

AdAudience auf einen Blick

- AdAudience ist ein Joint Venture, an dem die vier Gesellschafter IP Deutschland, G+J EMS, Tomorrow Focus, SevenOne Media zu gleichen Teilen beteiligt sind
- Die Publisher stellen AdAudience garantiert eine definierte Menge an hochwertigem Inventar auf redaktionellen Qualitätsplattformen pro Monat zur Verfügung
- Sowohl das Gesamtportfolio von AdAudience erreicht ca. 80 Prozent aller Internetnutzer als auch die Mehrheit der angebotenen Standard-Zielgruppen
- Das Inventar besteht aus qualitativ hochwertigen Platzierungen im sichtbaren Bereich mit hoher AdServer-Priorität
- Weder handelt es sich dabei um Restplatzinventar, noch werden gebuchte Werbemittel blind im Netzwerk ausgespielt
- Das Kerngeschäft von AdAudience konzentriert sich auf Angebote mit ‚Predictive Behavioural Targeting‘, die durch die Inventar-Bündelung genug Reichweite bieten, um auch in spitzen Zielgruppen einen relevanten Mediadruck zu erreichen bei gleichzeitiger Minimierung der Streuverluste
- Die Profilierung der Nutzer erfolgt dabei Vermarkter-übergreifend; eine Verknüpfung von soziodemographischen und affinitäts-geprägten Targeting-Merkmalen zur Erreichung spitzer Zielgruppen ist möglich
- Die Profildaten werden ständig aktualisiert, außerdem wurden alle Produkte von AdAudience datenschutzrechtlich freigegeben