

Presseaussendung

Wien, 4. Juli 2019

„Programmatic Advertising“ kommt in der Immo-Branche an: s REAL Immobilien und der Partner Otago machen es vor.

Automatisierte Werbung, sogenanntes „Programmatic Advertising“, ist in aller Munde und in großen Firmen bereits daily business. In der Immobilienbranche ist diese Art der Bewerbung allerdings noch Neuland. Für s REAL Zeit, sich damit intensiv auseinanderzusetzen, denn nicht nur die Expertinnen und Experten von Otago Online Consulting gehen davon aus, dass programmatische Werbung in den nächsten Jahren hohe Relevanz im Digitalmarketing gewinnen wird.

Was heißt eigentlich „programmatic advertising“?

Bei klassischer Onlinewerbung werden Anzeigen – meist Werbebanner – mit vorgefertigten Werbesujets auf themenspezifischen Webseiten gebucht, entweder direkt beim Medienanbieter oder über einen Zwischenhändler wie Google. „Bei Programmatic Advertising werden die Werbesujets punktgenau an den User angepasst – zum Beispiel anhand von Local Targeting, also dem Standort des Users. Bild, Text und Call-to-Action werden ebenfalls userspezifisch ausgespielt. Die Menschen sehen damit auf sie zugeschnittene Werbe-Sujets genau dort, wo sie gerade surfen. Dieses datengetriebene Format ermöglicht also hochdynamisierte Werbeformate“, weiß Markus Inzinger, geschäftsführender Gesellschafter von Otago Online Consulting.

Für den Werbetreibenden ergeben sich dadurch enorme Vorteile, einerseits in Form von weniger Streuverlusten, aber auch kostenseitig, denn der Algorithmus bietet am Online-Markt für Werbeplatzierungen in Bruchteilen von Sekunden mit und kann so den besten Preis herausholen.

„Für s REAL ist neben der Kosteneffizienz vor allem das effektive Targeting und die Möglichkeit der regionalen Ausspielung ausschlaggebend gewesen“, sagt Michael Pisecky, Geschäftsführer von s REAL. „So konnten wir unsere Maklerinnen und Makler österreichweit in ihrer spezifischen Region einem immobilieninteressierten Publikum präsentieren.“

Mit Unterstützung von Otago Online Consulting tätigt s REAL Immobilien hier also erste Schritte in eine Welt der derzeit angesagtesten und modernsten Werbeformen und präsentiert sich erneut als Vorreiter in der Immobilienbranche. „Als innovativer Makler ist es wichtig, dass wir uns mit allen neuen Formen der Werbung auseinandersetzen. Dieser erste Versuch ist sehr gut gelaufen und bringt uns zukünftig auch Vorteile bei der Objektbewerbung. Wir können unseren Kundinnen und Kunden durch dieses Produkt eine neue Form der äußerst effizienten Objektbewerbung bieten,“ heißt es von Seiten der s REAL.

Rückfragen an:

s REAL Immobilienvermittlung GmbH, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Mag. (FH) Ulrike Klinger, Tel. +43 (0)5 0100 - 26217,
E-Mail: ulrike.klinger@sreal.at
www.sreal.at

Otago Online Consulting, PR, Mag. Valentina Hornek, Tel. +43 1 996 21 05 70, E-Mail: valentina.hornek@otago.at
<https://www.otago.at/>

floorfour – Agentur für Kommunikation, Mehrdokht Tesar, Tel. +43 (0)699 17131621, E-Mail: tesar@floorfour.at