

Pressemitteilung

emetriq wird neue Heimat der deutschen Datenallianz

Größter deutscher Datenpool mit Top 10-AGOF-Vermarktern im Aufbau – Lösungen und Marktinitiativen für Vermarkter und Werbetreibende im Data Driven Advertising – kollaboratives Modell mit starken Partnern.

Hamburg, 20. August 2015. Mit emetriq geht heute ein Unternehmen an den Markt, das den größten deutschen Datenpool aufbaut und datengetriebene Lösungen für Advertiser, Agenturen sowie Vermarkter entwickelt. Diese können vermarkterübergreifend bei gleichbleibender Qualität eingesetzt werden und bieten Unternehmen einen einfachen Einstieg ins Data Driven Advertising.

Als Architekt und Manager des größten deutschen Datenpools – der Intelligent Data Alliance (IDA) – dem heute schon AdAudience, seine Gesellschafter und Interactive Media angehören, bietet emetriq für den deutschen Markt eine Alternative zu den Daten der dominierenden US-Player. emetriq will mit seinem Angebot die Unternehmen in die Lage versetzen, ihre Geschäftsmodelle unabhängig voranzutreiben. Von den gemeinsam entwickelten Lösungen und Marktinitiativen sollen die Marktbeteiligten profitieren und mittelfristig anhand einheitlich verwendeter Segmente ein deutscher DDA-Standard etabliert werden. Mit den IDA-Gründungspartnern öffnet emetriq den Datenpool jetzt für weitere Advertiser und Vermarkter.

„Valide Daten sind der zentrale Erfolgsfaktor für eine präzise und erfolgreiche Umsetzung jeder aktuellen Marketingstrategie“, betont Daniel Neuhaus, CEO & Co-Founder emetriq. „Allerdings sind transparente und hochwertige Daten für den deutschen Markt bislang Mangelware: Advertiser und Vermarkter verfügen für sich alleine bei weitem nicht über qualitativ und quantitativ ausreichende Daten. Sie sind bislang auf die Daten einer Handvoll US-Anbieter angewiesen – mit dem erheblichen Risiko einer massiven Abhängigkeit. Das wollen wir mit emetriq ändern“, so Neuhaus weiter.

Kooperation als Schlüssel zum Erfolg

emetriq setzt auf das Kooperationsprinzip und hat daher einen kollaborativen Datenpool ins Leben gerufen, an dem bereits zahlreiche führende Digitalvermarkter und Werbetreibende teilnehmen. Diese bringen ihre Daten ein und profitieren von

der gemeinschaftlich erzielten, durch emetriq veredelten Datenbasis. Diese aggregierten, präzisen Daten versetzen die Partner in die Lage, eigene Kompetenzen und Geschäftsmodelle zu entwickeln; emetriq tritt als „Enabler“ auf und bündelt keine Datenmacht bei sich. „Damit unterscheidet sich unser Datenpool in Vorgehensweise, Qualität und Nutzen erheblich“, betont Daniel Neuhaus. Durch die größere Datenbasis verbessere sich neben der Qualität auch die Zielgruppenreichweite. Zudem würden sämtliche Daten nur anonymisiert verwendet. Eine Weitergabe oder der Verkauf von Daten außerhalb des Partnerkreises sind ausgeschlossen; die Partner haben sich hierzu strenge Regeln auferlegt. Dabei stellt emetriq sicher, dass es zu keinen Wettbewerbskonflikten zwischen den teilnehmenden Partnern kommt.

Mehr Effizienz für Digitalkampagnen und Mediaeinkauf

Neben der Organisation der Partner übernimmt emetriq die Sammlung der Daten aller Teilnehmer und betreibt die Analyse und Aufbereitung zu qualitativ hochwertigen Zielgruppenlösungen. Dazu gehören über 100 klassische Zielgruppensegmente der Intelligent Data Alliance (IDA) aus den Bereichen Soziodemografie, Lifestyle und Interessen, die über das GfK-Panel permanent validiert werden.

Zusätzlich zu den klassischen Segmenten („emetriq Classics“) entwickelt emetriq auch individuelle Lösungen für Vermarkter und Advertiser, die von der Zielgruppenansprache bis zur Neukundengewinnung reichen – also deutlich über bisher übliche Standards hinaus gehen („emetriq Customs“, „emetriq Prospects“). Zudem sorgt emetriq für die Übergabe der aggregierten Daten an die Partner, auf Wunsch werden alle größeren Adserver, DSPs und SSPs systemunabhängig und nahtlos integriert. emetriq bildet dabei kein Konkurrenzangebot zu etablierten DMP-Lösungen und Targetingsystemen – Kunden und Partner können ihre bestehenden Lösungen einsetzen. So bleiben bestehende Prozesse unverändert, die Qualität und Reichweite der eingesetzten Daten wird jedoch stark verbessert.

emetriq ist mit seinem Leistungsangebot ein Data „One-Stop-Shop“ für Vermarkter und Advertiser, allerdings ohne dass Daten verkauft werden. Auch Advertisern und Agenturen, die nicht am Datenpool teilnehmen, stehen die emetriq-Lösungen offen, um diese bei ihren Vermarktern einzusetzen. „Damit wollen wir keine weitere Insellösung schaffen, sondern die Chance nutzen, einen breiten Standard für den deutschen DDA-Markt zu etablieren“, erläutert Daniel Neuhaus.

emetriq ist offen für weitere, starke Partner und wird sich zur dmexco 2015 in Köln einer breiten Öffentlichkeit vorstellen (Stand C021/D028 in Halle 8).

Diese Pressemitteilung sowie weitere Medieninformationen finden Sie auch in unserer eMediaRelease unter <http://www.emediarelease.de/emetriq.html>

emetriq – empower your data

Als Spezialist für intelligentes Datenmanagement hat es sich emetriq zur Aufgabe gemacht, eine qualitativ hochwertige Datenbasis und spezifische Datenlösungen für den deutschen Markt zu schaffen, die Vermarktern, Advertisern und Agenturen eine präzise Zielgruppenansprache ermöglichen. Über die Intelligent Data Alliance (IDA) bringt emetriq starke Partner zusammen, die gemeinsam den größten deutschen Datenpool etablieren. emetriq bietet auf Basis fundierter Daten- und Technologiekompetenz Data as a Service-Leistungen, die die klassischen Zielgruppen nach Soziodemografie, Lifestyle und Interessen bedienen, aber auch ausgefeilte kundenindividuelle Lösungen. Zum Kundenportfolio von emetriq zählen Top 10-AGOF-Vermarkter sowie führende Werbetreibende auf dem deutschen Markt. emetriq ist ein Unternehmen der Deutschen Telekom Gruppe.

emetriq
Steindamm 80
20099 Hamburg
t +49 40 80813-7100
f +49 40 80813-7199
info@emetriq.com
emetriq.com

Kontakt für Presseanfragen

Isabel Estor
c/o Ketchum Pleon
Bahnstr. 2
40212 Düsseldorf
t +49 211 9541-2333
emetriq@ketchumpleon.com