

++ PRESSEINFORMATION ++

Erfolgreicher Launch auf der dmexco: Retresco und nugg.ad geben Kooperation bekannt

- Partner bringen SHIFT Content Targeting auf den Markt, eine Lösung für individualisierte Ausspielung von Inhalten.
- SHIFT Content Targeting schafft individuelle Relevanz für Nutzer und steigert Klickraten und Verweildauer.

Berlin, 24. September 2013 – Retresco und nugg.ad gaben auf der dmexco 2013 ihre strategische Kooperation bekannt. Ab sofort bündeln die Partner ihre Expertise in einer Lösung für individualisiertes Content Targeting. Dafür implementierte nugg.ad, Europas führender Anbieter für digitales Zielgruppenmarketing, seine Targeting-Technologien. Retresco bringt die notwendigen semantischen Verfahren zur Analyse und automatisierten Ausspielung von Inhalten ein.

Die neue Lösung ermöglicht Betreibern contentgetriebener Portale, ihre Artikel, Fotos, Videos und weitere redaktionelle Angebote auf den Nutzer abgestimmt auszuspielen. Inhalte werden individuell passend zu den soziodemografischen Merkmalen und Interessen des Webseitenbesuchers angezeigt.

„Im Prinzip matchen wir Nutzergruppen mit den passenden inhaltlichen Beiträgen“, sagt **Stephan Noller, CEO von nugg.ad**. „Unser Predictive Behavioural Targeting, eine der zwei Komponenten beim SHIFT Content Targeting, ermöglicht Echtzeitvorhersagen über Soziodemographie, sowie Produktinteressen und Konsumgewohnheiten eines Users. nugg.ad erkennt das Profil eines Nutzers in vollständig pseudonymisierter Form. Das ist unser maßgeblicher Mehrwert in der Kooperation.“

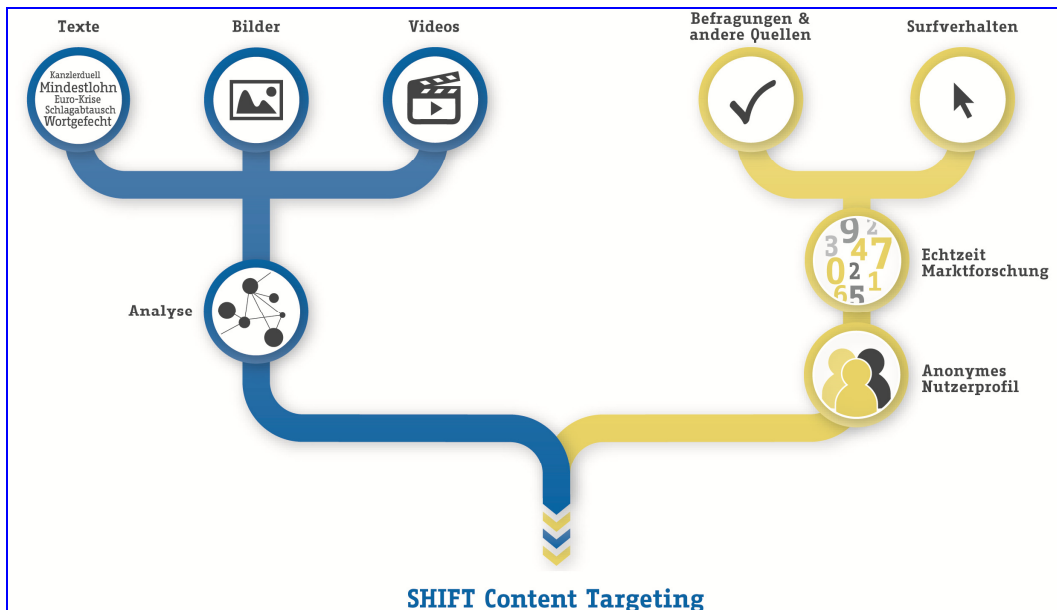
„Publisher können jetzt jedem Nutzer genau die Inhalte zeigen, die ihn interessieren. Leser werden motiviert, sich viel intensiver mit dem Verlagsangebot zu beschäftigen, weiter zu klicken und wiederzukommen. Das steigert die Relevanz des inhaltlichen Angebots für den Nutzer und dessen Loyalität gegenüber dem Portal“, ergänzt **Johannes Sommer, Geschäftsführer von Retresco**.

Auf Basis vollständig pseudonymisierter Benutzerdaten wird berechnet, zu welcher Nutzergruppe ein Webseitenbesucher am wahrscheinlichsten gehört. Den passenden Inhalt legen die von Retresco entwickelten semantischen Verfahren fest, indem sie Thema und relevante Schlagwörter eines Beitrags erkennen und entsprechend ausspielen. Speziell Erstbesuchern kann so der für sie relevante Content angezeigt werden. Die Kooperation bringt somit Personalisierung auf ein ganz neues Level.

