

Pressemitteilung

Für eine unabhängige Werbewirtschaft: 6 neue Partner im emetriq-Datenpool

Telekom-Tochter ermöglicht mit Datenpartnerschaften differenziertes Targeting

Hamburg, 20. Februar 2020 – Der Datenspezialist [emetriq](#), Initiator des größten kollaborativen Datenpools der deutschen Werbewirtschaft, hat neue Datenpartner gewonnen. Darunter sind unter anderem die Video-Content-Experten ShowHeroes, die Vermarkter Quarter Media und Goldbach sowie die Verlagsgesellschaft Madsack. Mithilfe ihres Datenpools möchte die Telekom-Tochter gezielt Silos aufbrechen und Werbetreibenden den Zugang zu hochwertigen Daten erleichtern. Das Ziel dahinter: eine transparente Werbewirtschaft mit einem fairen Wettbewerb. Denn Kollaborationen in puncto Daten sind der Schlüssel zu mehr Unabhängigkeit gegenüber den großen Tech-Konzernen und zu einheitlichen Standards auf dem deutschen Werbemarkt.

Differenziertes Targeting nur silo-übergreifend umsetzbar

Mithilfe der neuen Partner Goldbach, Madsack, Quarter Media und ShowHeroes gelingt es emetriq, Werbetreibenden eine breite Themenvielfalt mit Blick auf Targetingsegmente zu bieten. Durch die Kollaborationen verbessert sich die emetriq Datenintelligenz kontinuierlich und Werbetreibende erreichen stets die richtige Zielgruppe – insbesondere bei Buchung von Custom Segments, also individuell zusammengestellten Zielgruppensegmenten. Der größte kollaborative Datenpool vereint über 100 Millionen aktive Profile von weiteren großen Partnern wie der AdAlliance mit G+J EMS, Spiegel Media, Smartclip, media impact und IP Deutschland sowie BurdaForward, iq digital, RMS, congstar, GfK und Civey.

Dennis Kirschner, CMO und Gründer von ShowHeroes: „Das ShowHeroes Netzwerk bietet markensichere Umfeldler durch seine Semantic Matching Engine und einen Pool von über 35.000 Content Videos. Durch die Partnerschaft mit emetriq sind wir außerdem in der Lage, auch außergewöhnliche Targeting-Anforderungen zu implementieren. Zugriff auf den Datenpool zu haben, bedeutet für uns noch mehr Flexibilität in der Zielgruppenansprache.“

„Jeder unserer neuen Partner ist ein Gewinn für den emetriq Datenpool. Mithilfe der Kollaborationen stellen wir das beste Targeting in bester Qualität und Reichweite silo-übergreifend bereit – so etablieren wir gemeinsam mit unseren Partnern einen Targeting-Standard im deutschen Markt“, sagt **emetriq-Geschäftsführer Stephan Jäckel**.

+++

Über emetriq

emetriq macht Online-Werbung relevanter, präziser und fairer. Die Telekom-Tochter ist Initiator der größten Datenallianz für die deutsche Werbewirtschaft. So bündelt das Hamburger Unternehmen die Daten der führenden deutschen Daten-Lieferanten und Webseiten und ermöglicht Werbetreibenden einen fairen Zugang zu Zielgruppeninformationen in einzigartiger Qualität und Quantität. Publisher sowie Datenanbieter können auf diese Weise ihre eigenen Informationen monetarisieren und veredeln.

Auf Basis des Datenpools entwickelt das 90-köpfige Team datengetriebene Lösungen, die für mehr Effizienz im Mediaeinkauf sorgen. Dazu gehören u.a. hochwertige, reichweitenstarke Zielgruppensegmente für intelligentes Targeting sowie Branding- und Performance-Kampagnen basierend auf programmatischem Media-Buying. Namhafte Unternehmen und Agenturen wie bonprix und Amnet Group, führende AGOF-Vermarkter wie G+J EMS und BurdaForward Advertising sowie Datenlieferanten wie die GfK und Payback setzen auf die Zusammenarbeit mit emetriq. www.emetriq.de

Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Tel.: +49 (0) 4032904738-0

E-Mail: emetriq@frauwenk.de

emetriq GmbH

Sandra Ceko, Marketing & PR Manager

Tel.: +49 (0) 40 80813-7091

E-Mail: s.ceko@emetriq.com

www.emetriq.com/presse