

Presseinformation

NE.R.O AI = Targeting ohne Cookies

Wofür steht die Abkürzung NE.R.O. AI und was ist das genau?

NE.R.O. AI steht als Abkürzung für „Netto-Reichweiten Optimierung Artificial Intelligence“. Wir bieten damit eine innovative technische Lösung, die Targeting ohne Cookies und ohne einen expliziten Userconsent ermöglicht. Mit Hilfe des programmatische Einkaufs und unterstützt von künstlicher Intelligenz können wir digitale Kampagnen zielgerichtet und DSGVO-konform auspielen.

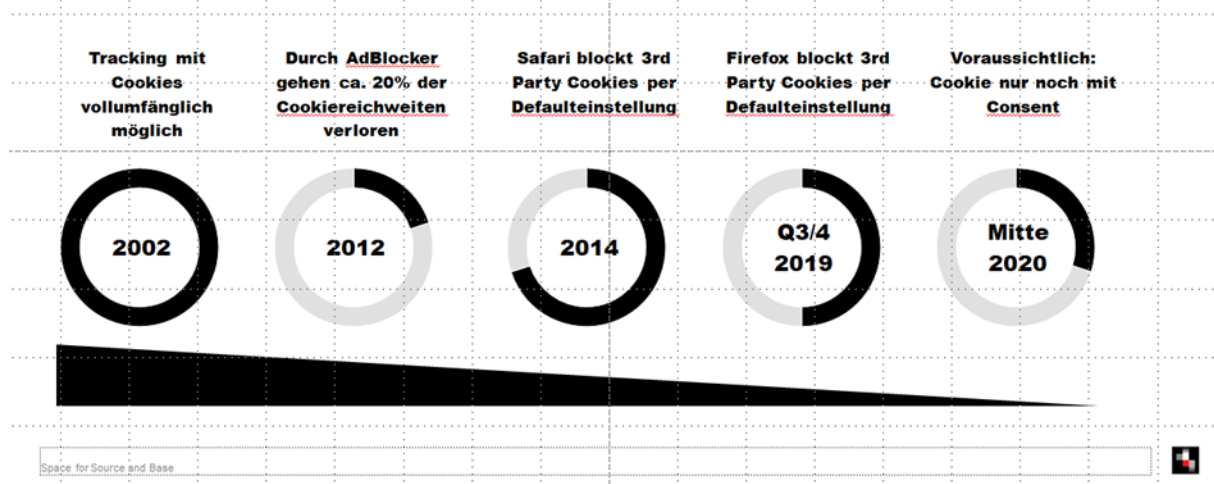
Wer hat NE.R.O. AI entwickelt?

NE.R.O. AI ist eine Weiterentwicklung der bereits seit fünfzehn Jahren erfolgreich eingesetzten NE.R.O.-Plattform von mediascale, einer führenden Agentur für integrierte, datengestützte Marken- und Vertriebskommunikation, die zur Mediaplus-Gruppe gehört. Das Targetingsystem wurde in enger Zusammenarbeit mit den Verhaltenspsychologie- und KI-Experten von Cronbach sowie dem Technologieanbieter Virtual Minds entwickelt.

Warum wurde NE.R.O. AI entwickelt?

Weil die Möglichkeiten, Targeting mit Hilfe von Cookies zu gewährleisten, stark abnehmen. Der Markt benötigt eine konzeptionelle Alternative.