„Das Matching von Targeting und semantischen Verfahren ist eine technologische Herausforderung. Vor allem, wenn es sich um Beiträge mit einer Vielfalt an Themen oder komplexen Sprachmustern handelt. Gemeinsam mit nugg.ad haben wir eine Lösung für die deutsche Sprache entwickelt, die Personalisierung zuverlässig auch für Content ermöglicht“, fügt **Alexander Siebert, Gründer und Geschäftsführer von Retresco**, hinzu.

++ PRESSEINFORMATION ++

Bildmaterial



Bildunterschrift: *SHIFT Content Targeting verbindet semantische Inhaltsanalyse von Retresco mit dem Predictive Behavioural Targeting-Ansatz von nugg.ad.*

Der Abdruck unserer Pressefotos ist honorarfrei. Wir bitten um Nennung der Quelle „Retresco GmbH“ und Zusendung eines Belegexemplars. Die Nutzung der Bilder für werbliche Zwecke ist nicht gestattet.

Pressekontakt

Retresco GmbH

Agnes Michalik
 Manager Communications
 Fon 030 60 98 39 603
 Mail agnes.michalik@retresco.de

nugg.ad AG predictive behavioral targeting

Ilana Rolef
 Marketing & Communications Director
 Fon 030 29 38 19 99 -0
 Mail ilana.rolef@nugg.ad

Über Retresco

Retresco ist Enabler contentgetriebener Geschäftsprozesse. Wir sind Experten in der Umsetzung von Open-Source-Suchlösungen und die Besten im Einsatz semantischer Technologien. Unsere Lösungen steigern den Umsatz und die Effizienz im Unternehmen. Zu den Kunden von Retresco zählen Medienhäuser, E-Commerce-Anbieter und die öffentliche Hand.

Mehr Informationen finden Sie unter www.retresco.de.

Über nugg.ad:

Die nugg.ad AG ist der führende Anbieter von Zielgruppen-Marketing in digitalen Medien. nugg.ad ermöglicht es Werbetreibenden, Mediaagenturen und Vermarktern, die Wirksamkeit von Werbung durch Auslieferung an relevantere Zielgruppen signifikant zu erhöhen. Vor allem Branding-Kampagnen können im Display-, Video- oder auch im Mobile-Bereich effizienter umgesetzt werden. Zusätzlich profitieren Werbetreibende und Webseitenbetreiber von einer fundierten Analyse Ihrer Nutzergruppen sowie der gezielten Aussteuerung von relevantem Content. Neue Möglichkeiten eröffnet nugg.ad durch seine Lösung für intelligentes Data Management. Auf Basis von u.a. Intent-Daten werden hierbei hochspezifische Zielgruppen effektiv angesprochen. Mit den Programmatic Premium Solutions hat nugg.ad 2013 eine Lösung für eine automatisierte Vermarktung von Premium-Inventar zusammen mit bewährten Zielgruppendaten auf den Markt gebracht. Der einzigartige Ansatz des Predictive Behavioral Targeting ermöglicht es, einfache Nutzungsdaten in Echtzeit mit Befragungsdaten zu Soziodemografie, Produktinteressen und Lifestyle anzureichern. Hierzu werden Predictions (statistische Vorhersagen) genutzt, die jedoch keine personenbeziehbaren Daten enthalten. nugg.ad hat so als erster Targeting-Anbieter für sein Produkt das Datenschutzgütesiegel des Unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz, Schleswig-Holstein (ULD) verliehen bekommen. Auf europäischer Ebene wurde das nugg.ad Produkt außerdem mit dem European Privacy Seal, EuroPriSe, zertifiziert. 2008 wurde nugg.ad mit dem „Red Herring 100 Europe“ und dem „European Seal of Excellence“ ausgezeichnet. Seit 2010 ist nugg.ad ein Unternehmen von Deutsche Post DHL.

Zu den Kunden von nugg.ad zählen unter anderem BBC Worldwide, SevenOne Interactive, Axel Springer Media Impact, Microsoft Advertising, OMS, Hi-media, IQ media, Ströer Digital Media, Mediasports, Zed digital, Omnicom Media Group, vivaki, annalect, Optimedia, Glam Media, smartclip, Clipkit, ARBÖinterative, Unister Media, Ekstra Bladet, Berlingske Media, Jubii A/S, Jobzonen A/S, dba.dk, Styria, KRONE.at, Austria Plus, Purpur Media, Interia und derstandard.at. Neben dem Hauptsitz in Berlin verfügt nugg.ad über Büros in Hamburg, Köln, Warschau, Paris, Kopenhagen, London und Amsterdam.