

Adsquare und OS Data Solutions schließen Kooperation über 1st Party Daten

Berlin, 06.04.2020. Adsquare und OS Data Solutions (OSDS) geben ihre gemeinsame Partnerschaft für die Vermarktung von datenschutzkonformen Konsumentendaten bekannt und bieten gemeinsame Produkte an. Werbekunden stehen ab sofort reichweitenstarke Daten für eine effektive Zielgruppenansprache zur Verfügung.

OSDS, das 2019 gegründete Joint Venture der Unternehmen Otto Group und Ströer, bündelt die Kundendaten des Handelsunternehmens und des Digitalvermarkters und stellt diese Werbungtreibenden für Targeting-Zwecke zur Verfügung. Die mobilen Zielgruppendaten von OSDS, die aus konzerneigenen Apps wie Otto, Bonprix, Mytoys, Baur u.a. erhoben werden, sind nun in der Adsquare Plattform verfügbar. Konkret handelt es sich hierbei um mehr als 80 Datensegmente mit Merkmalen zu Kaufabsichten, Persönlichkeitstypen und Demografie.

Die Daten der OS Data Solutions können in der Adsquare Plattform zu Zielgruppensegmenten in allen relevanten DSPs für Kampagnen aktiviert werden.

Für Audience Targeting über Adsquare sind die OSDS gebrandeten Daten mit Mobile Advertising IDs verknüpft.

Darüber hinaus launchen OSDS und Adsquare ein gemeinsames Datenprodukt, in dem OSDS Audiences mit mobilen Bewegungsdaten von Adsquare verknüpft und - mit entsprechenden Indexwerten versehen - in den Raum übertragen werden. Auf Stundenbasis lassen sich so Bewegungsströme von Personen mit gewissen Merkmalen vorhersagen und für das sogenannte geo-kontextuelle Targeting nutzen (Audiences in Motion).

Tobias Emmer, Co-CEO bei OS Data Solutions, unterstreicht den Mehrwert der Kooperation: „Hochrelevante Konsumentendaten schaffen die Basis für eine erfolgreiche Ansprache mobiler Zielgruppen. Wir freuen uns, unsere DSGVO-konformen Audiences über die Integration in die Adsquare Plattform künftig noch mehr Werbetreibenden zur Verfügung stellen zu können.“

Tom Laband, CEO & Co-Gründer bei Adsquare hebt die Bedeutung der Partnerschaft wie folgt hervor: „Mit unserem neuen Datenprodukt, Audiences in Motion, können Werbetreibende sich das Verständnis von Verbraucherverhalten in der realen Welt zunutze machen; Zielgruppen lassen sich dadurch noch effektiver ansprechen. Wir freuen uns, durch Kooperationen wie mit OS Data Solutions, Daten in hoher Qualität zu führen.“

Über Adsquare:

Adsquare ist ein globaler Datenspezialist, der werbungtreibende Unternehmen dabei unterstützt, Zielgruppen besser anzusprechen und die Effektivität ihrer Marketing-Maßnahmen zu messen. Zu diesem Zweck hält Adsquare Zielgruppendaten, Standortdaten und Bewegungsdaten bereit und ist mit allen relevanten Technologieplattformen integriert, die den Einkauf von Werbeplätzen ermöglichen.

Über die unabhängige Plattformlösung von Adsquare können Unternehmen somit Daten in mehr als 40 Ländern weltweit zur Anwendung bringen.

Das Unternehmen wurde 2012 von Tom Laband (CEO), Sebastian Doerfel (COO) und Fritz Richter (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Berlin sowie weitere Büros in New York, London, Paris, Mailand, Madrid, Singapur und Düsseldorf.

Über OS Data Solutions:

Die OS Data Solutions ist der Premium-Datenanbieter für digitales Marketing in Deutschland und kombiniert die digitale Reichweite von Ströer mit qualitativen Intent- und Kaufdaten der Otto Group. Auf Basis von mehr als 37 Mio. Hardfacts bietet OS Data Solutions Werbetreibenden reichweitenstarke Premium Targetingprodukte für Display-, InApp- und Video-Kampagnen an.

Das Unternehmen mit Sitz in der Hamburger Speicherstadt wurde 2019 als Joint Venture der Otto Group und Ströer gegründet.