COOKIE-REICHWEITEN IM ZEITVERLAUF INKL. PROGNOSE FÜR MITTE 2020

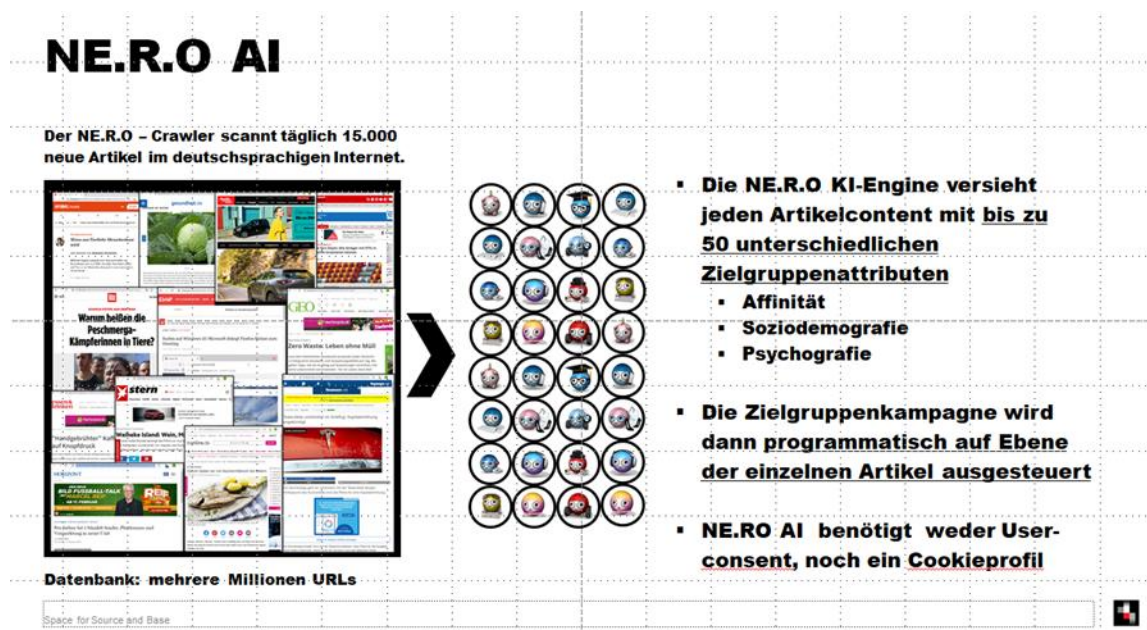


Was leistet NE.R.O. AI?

NE.R.O. AI ist eine neue Targetinglösung für die Post-Cookie-Ära. Das System spielt digitale Werbung zielgruppengenau aus – ohne Cookies und ohne die Erhebung personenbezogener Daten. Beides wird nicht benötigt, da NE.R.O. AI die neueste Generation des umfeldbezogenen bzw. keyword-basierten Targetings ist – ein artikelkontextuelles Targeting. Das System steuert mithilfe von künstlicher Intelligenz (AI) Online-Werbung programmatisch auf der Ebene einzelner Artikel aus. Dabei werden sowohl inhaltlicher Kontext, Soziodemografie als auch psychografische Kriterien berücksichtigt. NE.R.O AI versieht jeden Artikel mit bis zu 50 unterschiedlichen Zielgruppenattributen. Damit ist das System um viele Potenzen filigraner, leistungsstärker und treffsicherer als bisherige Targeting-Tools.

Wie funktioniert NE.R.O. AI im Detail?

Die Grundlagen für das semantische Targetingtool schaffen eine KI-Engine und Programmatic Advertising in Kombination mit einem Webcrawler. Dieser scannt täglich, im Minutentakt, mehr als 15.000 neue Artikel im deutschsprachigen Internet. Hinterlegt sind die reichweitenstärksten Newsseiten (z.B. Bild, FAZ, Focus, Spiegel, Stern, Welt, Zeit uvm.) und themenspezifische Angebote (z.B. Auto Motor Sport, Brigitte, Chefkoch, Kicker, Netdoktor, Schöner Wohnen u.v.m). Mehrere regionale Newsportale, wie merkur.de, hamburg.de oder berlin.de, bieten für regionalere Kampagnen eine gute Reichweite. Insgesamt sind über 40 verschiedene, relevante Websites in einer Whitelist hinterlegt. Diese wurden vorab inhaltlich analysiert. Foren oder usergenerierte Inhalte, wie etwa Kommentare oder Beiträge gehören nicht dazu.



Wie funktioniert NE.R.O. AI anhand eines konkreten Beispiels?

Der ADAC-Schlüsseldienst möchte seinen Service bewerben. Das tut er sinnvollerweise mit Werbung, die gezielt im Rahmen von Artikeln ausgespielt wird, die Nutzer lesen, wenn sie einen Schlüsseldienst benötigen, aber sich vorher noch informieren wollen, wie man den richtigen Schlüsseldienst auswählt. Also z.B. Artikel wie „7 Tipps, wie sie den richtigen Schlüsseldienst finden“ oder „Wo der Schlüsseldienst besonders viel kostet“ oder „So schützen Sie sich vor Abzockern“.

