

nugg.ad launcht Audience Insights in Kooperation mit Webtrekk

Höhere Konversion auf der Website durch Predictive Behavioral Targeting

Content- und E-Commerce-Anbieter profitieren von Marktforschungsdaten

Berlin, 11.04.2011

Wer besucht meinen Internetauftritt? Welche Interessen hat der Besucher meiner Webseite? Antworten auf diese Fragen liefert die Webtrekk GmbH (www.webtrekk.com), Anbieter für High-Quality-Webanalyse, mit dem neuen Produkt „Audience Insights“ von nugg.ad. Das Berliner Unternehmen Webtrekk hat dafür eine Partnerschaft mit nugg.ad, dem führenden Anbieter von Predictive Behavioral Targeting Lösungen, geschlossen, die es seinen Kunden ab sofort ermöglicht, Informationen über ihre User, beispielsweise zu Geschlecht, Altersgruppe und Haushaltseinkommen, bereits bei deren Betreten der Webseite zu erhalten.

Mehr über Webseiten-Besucher erfahren, selbst wenn diese nicht angemeldet sind

Indem Informationen zu Soziodemographie und Produktinteressen von nugg.ad in Webtrekks Echtzeit-Webanalyse eingebunden werden, erhalten Webseiten-Betreiber einen verbesserten Einblick in das Publikum ihrer Internetpräsenz. Dabei werden fehlende Werte durch hochwertige statistische Vorhersagen auf Basis von nugg.ads bewährter Technologie gefüllt. Das Produkt „Audience Insights“ ist vollständig in Webtrekks Berichte integriert.

Die durch „Audience Insights“ und Webtrekk vermittelten Erkenntnisse erlauben eine Optimierung des Erstbesuches und können so neben Nutzungsdauer und Wiederbesuchshäufigkeit einer Webseite auch die Konversion erhöhen. Durch den Einsatz von „Audience Insights“ können die Ausgaben für Fokusgruppen, Umfragen und andere Marktforschungsinstrumente reduziert und Medienbrüche gezielt vermieden werden.

„Gerade Contentanbieter ohne einen eigenen Mitglieder-Bereich für ihre User profitieren von der leistungsstarken und einfach zu handhabenden Einbindung der nugg.ad Marktforschungsdaten. Aber auch E-Commerce-Anbieter erfahren mehr über ihre Besucher, selbst wenn diese nicht angemeldet sind“, erklärt Christian Sauer, Geschäftsführer von Webtrekk.

Volker John, Director Business Development von nugg.ad erläutert: „Klassische Web Analytics Anwendungsfälle werden mit Audience Insights von nugg.ad ergänzt und erweitert. Tatsächlich bieten unsere qualitativen Merkmale wie demographische Daten erstmals die Möglichkeit, eine 360 Grad umfassende Sicht auf den eigenen Internetauftritt zu erhalten.“

Umfassender Datenschutz

Bei Predictive Behavioral Targeting mit nugg.ad werden einfache Nutzungsdaten in Echtzeit mit Befragungsdaten zu Soziodemographie, Produktinteressen und Lifestyle angereichert. Hierzu werden

Webtrekk GmbH Geschäftsführer: Christian Sauer HRB 93435 Konto-Nr.: 13227807 BLZ: 10050000 Berliner Sparkasse

Predictions, statistische Empfehlungsinformationen genutzt. Als erstem Targeting-Anbieter wurde nugg.ad daher für sein Produkt das Datenschutzgütesiegel des Unabhängigen Landesentrums für Datenschutz, Schleswig-Holstein (ULD) verliehen. Auf europäischer Ebene wurde das nugg.ad Produkt außerdem mit dem European Privacy Seal (EuroPriSe) zertifiziert. Webtrekk bietet ebenfalls umfassenden Datenschutz: Webtrekk Q3 erhielt das offizielle Zertifikat für „Geprüften Datenschutz“ des TÜV Saarland, der die Datenschutzkonformität und Sicherheit der Software bestätigt.

