela®

healtheconomy

automotivebusiness

technology

industrialtechnology

financenet

real:estate

advisory

destination

### advisory **Sonderthemen 2015**

Steuerrecht 27. Februar

Bau-/Immobilien- und Vergaberecht 27. März

Compliance 24. April

Energierecht 22. Mai

Familienrecht 10. Juli

Stiftungsrecht und Vermögensweitergabe 18. September

Schiedsrecht/Mediation 16. Oktober



**medianet**

Inside Your Business. Today.

Weitere Informationen unter:  
Tel.: +43 1 919 20 - 2214  
o.jonke@medianet.at  
www.medianet.at

Die neuen Mediadaten und den Sonderthemenplan 2015 finden Sie hier:



**Zukunft** „The Loop macht Real Time-Marketing umsetz- und anwendbar und stellt die Zukunft von Marketingplanung dar“

# Wer „The Loop“ hat, hat eine kommunikative Schaltzentrale

Mit ihrem Instrument The Loop hat Mindshare ein quasi real-time Kommunikations-Steuerungsinstrument erfunden.

**Wien.** Mit The Loop hat Mindshare einen datengetriebenen Planungsansatz für adaptives Marketing entwickelt und seit verganginem Jahr im Portfolio.

medianet sprach mit Christine Antlanger-Winter (Chief Digital Officer) über das Tool und die bisherigen Erfahrungen.

**medianet:** Für jene, die The Loop noch nicht kennen. Wie würden sie ihn beschreiben?

**Christine Antlanger-Winter:** The Loop ein ganzheitliches Marketing-Steuerungsinstrument von Mindshare. The Loop ist auch ein physischer Raum, ausgestattet mit acht Screens, auf denen die schier unüberschaubare Masse an verfügbaren Daten auf interpretierbare Dashboards gebracht wird.

Bei dieser neuen Arbeits- und Denkweise geht es uns um die schnelle, intelligente und synchrone Nutzung von Daten aus dem Marketing-Ecosystem von Paid, Owned, Earned und Contextual in Echtzeit, die auf den Bildschirmen sichtbar und sofort interpretierbar gemacht werden.

The Loop macht Real Time-Marketing umsetz- und anwendbar und stellt die Zukunft von Marketingplanung dar. Das Mindshare-Expertenteam liefert durch Big Data Management Insights für Entscheidungen, die gemeinsam mit dem Kunden sofort in Maßnahmen umgesetzt werden können.



„Das Bewusstsein für adaptive Planung von Kampagnen wird durch den Loop klar und verändert komplett die Herangehensweise an Strategie, Konzeption und Umsetzung.“

eCommerce, um im Verkauf eine ganzheitliche und integrierte Sichtweise und Steuerung zu ermöglichen. Medienunternehmen können als Consumer Brands und auch im Redaktionsbereich vom Loop profitieren, wie wir bei derstandard.at erfolgreich gesehen haben.

Großereignisse nutzen wir, um als Mediaagentur unter anderem Schlüsselkennzahlen für adaptive Real-Time Markenplanung zu bekommen, oder um die Live-Ticker-Zugriffe von derStandard.at mal eben zu verdreifachen.

eingesetzten Budget 18 Prozent Savings auf Basis Cost per Lead generieren. Die Live TV-Werbewert-Analyse hat uns deutlich das am Markt noch zu nutzende Potenzial von vernetzten Kampagnen gezeigt.

mer noch die Expertise und das Gespür des Mediaplaners im Fokus – wird diese Rolle auch künftig von großer Bedeutung sein?

**Antlanger-Winter:** Der Loop ist eine Denk- und Arbeitsweise unter dem Motto ‚collectively interpreting the data‘. Das Mindshare-Expertenteam setzt sich aus Datenanalysten, Trendforschern, Strategen und Optimierern zusammen. Der Marketingentscheider bekommt einen gesamtheitlichen Blick auf die schier unüberschaubare Masse an verfügbaren Daten, die jetzt auf interpretierbaren Dashboards zusammenkommen. Im Team findet die konkrete Definition, die Umsetzung von Entscheidungen und Maßnahmen auf Basis von komplexen Datenbankmanagement und gezielt festgelegter Dashboarddarstellung statt.

