

**Pressemitteilung****Mediaplus Austria launcht in Kooperation mit dem Vermarkter RMS Austria die erste programmatische Audiokampagne Österreichs**

**Gemeinsam mit dem Audiovermarkter RMS setzt Mediaplus Austria die erste programmatisch eingekaufte Audiokampagne für den Kunden Carglass® um. Die Abwicklung findet über den Tradingdesk von PREX, einem Joint Venture für Programmatic Advertising von Mediaplus und Plan.Net, statt.**

**Wien, 22.03.2018** – „Programmatic Audio Advertising“ wird erstmals auch in Österreich Realität. Mediaplus Austria und RMS erweitern die aktuelle, klassische Carglass® Radiokampagne um eine programmatische Aussteuerung und stellen damit unter Beweis, dass Programmatic Advertising in Österreich auch im Bereich „Online-Audio“ angekommen ist. Die audio-affine Zielgruppe der PKW-Nutzer wird profilbasiert über mehr als 1.200 Webradios innerhalb des Vermarktungsdachs der RMS Austria erreicht - darunter auch Webradios der Aggregationsplattform „tuneIn“. Ein wesentlicher Bestandteil der „Programmatic Audio Campaign“ für Carglass® ist das Creative Sequencing. Damit ist die definierte Abfolge und Ausspielung einzelner Spotmotive nach Zielgruppen gemeint.

„Für uns bedeutet Programmatic Advertising immer das Zusammenspiel von Reichweite, Daten und Kreation. Dazu gehört neben einer profilbasierten Aussteuerung der Audiospots auch die datengestützte Motiv-Optimierung.“, erklärt Julia Steiner, Digital Media Officer bei Mediaplus Austria.

Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria, ergänzt: „Ein flightübergreifendes Frequency Capping ermöglicht die präzise Steuerung von Kontaktdosen auf Userenebene. Genau das möchten wir mit der ersten programmatischen Audiokampagne Österreichs erzielen - maximale Zielgruppenpräzision und -passgenauigkeit sowie das richtige Maß an Wirkung.“

**Pressekontakt**

Haus der Kommunikation  
Mediaplus Austria  
Gregor-Mendel-Straße 50, 1190 Wien  
Telefon: +43 01 26110 7300  
E-Mail: [presse@mediaplus.at](mailto:presse@mediaplus.at)

new ideas. better results.