

## Teads und emetriq gehen Daten-Partnerschaft ein

- Zielgruppen können für Outstream-Videowerbung auf Basis von 32 Milliarden Datenpunkten segmentiert werden

**Hamburg, 21. August 2017** – Der Video-Advertising-Dienstleister Teads geht eine Partnerschaft mit dem Initiator des größten deutschen Datenpools emetriq ein. Für die Aussteuerung von Outstream-Videowerbung im Premium-Publisher-Netzwerk von Teads können Werbungtreibende jetzt auf die „Branded Segments“ von emetriq zugreifen.

Hochwertige Umfeldler für den Werbekunden und die Ausspielung von Videowerbung, die für den User relevant ist, sind für Teads oberste Priorität. Durch die Einbindung der Qualitätsdaten von emetriq kann die Zuordnung relevanter Zielgruppen für Werbebotschaften optimiert und Streuverluste demnach minimiert werden. Einfließen können die Daten von emetriq sowohl bei programmatischer Buchung als auch bei Kampagnen, die über den Teads Managed Service abgewickelt werden.

**Nicolas Poppitz, Managing Director Germany bei Teads:** „Qualitativ hochwertige Daten sind für die effektive Aussteuerung von Werbung das A und O. Kampagnen auf unserem Netzwerk der führenden deutschen Premium-Publisher können somit noch zielgenauer die richtigen Menschen ansprechen. Wir freuen uns, mit emetriq einen flexiblen Partner gefunden zu haben, der unsere Vision teilt, Werbung für den User relevant und für den Werbungtreibenden effektiv zu gestalten.“

Die inRead-Video-Technologie von Teads bietet Werbekunden eine gezielte Kundenansprache mit Videos, die direkt zwischen zwei Absätzen eines Artikels abgespielt werden. Das audiovisuelle Werbemittel ist jederzeit überspringbar und läuft nur dann ab, wenn es im sichtbaren Bereich des Users ist. Interaktive Komponenten direkt im Video, wie Chatbots oder Produktgalerien können durch die Experten von Teads Studio, der Kreativschmiede des Unternehmens, erstellt werden.

Mit über 100 Millionen aktiven Datenprofilen betreibt emetriq den größten kollaborativen Datenpool Deutschlands. Dafür durchlaufen monatlich 32 Milliarden Datenpunkte von Deutschlands führenden Webseiten die Systeme der Hamburger Telekom-Tochter. Mittels Machine Learning werden die Daten verglichen, berechnet, über die führenden Panels in Deutschland validiert und schließlich in Segmenten in allen gängigen Systemen zur Buchung bereitgestellt.

„Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit teads. Unser Ziel ist es, Interessen zu vereinen und eine Plattform zu bieten, auf der wir den Zugang zu qualitativen Daten und somit auch einen faireren Wettbewerb ermöglichen können. Wir schaffen die Rahmenbedingungen dafür, dass Data Provider und Advertiser voneinander profitieren können“, erklärt Daniel Neuhaus, CEO und Co-Founder der emetriq GmbH.

+++

## **Über Teads**

Teads, gegründet in 2011, ist der Erfinder von Outstream-Videowerbung und größter Vermarkter für Videoinventar weltweit. Publisher arbeiten mit Teads zusammen, um neues Videoinventar zu erschließen und ihr bestehendes Inventar zu verwalten. Sie vermarkten es über den programmatischen Handel, ihr eigenes Vertriebsteam oder Dritte.

Die nativen Lösungen für Videowerbung von Teads umfassen eine Reihe von Formaten, die tief in die Medieninhalte integriert werden, wie beispielsweise inRead, das direkt in Artikeln abgespielt wird. Durch inRead wurde der Markt für Videowerbung maßgeblich verändert, indem nun eine große Anzahl bislang unerschlossener Premium-Umfelder zur Verfügung stehen.

Marken und Agenturen können auf dieses hochwertige Premium-Inventar zugreifen, sowohl im Web als auch auf Mobilgeräten programmatisch oder über Managed Services, mit denen das Teads-Team Kampagnen für Klienten auf der Plattform umsetzt.

Teads beschäftigt weltweit ein Team von mehr als 500 Mitarbeitern, 100 davon im Innovationsteam. Das Unternehmen ist mit 27 Büros in 21 Ländern auf allen Kontinenten präsent. [www.teads.tv](http://www.teads.tv)

## **Über emetriq**

emetriq ist der Initiator des größten deutschen Datenpools der digitalen Werbebranche. Advertiser, Agenturen und Vermarkter vereinigen sich zur Intelligent Data Alliance (IDA). emetriq bündelt die anonymen Daten der beteiligten Partner, erweitert und veredelt sie mit Hilfe von intelligenten Algorithmen und stellt allen Kooperationspartnern sämtliche Informationen datenschutzkonform zur Verfügung. Die emetriq Infrastruktur liefert die Daten systemunabhängig an die gewünschte Schnittstelle der Partner. Unter Ausschuss von Wettbewerbskonflikten bietet diese strategische Kooperation eine noch nie dagewesene Qualität und gleichermaßen Quantität an Informationen, die das datengetriebene Marketing sowie die Wettbewerbsfähigkeit aller nachhaltig verändert. Beteiligte Partner können auf dieser Grundlage eigene Kompetenzen aufbauen sowie ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern. Im Zuge der Etablierung des Datenpools führt emetriq einen Standard bei Zielgruppensegmenten ein, der nicht nur über eine einheitliche Qualität, sondern auch eine einfache Mediaplanung und -buchung garantiert. Top10-AGOF-Vermarkter, unter anderem SPIEGEL QC und die AdAudience und ihre Vermarkter zählen bereits zu den Partnern sowie führende Werbetreibende auf dem deutschen Markt. emetriq wurde 2008 gegründet und ist ein Unternehmen der Deutschen Telekom Gruppe. Am Firmensitz in Hamburg werden 80 Mitarbeiter beschäftigt. Weitere Informationen finden Sie unter [www.emetriq.com](http://www.emetriq.com).