P R E S S E M I T T E I L U N G

The fine Arts of digital Media

Endgeräteunabhängige Zielgruppenansprache mit Kontaktdosisaussteuerung im gesamten Digitalportfolio / Neue TGP® Zielgruppe „WEB.Audience™ Multi Screener“ / Alle TGP® und DRP® Zielgruppen jetzt auch mobil verfügbar

United Internet Media startet Multi Screen Targeting

Karlsruhe/ Köln (dmexco), 19. September 2013. United Internet Media, führender Vermarkter digitaler Media, unterstreicht seine Innovationsführerschaft beim Thema Targeting. Als erster deutscher Anbieter hat der Top-Vermarkter seine Targetingtechnologie jetzt multi-screen-fähig ausgelegt und ermöglicht damit eine konsistente Ansprache von Zielgruppen unabhängig vom genutzten Endgerät oder Screen – inklusive Kontaktdosisaussteuerung. Gleichzeitig erweitert United Internet Media sein WEB.Audience™ Zielgruppenportfolio um die neue Zielgruppe „Multi Screener“ und bietet jetzt alle TGP® und DRP® Zielgruppen auch für mobiles Targeting an.

Multi Screen Targeting: USP und Wettbewerbsvorteil für Werbeplattformen mit Nutzerregistrierung

Bislang sind die stationäre und die mobile Zielgruppenansprache technisch bedingt zwei getrennte Systemwelten; dies gilt sowohl für die Mediaplanung als auch die technische Aussteuerung der Werbung per Targeting. Geschuldet ist dies dem Umstand, dass die meisten Online-Plattformen die stationären und mobilen Nutzungsstränge ihrer User nicht valide zu einem Multi-Screen-Nutzungsprofil konsolidieren können, da dazu kein technischer Link zur Verfügung steht. Damit fehlt die technische Basis zur kanal- bzw. screenübergreifenden und frequenzgesteuerten digitalen Zielgruppenansprache.

Als erster deutscher Digitalvermarkter hat United Internet Media die getrennten Systemwelten jetzt zusammengeführt und bietet Werbetreibenden ab sofort multi-screen-fähiges Targeting über die gesamte Digitalreichweite seines Angebotsportfolios (Online: 26,65 Mio. Unique User; Mobile: 5,91 Mio. Unique User*). Möglich wird dies durch den Login-basierten so genannten Unique Key, der das Multi-Screen-Nutzungsverhalten datenschutzkonform konsolidiert und mit den Zielgruppenzugehörigkeiten der User zusammenführt. Damit können Werbekampagnen jetzt erstmals in der gesamten Digitalreichweite zielgruppenpräzise ausgeliefert werden – egal ob der Nutzer über den Desktop-PC am Arbeitsplatz, unterwegs auf dem Smartphone oder zuhause auf dem Tablet erreicht wird. Die Kontaktdosisaussteuerung kann dabei pro Kanal definiert erfolgen (z.B. drei Kontakte auf dem Big Screen (Desktop-PC oder Laptop) und zwei Kontakte auf dem Small Screen (Smartphone)); künftig werden auch eine kanalunabhängige Aussteuerung (z.B. exakt vier Kontakte – egal, welcher Screen) und ein Multi-Screen-Storytelling (Kontakte in definierter Endgeräte- oder Creative-Reihenfolge) möglich sein. In Kombination mit dem umfassenden Zielgruppen-portfolio von TGP® und DRP® und den innovativen True-Multi-Screen-Werbeformaten liefert United Internet Media Werbetreiben-den damit ein umfassendes und leistungsstarkes Lösungsangebot für digitale Markenkommunikation auf allen Screens.

Neu in der TGP® Zielgruppenfamilie: WEB.Audience™ Multi Screener

Multi Screen ist gelebte Mediennutzungsrealität.** Bei den Nutzern der United Internet Portale zählen ca. 40 Prozent zu den Multi Screenern, die sich durch ein besonders ausgeprägtes Parallel-nutzungsverhalten auszeichnen. In Multi-Screen-Situationen – insbesondere in Kombination mit TV – liegt ihr Aufmerksamkeits-fokus klar auf den digitalen Screens, wobei TV-Werbung einen

beliebten Anlass zum Mailen, Suchen und Lesen von Nachrichten im Internet darstellt.

Um auf die veränderten Nutzungsgewohnheiten adäquat zu reagieren und Kontaktqualität sowie Werbewahrnehmung in Multi-Screen-Situationen nachhaltig zu sichern, hat United Internet Media sein TGP® Zielgruppenportfolio um die WEB.Audience™ Mediennutzungszielgruppe „Multi Screener“ erweitert. Mit der präzisen Ansprache dieser Zielgruppe können Werbetreibende ihre TV- und Online-Pläne jetzt vor allem während der Access und Prime Time wirkungsvoll synchronisieren und entstehende Aufmerksamkeitsdefizite in der Zielgruppe effizient kompensieren.

Sämtliche TGP® und DRP® Zielgruppen jetzt auch mobil verfügbar

Nachdem United Internet Media als First Mover bereits zur dmexco 2008 den Startschuss für mobiles Targeting gegeben hat, sind jetzt alle TGP® und DRP® Zielgruppen auch mobil verfügbar. Somit können u.a. Milieus, Mediennutzungs- und Kaufverhaltenszielgruppen oder spezifische Zielgruppensegmente wie Haushaltsführer, Tierhalter oder Outdoor-Sportler auch in Mobile-only-Kampagnen präzise und reichweitenstark angesprochen werden.

„Unser Anspruch ist es, Werbetreibenden hochwertige Lösungen zu bieten, mit denen sie ihre Markenkommunikation auch bei einer sich nachhaltig verändernden Mediennutzung erfolgreich gestalten können. Mit dem neuen multi-screen-fähigen Targeting als technologische Basis unseres ganzheitlichen Multi-Screen-Advertising-Angebots, der neuen Zielgruppe WEB.Audience™ Multi Screener und unserem mobilen Targetingangebot untermauern wir erneut unsere Innovationskraft bei digitaler Media“, erklärt Rasmus Giese, CEO United Internet Media.

* Quelle: AGOF internet facts 2013-06, Zeitraum für Medien: Einzelmonat; AGOF mobile facts 2013-I, Zeitraum für Medien: Einzelmonat

** Quelle: „Catch Me If You Can“, Grundlagenstudie zur Parallelnutzung screenbasierter Medien, InteractiveMedia und United Internet Media, 2013

United Internet Media – The fine Arts of digital Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologien. Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 250 Media- und Marketingspezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP®), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung entwickelt werden. Als Drehscheibe zu rund 30 Millionen deutschsprachigen, über 240 Millionen europäischen und über 800 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzerneigenen Online-und Mobile-Angebote und -Kooperationsangebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1, mail.com, SmartShopping.de sowie top.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping). United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf und Wien.

I N T E R N E T A D R E S S E

United Internet Media:
http://united-internet-media.de

P R E S S E S E R V I C E

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der
United Internet Media Presselounge:
http://united-internet-media.de/presse

K O N T A K T A D R E S S E N

United Internet Media AG
Nadja Elias
Pressesprecherin
Sapporobogen 6-8
D – 80637 München
Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222
Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250
E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de