

## PRESSEMITTEILUNG

### **Audi Österreich setzt mit der Q8 e-tron Kampagne auf Video- und Display-Ads von Teads und übertrifft damit Attention-Benchmarks**

- *Audi testet die Teads-Attention-Möglichkeiten als erster Automobilhersteller in Österreich*
- *Von Teads optimierte Creatives schaffen in Verbindung mit der kontextuellen Ad-Platzierung im Premium-Publisher-Umfeld außergewöhnliche Ergebnisse*

**Wien, 28. Juni 2023 – Mit einer digitalen Kampagne für die Premiummarke Audi untermauert die globale Mediaplattform Teads erneut die Leistungsfähigkeit des Teads Ad Managers (TAM), der neben den üblichen Media-KPI's nun auch neue Qualitätsmetriken zur Messung der Aufmerksamkeit erfasst und anzeigt. Dabei erzielte die in Österreich ausgespielte Kampagne sehr gute Ergebnisse, die allesamt die Branchen-Benchmarks von Teads und LAMP übertreffen.**

Die nach Ablauf der gut zweimonatigen Kampagnenlaufzeit in Zusammenarbeit mit dem Data-Tech-Unternehmen LUMEN durchgeführte Auswertung erfasste die Performance von insgesamt sieben eigens optimierten Custom-Ads, die aus verschiedenen Video- und Display-Formaten bestanden.

Neben klassischen Media-KPIs, gingen vor allem auch qualitative Messungen in die Analyse ein. Sie erfassten die neuen Attention-Metriken wie zum Beispiel die View-Rate, Eyes-on-Dwell Time oder die Attentive Seconds per Mille (APM).

Audi ist die erste Automotive-Marke in Österreich, mit der die Attention-Study gemeinsam umgesetzt wurde. Der Automobilhersteller möchte diese neuen Qualitätsmetriken in seine Learning-Agenda aufnehmen, weil Aufmerksamkeit einen starken Einfluss auf den Outcome einer Branding-Kampagne hat.

Vor allem in Zusammenhang mit der Markenbekanntheit, hat die Attention einen dreifach größeren Einfluss als die bisherigen klassischen Media-KPIs. Zudem haben die Aufmerksamkeits-KPIs eine um 180 Prozent höhere positive Korrelation zu den final erzielten ROIs.

Im Rahmen der Audi-Kampagne wurden die einzelnen Anzeigenformate von der hauseigenen Creative Unit Teads Studio kreiert und u. a. für die Ausspielung auf mobilen Endgeräten optimiert. Ob Video oder Display, die Audi Q8 e-tron Kampagne zeichnete sich formatübergreifend durch eine sehr hohe Aufmerksamkeitsrate (Attention Rate) aus, die sogar die bereits auf hohem Niveau liegenden Teads-Branchen-Benchmarks übertrifft. Das zeigt, wie groß der Einfluss von auf das Umfeld optimierten Ads für die Attentiongenerierung ist.

Diesen Trend bestätigt die Kampagne auch bei der Attention-Metrik Eyes-on-Dwell Time. Sie erreicht mit 3,24 Sekunden einen Durchschnittswert, der 13 Prozent über der Teads-Benchmark liegt. Über alle Ad-Formate hinweg übertrifft die Kampagne den LAMP Industry-Score sogar um gut 40 Prozent.

Zieht man den journalistischen Kontext heran, in dem die Anzeigen platziert wurden, liefern insbesondere die Kategorien Automotive, Arts & Entertainment, sowie Food & Drink besonders gute Ergebnisse.

