

Mobile DSP Splicky setzt auf Audience Targeting von adsquare

- Premium Audiences minimieren Streuverluste im mobilen Echtzeithandel
- adsquare analysiert lokalen Kontext und leitet dynamische Zielgruppenprofile ab
- Europcar als erster Branding-Kunde nutzt datenschutzkonforme Targeting-Lösung

Berlin, 03.09.14 – Die Mobile DSP Splicky (www.splicky.com), Self-Service-Plattform für mobile Echtzeitkampagnen, kooperiert mit adsquare, Anbieter von Mobile Audience Targeting. Splicky-Kunden können rechtzeitig zur dmexco Premium Audiences für den automatisierten Einkauf hinzubuchen. Dafür verarbeitet adsquare in Echtzeit den aktuellen Aufenthaltsort anonymer Nutzer, analysiert ihren lokalen Kontext und leitet daraus Zielgruppenvorhersagen ab. Die innovative Targeting-Technologie reduziert Streuverluste und macht Werbung für die angesprochene Zielgruppe noch relevanter.

Beide Unternehmen finden Sie auf der dmexco in Halle 06, Stand D30 (Splicky) sowie in Halle 07, SV-01 (adsquare).

„Daten sind bekanntlich das Gold des digitalen Zeitalters. Daher freuen wir uns, als erste Mobile DSP im deutschen Markt eine Partnerschaft mit adsquare zu verkünden und unser Angebot im Bereich Premium-Daten entscheidend voranzubringen“, sagt Sven Ruppert, Co-Founder von Splicky. „Ab sofort profitieren unsere Kunden von mehr als 1500 zusätzlichen Targeting-Variablen und können maßgeschneiderte Zielgruppen definieren.“

Zur Klassifizierung mobiler Nutzer analysiert die adsquare-Technologie Millionen Location-Daten und übersetzt diese in dynamische Zielgruppenprofile. Dafür fließen Kontext-Variablen zu Soziodemografie, Produktaffinitäten, Points-of-Interest, Events, Wetter, Einzelhandel oder Automobilbesitz in die Bewertung mit ein. Abhängig von zeitlichen Veränderungen werden diese Profile dynamisch aktualisiert.

Die mit dem ePrivacyseal ausgezeichnete Mobile Audience Targeting-Lösung von adsquare arbeitet ohne den Einsatz von Cookies oder Fingerprinting und verarbeitet oder speichert zu keiner Zeit personenbezogene Daten.

„Unsere Zusammenarbeit ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Zielgruppen in Echtzeit im für die Werbebotschaft relevanten Kontext anzusprechen“, so Daniel Rieber, Director Business Development bei adsquare. „Dies ermöglicht granular ausgespielte Branding-Kampagnen und ist ein weiterer wichtiger Schritt in Richtung Mobile Programmatic Premium.“

Mit adsquare lässt sich vorhersagen, wann sich welche Zielgruppen wo aufhalten und für welche Angebote sie sich interessieren. Morgens am Flughafen sehen sie sich eher Reise- und Hotelangebote an, nachmittags in einer Einkaufsgegend bieten sich Shopping-Empfehlungen an und in Wohngebieten können zur Primetime TV-Spots auf Smartphones verlängert werden.

Als erster Branding-Kunde setzt Europcar in Zusammenarbeit mit der Mediaagentur Mediaby GmbH auf diesen innovativen Ansatz. „Mithilfe der Premium-Audience-Daten erreicht Europcar etwa Geschäftsreisende und Entscheider in den Lebenssituationen, die für die Werbebotschaften relevant sind – beispielsweise an Bahnhöfen oder an Flughäfen“, erläutert Ines Raza, Leiterin E-Commerce bei Europcar.



Über Splicky

Splicky ist die erste in Deutschland entwickelte Mobile Demand-Side-Plattform (DSP) und ist in der Lage, über eine Milliarde Ad Impressions am Tag abzuwickeln. Eine DSP ist eine Handelsplattform, auf der Werbetreibende und Mediaagenturen über ein einziges Interface auf digitale Werbeflächen für ihre Werbemittel bieten können. Dank der zugrunde liegenden Realtime-Bidding-Technologie läuft dieser Buchungsprozess automatisiert und in Echtzeit. Einkaufspreise werden durch das Gebotsverfahren optimiert und das Reporting vereinfacht.

Splicky setzt spezielle Algorithmen für bessere Resultate von mobilen Kampagnen ein und arbeitet mit eigens für den mobilen Kanal entwickelten Tracking- und Targeting-Technologien. Als Kooperationsprojekt der beiden unabhängigen, inhabergeführten Unternehmen Sponsormob und Jaduda setzt Splicky auf langfristige Partnerschaften mit Advertisern und Agenturen.

Weiterführende Informationen unter: <https://www.splicky.com>

Über adsquare GmbH

adsquare ist Europas erste Netzwerk-unabhängige Plattform für Mobile Audience Targeting. Das Unternehmen stellt seine innovative Technologie Werbenetzwerken und Exchange-Plattformen zur Verfügung und ermöglicht es Werbetreibenden im mobilen Umfeld so, Zielgruppen passgenau zu erreichen und Streuverluste zu minimieren. Dabei verknüpft die Plattform eine Vielzahl an Umgebungsvariablen des Standorts mit der aktuellen Zeit und analysiert in Echtzeit den individuellen lokalen Kontext und das Zielgruppenprofil des Nutzers in anonymisierter Form. Das im Oktober 2012 von Sebastian Doerfel und Fritz Richter gegründete Unternehmen wird durch den von bmp verwalteten BFB Frühphasenfonds Brandenburg, Berlin Ventures und weitere Branchenexperten unterstützt.

Mehr Informationen auf: <http://www.adsquare.com>

Pressekontakt:

Silvia Rehbein

Agentur Frische Fische

Tel.: +49(0)30/6120 9659

E-Mail: sre@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Sven Ruppert

Co-Gründer Splicky

Jaduda GmbH

Tel: +49(0)30/60940283

E-Mail: sr@jaduda.com