

Pressemitteilung

ADITION bietet ab sofort datengestützten Zugang zu digitalen Echtzeitmarktplätzen

Führende Data-Management-Plattform-Lösung von The ADEX ermöglicht sichere, schnelle und skalierbare Nutzung von First-, Second- und Third-Party-Daten

Düsseldorf, 16. Februar 2015. ADITION technologies hat seine Enterprise-Marketing-Plattform erweitert. Mit der Anbindung der führenden Data-Management-Plattform-Lösung (DMP) von The ADEX in seine Unified-Ad-serving-Technologie bietet der Düsseldorfer Technologiespezialist Werbetreibenden, Mediaagenturen, Publishern/Vermarktern und jetzt auch Dateninhabern den datengestützten Zugang zu digitalen Echtzeitmarktplätzen aus einem einzigen System heraus.

Kunden von ADITION können über die DMP First-, Second- und Third-Party-Nutzerdaten vollautomatisiert analysieren, intelligent erweitern und vervollständigen sowie komfortabel und sicher verwalten. Die Datenbestände lassen sich jederzeit schnell und einfach für eine leistungsstarke und effiziente dynamische Zielgruppenansprache über die ADITION Enterprise-Marketing-Plattform aktivieren oder in Gestalt anonymisierter Datenprofile über den Data Exchange als werberelevante Zielgruppen zur Adressierung hinterlegen. Anders als bei auf statistischen Projektionen basierenden Online-Offline-Datenbeständen können mit der datenschutzkonformen Integration der Offline-Daten von ADEX Datenpartnern erstmals hochvalide aktuelle Zielgruppenprofile auf Basis von Echtdaten modelliert werden; zur Verfügung stehen aktuell mehr als 300 Millionen Einzelprofile in Europa (innerhalb der letzten sieben Tage online). Bereits vorhandene Zielgruppen lassen sich auf Basis der Standard-Taxonomie der DMP mit über 1.600 Attributen sowie zahlreichen Customized Segmenten von Datenpartnern veredeln, um in Kombination mit den verfügbaren ADITION Targetings Response-Raten, Conversions und Markenbekanntheit maßgeblich und nachhaltig zu verbessern.

Die Kontrolle über die eigenen Daten verbleibt jederzeit uneingeschränkt beim Datenerheber, die Daten werden für jeden Dateninhaber in einzelnen Silos getrennt gehalten. Die Speicherung der Daten in Rechenzentren in Deutschland und Aussteuerung über Server am Standort Düsseldorf stellen einen hochwertigen Datenschutz nach den strengen EU-Richtlinien sicher, state-of-the-art-Speichertechnologien ein Höchstmaß an Datensicherheit. Durch die vollständige Skalierbarkeit des Systems gibt es keinerlei Restriktionen im Hinblick auf Menge, Taxonomie-Ausgestaltung oder Struktur der digitalen Daten.

„Mit der neuen DMP stellen wir unseren Kunden maximierte Erkenntnisse über Nutzer und einen noch schnelleren und besseren Zugang zu hochwertigen Zielgruppen zur Verfügung. Damit ermöglichen wir nicht nur ein noch effizienteres digitales Marketing, sondern eröffnen zugleich additive Umsatzquellen durch neue Monetarisierungs-

möglichkeiten eigener Datenbestände – alles aus einer Hand. Das ist ein essenzieller Mehrwert“, erklärt Jörg Klekamp, Vorstand ADITION technologies AG.

Über The ADEX

Als globaler Spezialist für Data Management ermöglicht The ADEX unter anderem allen Akteuren des automatisierten Handels von Medialeistungen einen datengestützten Zugang zu digitalen Echtzeitmarktplätzen.

Mit der ADEX DMP hat The ADEX eine Data Management Technologie entwickelt, die Daten aus unterschiedlichen Datenquellen und Datenstrukturen aggregiert, segmentiert und analysiert. Die Kunden können diese dann für interne Zwecke nutzen oder für externe Partner nutzbar machen und als werberelevante Zielgruppen in Echtzeit an digitalen Marktplätzen für eine automatisierte Buchung bereitstellen. Dabei gibt es keine zwingende Assoziation zwischen Inventargeber und Datengeber. Eingebunden in die ADEX DMP sind diverse Third-Party-Datenlieferanten – u.a. Schober als Partner für Offline-Informationen wie Lifestyle, Interessen und Demografien.

Über ADITION technologies

ADITION technologies ist der führende europäische Anbieter für passgenaue Unified-Ad-serving-Lösungen für Werbetreibende, Agenturen und Publisher. Der ADITION AdServer vereint das komplexe Ökosystem des digitalen Marketings über alle Kanäle in einer zentralen Enterprise-Marketing-Plattform für maximale Marketing- und Vermarktungseffizienz. Als unabhängiges und neutrales Technologieunternehmen im Verbund der virtual minds Gruppe unterstützt ADITION einen internationalen Kundenkreis, zu dem u.a. 1&1, Otto, Payback, Performance Media, plan.net, redblue (Media Markt, Saturn, redcoon), Sixt, Spiegel-QC, swisscom und Telefónica zählen, bei der Umsetzung seiner Digitalstrategie.

Pressekontakt

< elias communications >

Nadja Elias
Telefon: +49 (0)89 15890306
E-Mail: presse@adition.com

ADITION technologies AG

Michael Schleusner
Telefon: +49 (0)211 987400 30
E-Mail: presse@adition.com