

MEDIENINFORMATION

Quantcast und Struq fusionieren: Die branchenweit leistungsstärkste Lösung im Digitalmarketing entsteht

Quantcast erweitert Geschäftsmodell auf In-Ad-Personalisierungen, Produktempfehlungen und Cross-Device-Retargeting

Skalierbares Prospecting, Retargeting und dynamisch-kreative Optimierung (DCO) künftig über nur eine einzige Quelle möglich

München, 02. Oktober 2014__ Quantcast, das auf die Audience-Messung und die Auslieferung von digitalen Werbemitteln in Echtzeit spezialisierte Werbeunternehmen, übernimmt Struq, den weltweiten Marktführer für Ad-Personalisierung und Cross Device-Retargeting mit Hauptgeschäftssitz in London. Mit diesem Zusammenschluss entsteht der erste Anbieter seiner Art, der Werbetreibenden über nur eine einzige Quelle Prospecting, Retargeting und personalisierte Anzeigen gleichermaßen anbieten kann. Quantcast ist künftig in der Lage, das tiefe Verständnis über das Onlineverhalten von Verbrauchern mit der Kernkompetenz von Struq zusammenzubringen, Anzeigen zu personalisieren und so noch effizientere Werbung für Marken auszuliefern.

„Seit dem Launch von Quantcast Advertise vor nur fünf Jahren hat unser Unternehmensfokus – nämlich Werbung zu schaffen, die wirklich relevant ist – die Wachstumsziele unserer Kunden extrem beschleunigt. Mit Struq können wir nun ein Unternehmen entstehen lassen, das Werbetreibenden die gesamte Bandbreite an Werbelösungen in Echtzeit ermöglicht“, so Konrad Feldman, Mitgründer und CEO von Quantcast. „Die Branche, in der wir uns bewegen, wird zunehmend komplexer – der Übergang ins Digitale nimmt immer mehr an Fahrt auf und auch die Anzahl der Devices pro Verbraucher weltweit explodiert regelrecht. Wir schaffen ein Unternehmen, das den Anforderungen von Werbetreibenden nach einem strategischen Partner gerecht wird, und sie durch diesen Wandel begleitet und gleichzeitig noch besser auf die digitale Zukunft vorbereitet.“

„Die Mission von Struq ist es, Werbung durch Personalisierung zu revolutionieren. Die konkurrenzlosen Daten von Quantcast über das Online-Nutzerverhalten mit unserer

quæntcast

eigenen Technologie zur Personalisierung von Werbeanzeigen zusammenzuführen, wird zu einem sehr viel tieferen Verständnis von Usern allgemein führen – und der Entwicklung entsprechend hoch-personalisierte Inhalte für sie. Das wiederum erhöht auch die Relevanz nachhaltig – für den Verbraucher, aber auch für den Werbetreibenden, der seine Werbeausgaben entsprechend effizienter planen kann“, ergänzt Sam Barnett, Unternehmensgründer und CEO von Struq.

Als einer der ersten Big-Data-Pioniere hat Quantcast ein umfangreiches Datenset über die Online-Mediennutzung entwickelt, das – in Kombination mit den Daten von Struq über das Konsumentenverhalten – Einblicke und Möglichkeiten eröffnet, mit denen nur wenige andere Anbieter auf dem Markt mithalten können. Etwa, wenn es um die präzise Einschätzung geht, welche Absicht ein User mit seinen Onlineaktivitäten abseits von Suchanfragen und Suchmaschinen verfolgt.

Quantcast hat die Anwendung von Big Data und Machine Learning revolutioniert und hilft Werbetreibenden so, potenzielle Kunden im Web und mobile zu finden und direkt zu erreichen. Struq setzt dagegen am anderen Ende der Customer Journey an, und unterstützt Werbetreibende dabei, User, die bereits Interesse an einem Produkt zeigten, aber bisher noch nicht konvertierten, zum Kaufabschluss zu bringen. So ist es beispielsweise mit Struq möglich, kontinuierlich zu beurteilen, an welchem Punkt des Konversionspfades sich ein User aktuell befindet. Dementsprechend kann durch DCO, also Programmatic Targeting und einer Ad-Personalisierung, direkt Einfluss auf das Onlineverhalten des Users genommen und er über individuelle Werbeinhalte, Produkte und Nachrichten zum Kaufabschluss geführt werden.

Über Einzelheiten zur Geschäftsübernahme haben beide Parteien Stillschweigen vereinbart. Nach Abschluss aller Transaktionen wird Struq vollständig in Quantcast Advertise integriert und auch ihre Niederlassungen in London, New York, San Francisco und Los Angeles zusammenlegen. London wird außerdem neben San Francisco und Singapur dritter Engineering Hub.

Über Quantcast

Quantcast ist ein digitales Werbeunternehmen, das sich auf die Audience-Messung und die Auslieferung von digitalen Werbemitteln in Echtzeit spezialisiert hat. Als Pionier und Vorreiter in der Publikumsmessung verfügt der 2006 gegründete Measure & Advertise-Spezialist heute über die umfangreichsten Erkenntnisse zum Surfverhalten von Internet-Nutzern weltweit. Diese Datenbasis ermöglicht es Vermarktern und Publishern, fundierte Entscheidungen in Bezug auf den Einkauf und Verkauf ihrer Anzeigen zu treffen. Mehr als 1.000 Marken verlassen sich beim RTA auf Quantcast. Als eines der führenden Unternehmen in "Big Data" misst Quantcast mehr als 100 Millionen Webseiten, wertet monatlich über eine Billion neuer Datensätze aus und verarbeitet täglich bis zu 30 Petabytes an Datensätzen.

Der Hauptgeschäftssitz von Quantcast ist in San Francisco; das Unternehmen wird durch Finanzierungen von Founders Fund, Polaris Venture Partners, Revolution Ventures und Cisco Systems gesichert.

Weitere Informationen unter www.quantcast.com/de/

Blog: <http://www.quantcast.com/inside-quantcast>

quæntcast

Twitter: <http://twitter.com/Quantcast>

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Quantcast>

###

Pressekontakt:

Kathrin Hamann

ELEMENT C

089 – 720 137 – 18

quantcast@elementc.de