Ein anderes Beispiel: Die kassenärztliche Bundesvereinigung (KBV) wurde durch die Gesundheitspolitik in den ersten Monaten der Corona-Krise relevanter Kompetenzen beraubt. Sie wollte deshalb zeigen, was sie alles für die Allgemeinheit leistet. Hier wurden die Werbemittel gezielt rund um redaktionelle Inhalte platziert, die sich genau mit der Thematik Corona/Krankenkassen/Ärzte befassten.

Und ein drittes Beispiel: Ein Molkereiuunternehmen hatte für seinen neuen Joghurt vor allem die Zielgruppe der 25 bis 49-jährigen Frauen im Auge. Hier wird eine Keywordliste mit mehr als 50 passenden Attributen erstellt (z. B. Vitamine, Gesunde Ernährung, Vegetarisch, Yoga, Bewusstsein, Beauty, Fitness, etc.) und das System damit gefüttert. Sobald eine weibliche Person einen Artikel mit betreffenden Schlüsselwörtern liest, spielt ihr das Tool automatisch die Werbung für den neuen Joghurt aus.

Kann NE.R.O. AI auch Frequency Capping?

Ja, denn NE.R.O AI blendet die Werbung auf Artikelebene ein. Surfe ich vom getargeten Artikel hin zu anderen Inhalten innerhalb der Webseite, die nicht den Kriterien entsprechen, bekomme ich keine weiteren Werbeeinblendungen. Wo technisch möglich – also wenn Cookies beim Nutzer noch vorhanden sein sollten - kann das System auch webseitenübergreifend die Zahl der maximalen Kontakte aussteuern.

Wie hoch sind die Kosten für eine Kampagne, die mit NE.R.O. AI ausgeliefert wird?

Sie sind vergleichbar mit Kampagnen für soziodemografisches Profiltargeting. Höhere Kosten entstehen möglicherweise für Umfeldler, in denen eine spezielle, sehr spitze Zielgruppe erreicht werden soll.

Seit wann gibt es NE.R.O. AI und für welche Kunden wird es eingesetzt?

Nach etwa anderthalb Jahren Entwicklungszeit liefen erste Testkampagnen seit Sommer 2019. Seit Anfang 2020 setzt mediascale NE.R.O. AI erfolgreich für eigene Kunden innerhalb der Serviceplan-Gruppe ein. Dazu zählen beispielsweise ADAC, DATEV, Ehrmann, ING und die Helios Kliniken. Unternehmen, die NE.R.O. AI für ihre Online-Kampagnen verwenden, erzielen nachweislich höhere Klickraten, Reichweiten und eine bessere Onsite-Performance.

Über mediascale

mediascale (www.mediascale.de) ist die führende Agentur für integrierte, datengestützte Marken- und Vertriebskommunikation, online wie offline. Sie wurde 2002 gegründet und ist Teil der Mediaplus Gruppe (Serviceplan) im Haus der Kommunikation in München. Sie betreibt Standorte in Köln, Wien und Brüssel. 2019 betreute sie ein Billingvolumen für ihre Kunden in Höhe von rund 193 Mio. Euro. Mit NE.R.O. betreibt mediascale seit 2007 außerdem eine der leistungsstärksten Data-Management-Plattformen im deutschen Markt. Mit NE.RO AI, ein Produkt der NE.R.O.-Plattform, bietet die Agentur außerdem eine Lösung für Targeting ohne Cookies. mediascale beschäftigt 42 Mitarbeiter und arbeitet für Kunden wie z.B. ADAC, Condor, DA direkt, Dermasence, Develey, Eurojackpot, ING, KiK Textilien, Lotto Bayern, Tirol-Werbung und Schwäbisch Hall. Die Geschäfte der mediascale führen Martina Staudinger, Wolfgang Bscheid und Julian Simons.

Kontakt mediascale

Julian Simons
mediascale GmbH & Co KG
T: +49 89 2050-2125
M: j.simons@mediascale.de

Kontakt Presse

Christian Faltin
cocodibu GmbH
T: +49 89 46 133 46 11
M: c.faltin@cocodibu.de