Webtrekk stellt seine Produkte „Webtrekk Q3“ und das nugg.ad Produkt „Audience Insights“ auf folgenden Veranstaltungen vor:

- Internet World Fachmesse & Kongress, 12.-13. April 2011, im ICM München
- SolutionsDay, 19. Mai 2011, Literaturhaus München

Mehr Informationen sind auf der Veranstaltungsseite erhältlich:
<http://www.webtrekk.com/de/unternehmen/veranstaltungen.html>

Für Interessenten können bei fast allen kostenpflichtigen Veranstaltungen vergünstigte Karten bereitgestellt werden.

Über nugg.ad:

Die nugg.ad AG ist der führende Anbieter von Predictive Behavioral Targeting Lösungen zur Steuerung von Werbung in digitalen Medien. nugg.ad ermöglicht Werbetreibenden, Mediaagenturen und Vermarktern, die Wirksamkeit von Werbung durch Auslieferung an relevantere Zielgruppen signifikant zu erhöhen. Der einzigartige Ansatz des Predictive Behavioral Targeting ermöglicht es, einfache Nutzungsdaten in Echtzeit mit Befragungsdaten zu Soziodemographie, Produktinteressen und Lifestyle anzureichern. Hierzu werden Predictions (statistische Profile) genutzt, die jedoch keine personenbezieharen Daten enthalten. nugg.ad hat so als erster Targeting-Anbieter für sein Produkt das Datenschutzgütesiegel des Unabhängigen Landesentrums für Datenschutz, Schleswig-Holstein (ULD) verliehen bekommen. Auf europäischer Ebene wurde das nugg.ad Produkt außerdem mit dem European Privacy Seal, EuroPriSe, zertifiziert. 2008 wurde nugg.ad mit dem „Red Herring 100 Europe“ und dem „European Seal of E-Excellence“ ausgezeichnet. Seit 2010 ist nugg.ad ein Unternehmen von Deutsche Post DHL.

Zu den Kunden von nugg.ad zählen unter anderem SevenOne Interactive, Axel Springer Media Impact, TOMORROW FOCUS Media, AdAudience, eBay Advertising Group, OMS, Hi-media, freeXmedia, IQ media, Ströer Interactive, Zed digital, Omnicom Media Group, Glam Media, Dennis Publishing, Tremor Media, ARBOinteractive, Unister Media, Ekstra Bladet, Berlingske Media, dba.dk, KRONE.at, Austria Plus, Interia und derstandard.at. Neben dem Hauptsitz in Berlin verfügt nugg.ad über Büros in Hamburg, Köln, Warschau, Paris, Kopenhagen und London.

Weitere Informationen auf www.nugg.ad

Über Webtrekk:

Die Berliner Webtrekk GmbH ist ein führender High-Quality-Anbieter für Webanalyse mit Fokussierung auf das Thema Online-Marketing und Konversionsratenverbesserung. Webtrekk ist Vorreiter in der

Rohdaten-Technologie und bietet seinen Kunden mit "Webtrekk Q3" als erster deutscher Anbieter bereits seit 2008 Berechnungen auf Grundlage von vollständigen Rohdaten an, die auch rückwirkende Berechnungen von beliebigen Segmenten ohne Performanceeinbußen gestatten. Webtrekk Q3 erhielt das offizielle Zertifikat für „Geprüften Datenschutz“ des TÜV Saarland, der die Datenschutzkonformität und Sicherheit der Software bestätigt.

Zum Kundenstamm des Unternehmens zählen u.a. BILD.de, Esprit, Tchibo, Zalando, KfW Bankengruppe, DIE ZEIT, Bundesliga, Stiftung Warentest, Allianz, MEDION und Hubert Burda Media. Derzeit beschäftigt die Webtrekk GmbH 35 Mitarbeiter, die die Angebote des Unternehmens ständig inhouse weiterentwickeln und verbessern.

Weitere Informationen unter: <http://www.webtrekk.com>

Pressekontakt nugg.ad:

nugg.ad AG
Ilana Rolef
Marketing & Communications Director
Tel. +49 30-29381999 79
ilana.rolef@nugg.ad, www.nugg.ad

Pressekontakt Webtrekk:

Marietta Dräger
Agentur Frische Fische
Tel.: +49 30 629 011 73
E-Mail: marietta.draeger@frische-fische.com

Unternehmenskontakt Webtrekk:

Robert Kurth
Webtrekk GmbH
Tel.: +49 30 755 415 0
E-Mail: robert.kurth@webtrekk.com