

# Geballte 1st-party und 3rd-party Datenpower für effiziente Mobile- Kampagnen

## Schober Information Group wird offizieller Datenpartner von adsquare

**Ditzingen, 7. Dezember 2015\_** Werbetreibende Unternehmen, die über die Audience Management Plattform von adsquare speziell Smartphone-User mit Werbung ansprechen möchten, können dabei ab sofort auf die Datenkompetenz der Schober Information Group zugreifen. Als offizieller „Branded Data“ Partner von adsquare ermöglicht Schober sowohl eine individuellere Zielgruppensegmentierung als auch die Ansprache eigener Kunden aus dem CRM-System für mobile Werbekampagnen. Sowohl 1st-party Daten von Kunden als auch die umfangreichen Profildaten aus den Schober B2B- und B2C-Datenbanken können Werbekunden zur Bestands- und Neukundenansprache für Mobile-Programmatic-Kampagnen in Echtzeit nutzen.

56,58% aller Menschen in der Bundesrepublik nutzen mittlerweile ein Smartphone; vor allem für regionale und lokale Inhalte, Preisvergleiche und Produktinformationen zücken fast 88% ihr Smartphone. „Mobile ist mittlerweile zum festen Bestandteil der Customer Journey geworden. Werbetreibende müssen ihre Kunden und Potentiale also immer öfter device- und kanalübergreifend erreichen können. Für dieses Angebot braucht es nicht nur eine intelligente Brücke, sondern auch

aussagekräftige Daten“, erklärt Felix Hick, COO der Schober Information Group.

Über die Audience Management Plattform von adsquare haben Werbekunden künftig Zugriff auf die Schober-Datenwelt. So lassen sich beispielsweise über eigene CRM-Daten Zielgruppen vordefinieren, die mit zusätzlichen Merkmalen von Schober qualifiziert und angereichert werden. Besonders wertvoll ist die einzigartige Datentiefe von Schober sowie individuelle Scoring-Modelle, die eine sehr feine und präzise Segmentierung ermöglicht. In Kombination mit den verfügbaren adsquare-Informationen können Werbekunden mobil auf Basis dieser Daten neben Bestandskunden auch look-a-like-Segmente ihrer wertvollsten Kunden aktiv mit maßgeschneiderten Inhalten ansprechen.

Vor dem Hintergrund, dass für die Mehrheit aller Einkäufe im Entscheidungsprozess inzwischen mehr als ein (Online)-Kanal eine Rolle spielt, rückt die Vernetzung einzelner Kanäle immer mehr in den Fokus. Die Kampagnenplanung muss dem individuellen Surf- und Kaufverhalten folgen und Synergien aus mehreren Kanälen (Offline, E-Mail, Facebook, Display) nutzen. Mit adsquare und Schober ist nun auch die Verlängerung auf Mobile einfach und unkompliziert möglich.

Ganz besonders interessant ist die neue Kooperation für Unternehmen mit dem Fokus auf B2B-Marketing. Über die Business Target Base, Deutschlands führender Datenbank für Marketing, Vertrieb und strategische Entscheidungen, kann Schober nicht nur mehr als 4,5 Millionen Firmenadressen bonitätsgeprüfter Unternehmen zur Verfügung stellen, sondern auch wichtige Spezialinformationen liefern – etwa zur

Betriebsgröße, Anzahl der Mitarbeiter, Umsatzinformationen und SOHOs.

„Unsere unabhängige Plattform gibt Werbetreibenden volle Transparenz und ermöglicht es ihnen, über einen Zugang auf eine Vielzahl unterschiedlicher Datenpartner zuzugreifen“, erklärt Tom Laband, CEO und Founder von adsquare. „Wir freuen uns sehr über die Integration mit Schober. Dank unserer gemeinsamen Onboarding-Prozesse können sowohl kundeneigene CRM-Daten als auch Haushaltsdaten für Mobile Programmatic Advertising nutzbar gemacht werden.“

Als Mitglied von DDV und BVDW sowie dem Sicherheitszertifikat gemäß DIN ISO 27001; 2013 des TÜV SÜD garantiert Schober die Einhaltung sämtlicher Standards zur Datensicherheit sowie ein Höchstmaß an Professionalität und Qualität. Das gilt auch für die Zusammenarbeit mit adsquare, deren Plattform mit dem ePrivacyseal ausgezeichnet wurde. So werden alle Daten verschlüsselt, anonymisiert und entsprechend deutscher und europäischer Datenschutzrichtlinien verarbeitet.

Weitere Informationen erhalten Sie bei Frau Katrin Meier unter [katrin.meier@schober.de](mailto:katrin.meier@schober.de)

**Über die Audience Management Plattform von adsquare:** Die kürzlich gelaunchte Self-Service Plattform unterstützt Werbetreibende beim Mobile Programmatic Advertising. Innerhalb der Plattform können Werbetreibende Daten verschiedener Anbieter auswählen, eigene CRM-Daten anreichern und veredeln und so passgenaue Zielgruppensegmente für ihre mobile RTA-Kampagnen erstellen. Diese Segmente werden dann mit der präferierten DSP zum Auspielen der Kampagnen verknüpft.

**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 40 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)

#### **Schober International:**

Berlin · Singapur · Stuttgart  
Warschau · Zürich

#### **Kontakt Unternehmen:**

Stefanie Seybold,  
Schober Information Group Deutschland GmbH  
Tel.: 07156 304-242 Fax: 07156 304-576  
[presse@schober.de](mailto:presse@schober.de)

#### **Pressekontakt:**

Kathrin Hamann, ELEMENT C  
Tel.: +49 (0)89 720 137 18  
[schober@elementc.de](mailto:schober@elementc.de)

#### **Schober Information Group Deutschland GmbH**

Max-Eyth-Str. 6-10  
71254 Ditzingen/Stuttgart

Telefon 07156 304-0  
Telefax 07156 304-369  
E-Mail [info@schober.de](mailto:info@schober.de)  
Internet [www.schober.de](http://www.schober.de)