

Pressemitteilung

emetriq ermöglicht mit Cross-Device-Netzwerk die Datenmonetarisierung mit Datenschutz

Neues Tool „Data Value Cruncher“ ermittelt mögliche Zusatzeinnahmen durch Login-Daten

Hamburg, 18. August 2020 – Der Datenspezialist [emetriq](#) startet den „Data Value Cruncher“, der auf Knopfdruck den monetären Gegenwert von Login-Daten ermitteln kann. Das neue Tool hat die Telekom-Tochter im Rahmen ihres [Cross-Device-Netzwerks](#) („xDN“) ins Leben gerufen. Dieses Netzwerk kann User geräte-übergreifend identifizieren. Damit erleichtert es Werbetreibenden den Zugang zu hochwertigen Daten und ermöglicht gleichsam Login-Partnern signifikante Zusatzeinnahmen. Das Targeting im Programmatic Advertising soll so der heutigen „Multi-Device-Welt“ gerecht werden: 90 Prozent der deutschen Internetnutzer verwenden aktuell mehr als ein Gerät. Und immerhin 30 Prozent der E-Commerce-Transaktionen werden über mehr als ein Gerät abgewickelt.

„Data Value Cruncher“: Der Wert der Daten auf Knopfdruck

Konkret lässt sich mithilfe des „Data Value Crunchers“ auf Knopfdruck prognostizieren, welche Zusatzeinnahmen aus der Anzahl der monatlich aktiven Nutzer und der wöchentlichen Logins sowie der Qualität dieser Daten möglich sind. Durch das Übermitteln dieser Angaben erstellt das Tool Online-Unternehmen sofort eine erste Hochrechnung, was ihre Daten wert sind. Zum Beispiel kann ein kleines Special Interest Forum mit 10.000 monatlich aktiven Nutzern und durchschnittlich 1.000 Logins pro Woche bis zu 2.400 Euro zusätzlich im Jahr verdienen. Bei einer E-Commerce-Plattform, die jeden Monat fünf Millionen aktive Nutzer und bis zu zwei Millionen wöchentliche Logins erreicht, sind jährlich sogar bis zu 120.000 Euro extra möglich.

Cross-Device-Netzwerk: Erstes deutsches kollaboratives Netzwerk für Cross Device Targeting

Ziel des Cross-Device-Netzwerks ist es, ein Datennetzwerk zu schaffen, das es Werbetreibenden ermöglicht, das Verhalten der Nutzer über unterschiedliche Endgeräte hinweg nachzuvollziehen. Mit dem Netzwerk strebt emetriq an, das größte deterministische Cross-Device-Netzwerk in Deutschland zu werden. Dem Netzwerk haben sich bereits viele Online-Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit ihrer E-Mail-Basis angeschlossen. Dabei ist das „xDN“ sicher und zu 100 Prozent datenschutzkonform: Alle Login-Daten werden bei der Einlieferung verschlüsselt, sodass E-Mail-Adressen nie im Klartext ankommen. Generell werden nur solche Daten in das Netzwerk aufgenommen, zu denen die Nutzer auch ihre Einwilligung gegeben haben.

Stephan Jäckel, Geschäftsführer bei emetriq, sagt: „Durch das BGH-Urteil zur benötigten aktiven Einwilligung der Nutzer beim Setzen von Cookies stehen Webseiten-Besitzer und Online-Shop-Betreiber aktuell vor der Herausforderung, den Consent ihrer Nutzer einzuholen. Beim Aufsetzen einer Consent-Management-Plattform bietet es sich an, gleich das Thema Datenmonetarisierung zu berücksichtigen. So lassen sich die Punkte Datenschutz und Monetarisierung erfolgreich verknüpfen.“ Jäckel fügt hinzu: „Wer sich am Cross-Device-Netzwerk beteiligt, hilft der deutschen Werbewirtschaft, die Unabhängigkeit gegenüber Google, Facebook & Co. zu ermöglichen. Denn mit einem unabhängigen Netzwerk wollen wir ein neutrales Gegengewicht zu den global dominierenden US-Giganten schaffen und die reichweitenstärkste deterministische Cross-Device-Lösung in Deutschland etablieren.“

Bildmaterial: (Credit: emetriq)

[Stephan Jäckel, Geschäftsführer emetriq](#)

[Data Value Cruncher 1](#)

[Data Value Cruncher 2](#)

[Data Value Cruncher 3](#)

+++

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

Johannes Liel, Senior Marketing Manager

Tel.: +49 (0) 40 80813-7088

E-Mail: j.liel@emetriq.com

www.emetriq.com/presse