

PRESSEMITTEILUNG

**AZ Direct neuer Datenpartner der Audience Management Plattform adsquare
Jederzeit und überall mit hoher Aufmerksamkeit – Erfolgswerbekanal
Mobile**

Gütersloh, 22. März 2016

Das Smartphone, immer griffbereit und auf Empfang, ist heute das persönlichste Endgerät für viele Nutzer. Hier informieren sie sich als erstes über die neuesten Trends und sind besonders empfänglich für Werbung mit relevantem Inhalt. Um diesen Kanal möglichst komfortabel und zielgerichtet bewerben zu können, hat das international ausgerichtete Unternehmen adsquare eine unabhängige Audience Management Plattform aufgebaut. Damit kann eine dort definierte Zielgruppe in Abhängigkeit von Aufenthaltsort und Haushaltsdaten innerhalb von Apps personalisierte Werbung auf dem Smartphone erhalten.

Der adsquare-Plattform haben sich verschiedene, renommierte Anbieter angeschlossen, die sowohl Daten liefern, als auch Vermarkter von Werbeflächen in Mobile-Apps sind. adsquare ist zudem direkt an das Display-Advertising-Ökosystem, d. h. an die Supply-Site- sowie Demand-Site-Plattformen für Display-Werbeflächen, angeschlossen. Die von adsquare dabei eingesetzte Technologie wurde für den vorbildlichen Umgang mit Daten mit dem ePrivacyseal ausgezeichnet.

Diese Kompetenz hat den Gütersloher Spezialisten für Multi-Channel-Marketing, Daten und Systeme, AZ Direct – Tochterunternehmen des Digital Marketing-Bereichs der arvato AG – überzeugt, als Datenpartner diesem einzigartigen Netzwerk beizutreten. Somit sind ab sofort Targeting-Informationen der AZ Direct für das In-App-Mobile-Advertising auch über die Plattform von adsquare in dem Produkt „Audiences Live!“ einsetzbar. Hierdurch kann ein User aufgrund der Umfeldinformationen seines aktuellen Standortes als passende Zielgruppe erkannt und beworben werden.

Für „Audiences Live!“ wurden die bei AZ Direct verfügbaren Personen-, Haushalts- und Gebäude-Informationen mit bewährten statistischen Verfahren auf die 50 x 50 m großen Rasterzellen von adsquare hochaggregiert. Im Vergleich zu anderen Anbietern stehen damit neben umfassenden soziodemografischen Merkmalen auch verdichtete Transaktionsdaten und Informationen zu Interessenschwerpunkten aus dem Audience Targeting System der AZ Direct, AZ DIAS, für ein effektives feinräumiges Targeting im Mobile Advertising zur Verfügung.

PRESSEMITTEILUNG

Dirk Kemmerer, Geschäftsführer von AZ Direct sowie CEO des arvato Digital Marketing-Bereichs, zu der Kooperation: „Wir freuen uns, die Produkte von adsquare mit unseren Targeting-Daten aus AZ DIAS weiter optimieren zu können und nutzen adsquare Mobile Targeting auch selbst leidenschaftlich im Rahmen unseres eigenen Trading Desks.“

Der CEO und Mitbegründer von adsquare, Tom Laband, ergänzt: „Über unsere Audience Management Plattform bieten wir Werbetreibenden und Agenturen Zugriff auf eine Vielzahl an Premium Datenanbietern. Dass wir AZ Direct als wichtigen Partner für Haushaltsdaten und CRM-Targeting gewinnen konnten, freut uns sehr.“

AZ Direct GmbH

AZ Direct, ein Tochterunternehmen des Digital Marketing-Bereichs der arvato AG, ist der Partner für erfolgreiches data-driven Multi-Channel-Marketing mit Adressen, Daten & Systemen für: Mailings, E-Mail-Marketing, Display-/Social Media-/Video-/Mobile-Advertising, Onsite-Targeting, Multi-Channel-Retargeting, Kampagnen- und Customer-Journey-Management. Über die größte crossmediale Reichweite Deutschlands kann AZ Direct rund 58 Millionen Konsumenten in diesen Kanälen erreichen. Basis hierfür ist das einzigartige Audience Targeting System AZ DIAS mit vielfältigen Merkmalen zur Selektion von performanten Zielgruppen zur Neukundengewinnung und noch tieferen Customer Insights zu Bestandskunden. Die Datenschutzkonformität wird dabei über das patentierte Datenschutzverfahren Data SecureTTP sichergestellt.

www.az-direct.com

adsquare GmbH

adsquare bietet eine Audience Management Plattform für Mobile Programmatic Advertising, die Zugriff auf lokale Daten mit globaler Reichweite bietet. Die Self-Service Plattform gibt Werbetreibenden und Agenturen volle Kontrolle und Transparenz bei der Erstellung von Zielgruppensegmenten und ermöglicht eine direkte Einbindung in ihre präferierte DSP. Um dies zu ermöglichen, reichert die Plattform in Echtzeit Millionen von Bid-Requests von Publishern und globalen SSPs wie MoPub, Smaato, Nexage oder Appnexus an. Dieser „Veredelungsprozess“ steigert den Wert der Nutzer und hilft Publishern somit bei der Monetarisierung ihres Inventars.

PRESSEMITTEILUNG

Dank speziell entwickelter Onboarding Algorithmen können Offline-, Online- und Mobile-Daten von Werbetreibenden und ausgewählten Datenanbietern aktiviert und für mobile Kampagnen nutzbar gemacht werden. Hierfür teilt die Plattform die Welt in Millionen „Squares“ und berechnet in Echtzeit den lokalen Kontext und das Nutzungsverhalten anonymer User. Die Technologie arbeitet ohne Cookies und wurde für den vorbildlichen Umgang mit Daten mit dem ePrivacyseal ausgezeichnet.
www.adsquare.com

Pressekontakt

arvato AG
Zentrale Öffentlichkeitsarbeit
Carl-Bertelsmann-Str. 270
33311 Gütersloh
Deutschland

Phone: +49 5241 80-41625
arvato-pr@bertelsmann.de