(red)

[www.mindshare.at](http://www.mindshare.at)



„Interessant ist ‚The Loop‘ für alle Unternehmen in den Bereichen Marketingstrategie und Kampagnenplanung.“

**CHRISTINE ANTLANGER-WINTER**  
MINDSHARE CHIEF DIGITAL OFFICER

**medianet:** Welche Insights konnten aus den beiden Durchgängen für die Mediaplanung gewonnen werden – welche Dinge denkt man ev. bereits in der Konzeption völlig anders an?

**Antlanger-Winter:** Das Bewusstsein für adaptive Planung von Kampagnen wird durch den Loop klar und verändert komplett die Herangehensweise an Strategie, Konzeption und Umsetzung. Konkret haben wir wertvolle Erkenntnisse gewonnen. So haben die Real Time-Ergebnisse gezeigt, dass Second Screen funktioniert und effizient ist. Durch Real Time-Optimierungen konnten wir vom

**medianet:** Mediaplanung wird durch Tools wie The Loop noch stärker zum Echtzeit-Instrument. Was bedeutet das für Planungen (und Budgets), die oft bereits lange im Vorhinein getätigt werden müssen?

**Antlanger-Winter:** The Loop ist wie eine kommunikative Schaltzentrale zu sehen; diese kann jederzeit eingesetzt werden. Der Kunde und das Expertenteam kann direkt auf den Response von Kampagnen reagieren oder dient zum Beispiel als Entscheidungskorrektiv für die bereits erfolgte Konzeption.

**medianet:** Bei all den technischen Prozessen von The Loop steht im-

**medianet:** Für wen ist das Tool besonders interessant?

**Antlanger-Winter:** Interessant ist The Loop für alle Unternehmen in den Bereichen Marketingstrategie und Kampagnenplanung sowie in der laufenden Kampagnenanwendung; falls es große Events gibt, die einen Impact auf die Marke haben oder haben könnten, auch als Live Loop. Von großer Bedeutung ist der Loop auch im Bereich

**medianet:** The Loop brachte sowohl zur Fußball-WM als auch im alpinen Skisport für den Kunden positive Ergebnisse. Wie praxistauglich ist dieser doch aufwendige und intensive Prozess in der täglichen Anwendung?

**Antlanger-Winter:** Unsere Kunden setzen The Loop maßgeschneidert in der strategischen Markenführung und bei der Kampagnenplanung und -umsetzung ein.

**FACTS**

**Mit The Loop,** der in seinen lokalen Ausprägungen auch ein tatsächlicher eigener Raum innerhalb der Agentur ist, hat Mindshare einen datengetriebenen Planungsansatz für adaptives Marketing entwickelt.

The Loop gibt einen Einblick in Real-Time-Marketing und stellt gleichzeitig die Zukunft dar. Es geht um die schnelle, intelligente und synchrone Nutzung von Daten, die erstmals sichtbar und sofort interpretierbar gemacht werden

Die komplexen Daten kommen aus dem Marketing-Ecosystem von Contextual, Paid, Owned und Earned-Kanälen. Das können zum

Beispiel Google Trends, Focus-Daten, Social Media-Feeds, Ergebnisse von Stimmungsfeeds und die Performance der Kampagne sein. Zum anderen findet The Loop in einem Datenraum statt, der durch eine Fire Wall abgegrenzt ist. Mehrfach mit Dashboards besetzte Bildschirme ermöglichen den Überblick über Datenentwicklungen. Die Insights werden durch eine Expertengruppe erarbeitet.

The Loop ist für jene Kunden sinnvoll, die adaptiver planen und dem Medienwandel und sich ändernden Konsumenten auf der Spur bleiben wollen. Sie möchten ihre Investitionen optimieren und effektiver machen.



Der Loop ist eine Denk- und Arbeitsweise unter dem Motto ‚collectively interpreting the data‘, so die Expertein der Tool...