

## **Mobiles Smart Audience Targeting von Opera Mediaworks verdreifacht Click Through Rate**

- **Smart Audience Targeting unter Einsatz von 3rd-party Daten des Datenspezialisten Schober**
- **Geclusterte Zielgruppen erhöhen die Werbewirkung**
- **Datenschutz durch ePrivacy-Siegel gewährleistet**

*Hamburg, 28. Juli 2016* – Für den Erfolg einer mobilen Werbekampagne sind Ansprache und Auswahl der richtigen Zielgruppen entscheidend. Opera Mediaworks, eine der größten Mobile Werbe- und Marketingplattformen der Welt, setzt daher neben den umfangreichen eigenen Targetingmöglichkeiten nun auch auf die Partnerschaft mit der Schober Information Group, Europas führendem Dienstleister für systematisches Daten- und Informationsmanagement für integrierte On- und Offline-Lösungen. Beim Smart Audience Targeting, bislang einzigartig im deutschen Markt, werden diverse Opera-eigene Datenquellen mit den Konsumentendaten von Schober datenschutzkonform kombiniert. Durch die exklusiv von Schober bereitgestellten Zusatzmerkmale wird eine noch präzisere Nutzeransprache bei mobilen Kampagnen ermöglicht. Werbetreibende können sich über eine deutlich bessere Performance ihrer Kampagnen freuen, Konsumenten erhalten für sie relevantere Anzeigen. Die Privatsphäre der Konsumenten bleibt dabei jederzeit gewahrt, da die Daten anonymisiert verarbeitet werden. Opera Mediaworks und auch Schober erfüllen dabei die strengen Auflagen des ePrivacy-Siegels.

Erste Kampagnen zeigten einen signifikanten Unterschied durch die Kombination von online und offline Daten. Insbesondere das präzisere Zielgruppen-Clustering und die damit einhergehende effektivere Nutzeransprache sorgten für deutlich bessere Klickraten. Bei einer Kampagne mit klassischen 20-Sekunden Pre-Roll-Clips für die Männerpflegeserie „Tabac Gentle Men’s Care“ aus dem Hause Mäurer & Wirtz verdreifachte sich die Click Through Rate (CTR) im Vergleich zu einer Kampagne ohne Smart Audience Targeting.

„Eine so hohe CTR ist natürlich toll. Dank der fortschrittlichen Smart Audience Technologie konnten wir ohne großen Streuverlust genau unsere Zielgruppe ansprechen und mit auf diese Nutzer zugeschnittener Werbung sehr gute Ergebnisse erzielen“, freut sich Daniël Pidun, Head of Marketing Services, Mäurer & Wirtz.

„Wir wollen für Werbetreibende die Streuverluste bei Kampagnen minimieren und zeitgleich den Kunden auf ihren Handys nur die Werbung anzeigen, die auch zu ihren Interessen passt. Durch die Kombination unserer technischen Möglichkeiten mit dem umfassenden Daten-Knowhow von Schober konnten wir eine sehr genaue Targetinglösung auf den Markt bringen, welche ein Gewinn für unsere Kunden und die Konsumenten gleichermaßen ist“, kommentiert Jens Oberbeck, Chief Commercial Officer bei Opera Mediaworks.

\*\*\* ENDE \*\*\*

**Bildmaterial** finden Sie hinter dem folgenden Link:

<https://www.dropbox.com/sh/amrlqtp6h3lwm0e/AAAoeN91pgsNMCJRKB8-Ttm5a?dl=0>

## **Über die Schober Information Group Deutschland:**

Die Schober Information Group Deutschland ist seit über 65 Jahren Europas führender Marketing-Service-Dienstleister. Sie unterstützt Kunden in über 50 Ländern mit On- und Offline-Lösungen bei der systematischen Umsetzung von crossmedialen Kommunikations-, Werbe- und Verkaufsstrategien – national und international.

Basis des Leistungsangebotes sind die jahrzehntelangen Erfahrungen im Adressen- und Daten-Management sowie das fundierte Methodenwissen in den Feldern Analytik, aCRM und Targeting. Mit innovativen Smart Data-Technologien und dem Expertenwissen der Mitarbeiter schafft die Schober Information Group Deutschland so intelligente Multi-Channel-Lösungen, mit denen Unternehmen profitable Kundenbeziehungen aufbauen und erhalten können.

Weitere Informationen unter [www.schober.de](http://www.schober.de)

## **Über Opera Mediaworks:**

Die Opera Mediaworks GmbH, 2008 unter dem Namen apprupt gegründet, ist eine der weltgrößten Mobile Werbe- und Marketingplattformen und einer der führenden Mobile Vermarkter in der D-A-CH-Region. Weltweit setzen mehr als 85% der umsatzstärksten Mobile Publishers auf die Plattform, die insgesamt 1,2 Milliarden Konsumenten erreicht. Im deutschsprachigen Raum verfügt Opera über eine Gesamtreichweite von über 24 Millionen Tablet- und Smartphonennutzern und ein Portfolio von mehr als 250 Premium Publishern,

darunter die mobilen Umfeld der des Bauer Verlags, heise online, FuPa.net und Quizduell. Opera Mediaworks ist auf mobile Werbelösungen spezialisiert und ermöglicht Werbetreibenden, ihre Zielgruppen auf mobilen Endgeräten mit innovativen und kreativen Werbeformen zu erreichen und so ein besonderes Markenerlebnis zu schaffen. Darüber hinaus stellt Opera auch diverse Performance-Werbelösungen zur Verfügung. Opera Mediaworks ist eine hundertprozentige Tochter des Browser- und Softwareanbieters Opera. Die Deutschlandzentrale von Opera Mediaworks sitzt in Hamburg. Weitere Informationen unter [www.operamediaworks.de](http://www.operamediaworks.de).

## **Kontakt Opera Mediaworks**

Daniela Wrage | Senior Manager Marketing & Communications  
E: [de-presse@opera.com](mailto:de-presse@opera.com) | T: +49151 62849135

## **Kontakt Agentur**

Philipp von Roeder | tba: vR Communications  
E: [philipp.roeder@tbavr.com](mailto:philipp.roeder@tbavr.com) | T: +49172 6897499