

Pressemitteilung

nacamar entwickelt mit starken Partnern eine neue Multimediaplattform für Targeted Advertising - Gezielte Werbung als Service für Konsumenten

Düsseldorf/Frankfurt am Main, 31. August 2010

Nie wieder unpassende Werbung - dafür will die nacamar GmbH, Pionier des Streamings in Deutschland, gemeinsam mit der DiscVision GmbH, dem Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme (IAIS) und der Universität Bonn sorgen. Das Ziel: eine Multimediaplattform für audiovisuelle Werbung. Die Plattform soll Video- und Audiobeiträge aus Fernsehen und Web-TV automatisch analysieren und mit Schlagworten versehen. Anhand eines ständig aktualisierten und erweiterten Schlagwort-Katalogs können TV-Sender, Werbezeitenvermarkter und Netzbetreiber damit zu den Videoinhalten passende Angebote schalten. Die Kunden profitieren von dem Service personalisierter Werbung, bei dem ihre Privatsphäre gewahrt wird.

„Kontextbezogene oder personalisierte Werbung, auch Targeted Advertising genannt, ist derzeit eines der wichtigsten Themen im Werbe- und Vermarktungsumfeld“, erläutert Uwe Schnepf, Geschäftsführer der nacamar GmbH. Da Endkunden bei für sie unwichtiger Werbung ab- oder umschalten, sei es wichtig, neue Wege zu gehen. Werbung solle nicht mehr möglichst breit gestreut, sondern den richtigen Konsumenten erreichen und so gezielt als Service angeboten werden. „Deshalb entwickeln wir eine Multimediaplattform, die es Content- und Werbeunternehmen erlaubt, Verbraucher mit für sie relevanter Werbung zu versorgen. Dadurch erhöhen wir das Interesse der Konsumenten und reduzieren Streuverluste. Diese Plattform funktioniert sowohl für PC, TV als auch für mobile Endgeräte. Ab Ende dieses Jahres möchten wir mit Anbietern von Inhalten und Werbung erste Pilotprojekte starten.“

Den aktuellen Stand der Entwicklung zeigen die Partner am 15. und 16. September in Köln. Hier findet die dmexco statt, die größte deutsche Online-Marketing-Messe. Auf dem Stand der nacamar (Halle 8.1, Stand D84) können sich interessierte Zuschauer erste Demo Cases von allen Beteiligten vorführen lassen. Der Eintritt zur dmexco ist kostenfrei und unter messe@nacamar.de kann man sich vorab zu einem Gesprächstermin anmelden.

Die zielgruppenspezifische neue Plattform wird aus mehreren technologischen Komponenten bestehen: Als Basis dient der medianac, die Online-Video-Lösung von nacamar. Dorthin werden die Videoinhalte für PC- und Mobile-Portale sowie die Werbeclips hochgeladen. Danach analysiert die integrierte Technologie Audio Mining – eine Software zur Sprachmustererkennung des Fraunhofer-Instituts IAIS – die Audiospuren der Inhalte und der Werbeclips. Vorhandene Strukturen sowie gesprochene Inhalte der Audiospur werden hierbei erkannt und als Metadaten abgespeichert. Werberelevante Schlagwörter und andere Informationen können somit einfach anhand dieser Metadaten extrahiert und für zielgerichtete Werbung genutzt werden. Der medianac speichert diese Metadaten zu den Inhalten und leitet die Daten beim Abspielen der Inhalte an einen speziellen Ad-Server weiter. Anhand der kontextbasierten Daten ermittelt der Ad-Server die Interessen der Nutzer und liefert dazu passende Werbung, beispielsweise, indem Werbeclips an der passenden Stelle des eigentlichen Videos im Web eingeblendet werden.

Neben Web-TV eignet sich die Technologie auch für klassische Fernsehangebote, bei denen Festplattenrekorder, sogenannte Set-Top-Boxen oder Personal Video Recorder (PVR), das gewünschte Programm aufnehmen und später auf Abruf abspielen. DiscVision bietet dazu integrierte Lösungen aus Hardware und Software an. Die Software ruft die vom Ad-Server ermittelten Werbebotschaften über eine Internetverbindung ab und ersetzt damit die vorhandenen unpassenden Werbeblöcke aus dem TV-Programm. Die Nutzer können bei dieser Art des Fernsehens sogar unterschiedliche Profile erstellen, die ihre Interessen eingrenzen. So kontrollieren Eltern beispielsweise welche Werbung ihre Kinder sehen dürfen beziehungsweise welche verboten ist. Die Daten werden dann anonymisiert an den Ad-Server gegeben und nach Auslieferung der geeigneten Werbung an die Box sofort gelöscht.

Über das Projekt Targeted-Advertising.net

Im Rahmen des Projekts entwickeln die DiscVision GmbH, das Fraunhofer-Institut IAIS, die nacamar GmbH sowie die Universität Bonn gemeinsam eine Multimediaplattform für konvergente Medien. Gemeinsam mit Anbietern von Werbeinhalten möchten die Organisationen die Plattform erproben und Werbeinhalte gezielt und individualisiert an Endkunden adressieren. Dieser neue Ansatz wird die Streuverluste bei der Verbreitung von Werbung reduzieren und bei den Endkunden eine gesteigerte Bereitschaft hervorrufen, die für sie relevante Werbung zu konsumieren.

Die Verknüpfung von TV, Speicherplatz und Internet in den Wohnzimmern privater Nutzer ermöglicht interessante neue Anwendungen: Durch Internet-Inhalte wird das vorhandene TV-Angebot qualitativ und quantitativ wesentlich erweitert und kann viel persönlicher auf den jeweiligen Nutzer ausgerichtet werden.

Weitere Informationen: www.targeted-advertising.net

Über die nacamar GmbH

Die nacamar GmbH ist einer der größten deutschen Streaming-Dienstleister und stellt Medienunternehmen innovative Dienste wie z.B. live oder on-demand Streaming, Pod- und Vodcasting, Online-Video-Lösungen, Shared Hosting sowie die Integration von Bezahlssystemen und digitalem Rechtemanagement (DRM, GeoIP-Location) zur Verfügung. Zu ihren Kunden zählen unter anderem zahlreiche Medienunternehmen und Rundfunkanstalten wie z.B. das ZDF, 3Sat und der SWR. Durch die seit März 2007 bestehende Zugehörigkeit zur ecotel Unternehmensgruppe kann nacamar als Full Service Provider agieren und auch weiterführende Internet- und Datendienste für Geschäftskunden anbieten.

Die im Prime Standard gelistete ecotel communication ag zählt zu den ersten Unternehmen der Telekommunikationsbranche, die exklusiv für Geschäftskunden sämtliche Sprach-, Daten- und Mobilfunkdienste bundesweit aus einer Hand anbietet. Die ecotel hat ihren Hauptsitz in Düsseldorf und beschäftigt mit ihren Tochtergesellschaften etwa 200 Mitarbeiter. Deutschlandweit versorgt das Unternehmen rund 30.000 Geschäftskunden mit standardisierten und individuellen Telekommunikationslösungen und verfolgt konsequent die Strategie zur Fixed Mobile Convergence (FMC), dem Zusammenwachsen von Festnetz- und Mobilfunkdiensten.

Weitere Informationen finden Sie unter www.nacamar.de.

Pressekontakt:

nacamar GmbH

Ingmar Witt
Prinzenallee 11
40549 Düsseldorf

Tel: 0211 55007-193

Fax: 0211 55007-5230

E-Mail: ingmar.witt@nacamar.de

www.nacamar.de