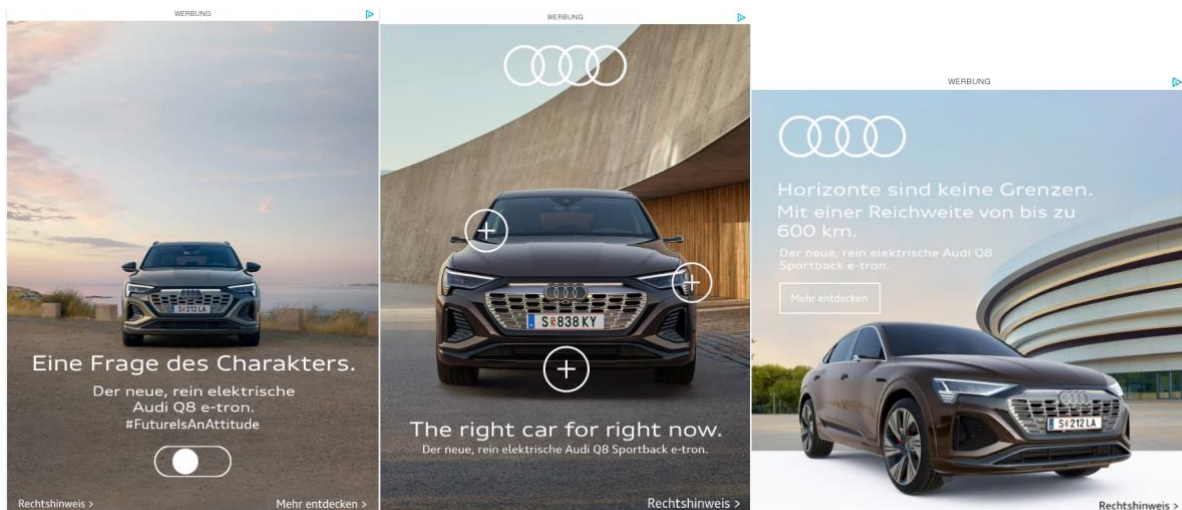
Auch diese Kampagne bestätigt eindrucksvoll den Kern-USP von Teads. Vor allem das Slow-Environment der Premium Publisher mit hochwertigem journalistischem Content erzielt, gepaart mit modernsten Targeting Möglichkeiten, eine wesentlich höhere Aufmerksamkeit als etwa Social-Media Umfeldler.

„Es war für Teads Österreich ein voller Erfolg, die hauseigenen, technologischen Entwicklungen auch mit unserem Premium Partner, Audi Österreich, als First-Mover am lokalen Markt zu testen und hervorragende Resultate zu erzielen“, sagt Martin Auinger, Strategic Account Director Automotive bei Teads.

„Unser Leitsatz bei Audi ist „Living progress“ – und in diesem Zusammenhang haben wir mit Teads den idealen Partner gefunden, um diesem Motto auch im digitalen Marketing Rechnung zu tragen. Konstantes Weiterentwickeln, neue Lösungen und Ansätze, sowie Exzellenz in der Ausführung verbindet uns hier ganz besonders in der Partnerschaft. Wir freuen uns bereits auf die nächsten Schritte auf der gemeinsamen Learning-Agenda“, sagt Bernhard Loos, Head of Marketing & Sales bei Audi Österreich.

Links zu Video-Demos:

- [Mobile Display - inRead Flow Hotspots VT](#)
- [Mobile Video - inRead Video 3D SQ SB](#)
- [Mobile Display - inRead Switch VT](#)



## **Über Teads**

Teads ist die führende globale Mediaplattform für programmatische Werbung. Durch Premium-Medienpartnerschaften ermöglicht Teads Werbungtreibenden und Agenturen weltweit, monatlich 1,9 Milliarden Menschen in markensicheren, seriösen Werbeumfeldern zu erreichen.

Über die End-to-End-Plattform Teads Ad Manager (TAM) lassen sich die Effektivität und Effizienz von digitalen Werbetransaktionen entscheidend verbessern: Werbetreibenden und Agenturen können Anzeigen erstellen, direkt verwalten und sie mit Hilfe modernster Kreativtechnologie (Teads Studio) optimieren.

Für die Messbarkeit und die Steigerung der Werbewirksamkeit hat Teads das Attention-Program entwickelt: Es optimiert datenbasiert Werbemittel für alle Screens und steigert somit den Erfolg von Werbekampagnen.

Teads arbeitet mit den führenden Vermarktern, Agenturen und Publishern in einem Team von über 1200 Mitarbeitern in 30 Ländern zusammen. [www.teads.com](http://www.teads.com)

## **Kontakt**

Danica Thalmann

Senior Marketing Director CEE & Nordics

e | [danica.thalmann@teads.com](mailto:danica.thalmann@teads.com) m | +41 76 454 00 22

Teads, Heinrichstrasse 239, 8005 Zurich - Switzerland