

Pressemitteilung

Wien, am 23. Juni 2016

INTEGRAL und twyn group entwickeln neue Ansätze zur digitalen Ansprache von Zukunfts-Milieus via RTA

INTEGRAL Marktforschung hat zwei Lebenswelten (Milieus) identifiziert, die aktuell unter jungen Menschen in Österreich dominierend sind und in Zukunft Schlüsselpositionen in der Gesellschaft einnehmen werden. Gemeinsam mit dem Spezialisten für digitale Werbung, twyn group, wurde ein Tool zur weltweiten, digitalen Ansteuerung dieser Zielgruppen entwickelt.

Seit 2013 ermöglicht die exklusive Kooperation von twyn group und INTEGRAL Marktforschung die Zielgruppenansprache nach Sinus-Milieus® im Internet. Die Modellierung basiert dabei auf österreichischen Daten und ermöglicht es, genau in jenen digitalen Zielgruppen zu werben, die gewünscht sind. Bislang war die Bewerbung ausschließlich auf österreichischen Seiten im twyn Targeting-Netzwerk möglich, mit dem rund 74% der österreichischen Internetnutzer pro Monat erreicht werden können. Nun haben twyn group und INTEGRAL Marktforschung den nächsten Schritt realisiert: Ab sofort können die relevanten Internetuser unter den Österreichern weltweit erreicht werden. Ermöglicht wird dies durch Real Time Advertising (RTA), das für weltweiten Einkauf und Auspielung von Werbung steht. „Vereinfacht gesagt heißt das, dass österreichische Internet-User überall, wo sie sich im Internet aufhalten, ‚erkannt‘, einem Digitalen Sinus-Milieu® zugeordnet und mit passender Werbung bespielt werden können“, erläutert Johannes Peter, Mitglied der Geschäftsleitung / Sales & Partnermanagement von der twyn group.

Zielgruppengenaue Ansprache von Zukunfts-Milieus

Wer die zukünftig relevantesten Zielgruppen in Österreich darstellen wird, mit dieser Frage hat sich INTEGRAL Marktforschung insbesondere auseinander gesetzt. Wie INTEGRAL Geschäftsführer Martin Mayr erklärt, tun sich unter den jungen Menschen zwei Lager auf: „Beide Lebenswelten, oder Milieus, haben sich als Reaktion auf die rasanten Entwicklungen der letzten 15 Jahre entwickelt. Sie haben Krisen wie 9/11 und die Wirtschaftskrise miterlebt und sind mit den neuen Möglichkeiten, Herausforderungen und oftmals auch Überforderungen der digitalen Welt aufgewachsen. Beide Milieus haben aber völlig unterschiedliche Lebensstrategien entwickelt.“

Die **Digitalen Individualisten** setzen auf **Entgrenzung**, auf Eroberung der Welt. Die Suche nach Neuem, das Experimentieren mit Trends und die ständige Selbstoptimierung kennzeichnen diese Zielgruppe, die **das neue österreichische Leitmilieu** wird. Die **Adaptiv-Pragmatischen** hingegen benötigen **Begrenzung**, Überschaubarkeit, Sicherheit im kontrollierbaren Umfeld. Fokussieren auf Freunde und Familie, Abgrenzung von Fremdem, Rückbesinnung auf Traditionen und Traditionelles leiten ihr Denken und Handeln. Sie sind „Follower“, die neue Entwicklungen dann übernehmen,

wenn sie sich bewährt haben. Und sie werden **der neue Mainstream**, die neue gesellschaftliche Mitte Österreichs. „Auch wenn sie beide zur vielbeschworenen ‚Generation Y‘ gehören und daher online optimal erreichbar sind, sind diese Zielgruppen kommunikativ unterschiedlich ansprechbar und erreichbar. Werbemittel sind auf das jeweilige Milieu und dessen ästhetische Ansprüche hin zu optimieren. Wenn das geschafft ist, braucht es ein Tool, um das richtige Werbemittel an den richtigen Empfänger auszuspielen“, sagt Martin Mayr.

Österreicher weltweit erreichen

Hier kommt die twyn group ins Spiel, die die Digitalen Sinus-Milieus® dem programmatischen und somit weltweiten Werbeinventar verfügbar gemacht haben. Ein Beispiel: Eine Bank möchte mit seinem neuen Video-Beratungs-Produkt nur Österreicher ansprechen, die zu der Zielgruppe „Digitale Individualisten“ gehören. Ein User aus Innsbruck erhält deshalb beim Surfen auf einer amerikanischen Webseite den Werbebanner der Bank. Das RTA-System erkennt, dass der User aus Österreich ist. Außerdem identifiziert das System das typische Surfverhalten eines finanzinteressierten Users und eruiert aufgrund des DSM-Modells, dass er dem Milieu „Digitale Individualisten“ angehört.

(Schluss)

Kontakt: Mag. Doris Lenhardt, Himmelhoch PR, T: 0650/4002781, M: doris.lenhardt@himmelhoch.at

Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu® Forschung. Das österreichische Sinus-Milieu® Modell umfasst 10 strategische Zielgruppen. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Zielgruppen und Märkte.

twyn group AG

Die twyn group ist Österreichs Spezialist für digitale Werbung und Marktführer im Bereich ganzheitlicher Online-Lösungen. Das Unternehmen mit Sitz in Wien und Wels wurde im Jahr 2000 gegründet und steht seither für Innovation und Messbarkeit des Erfolges. Als langjähriger Spezialist realisiert die twyn group speziell auf ihre Kunden abgestimmte Lösungen u. a. in den Bereichen Targeting- und Performance-Marketing. Mit Österreichs führenden Werbenetzwerken sorgt die twyn group für maximale Reichweite: Das Display-Targeting-Netzwerk umfasst über 70 Premium-Medienpartner, von denen in etwa die Hälfte durch die ÖWA Plus in der Kategorie Channel erfasst wird. In der aktuellen ÖWA-Plus 2015-IV Studie erreichte der twyn Targeting Channel mit einer Monatsreichweite von 74% bzw. 4,596 Mio. Unique Usern den ersten Platz im Channel-Ranking. Beim Performance-Netzwerk stehen Werbetreibenden mehr als 60 Onlineportale, darunter auch Apps und mobile Portale, zur Verfügung (Messung 04/2016). Die breite Branchenerfahrung, ein hochprofessionelles Expertenteam und der Einsatz führender, patentierter Technologien garantieren eine rasche Realisierung von Online-Kampagnen.

Die Zukunftsmilieus.

Digitale Sinus-Milieus®

© twyn group, INTEGRAL

