



**OS** data  
solutions

# OS Data Solutions

2023



# Premiumdaten aus erster Hand

- ✔ **Premium-Datenanbieter** für digitales Marketing in Deutschland
- ✔ Daten von einzigartiger **Qualität** und **Reichweite** zur Steigerung der Wirkung und des Erlebnisses digitaler Werbung
- ✔ Einer der größten deutschen **Datenpools**
- ✔ Reichweitenstarke Datenprodukte sowie Premium-Targeting-Segmente für Multichannelkampagnen über **Display, In-App, Video und (Digital) Out of Home**



# Was uns auszeichnet

## Technology

- ▲ **Entwicklung von neuesten Targeting-technologien:** Realtime Targeting, Contextual Targeting mit Classifier nach BVDW-Standard & Alternative ID Lösungen
- ▲ **Multichannel Nutzung:** Display/MEW, In-App & DOOH/PPV
- ▲ **Technologieagnostisch:** Verfügbar auf allen gängigen DSPs, SSPs & dem Ströer Portfolio

## Expertise

- ✔ **Langjähriges Know How:** Experten mit langjähriger Erfahrung im Targeting Business
- ✔ **Audience Discovery:** Segment-Plattform mit diversen Such- und Filterfunktionen
- ✔ **Kundenfokus:** Flexibel in Bezug auf Kunden-Anforderungen und Kundensupport mit Rückmeldung innerhalb von 24h garantiert

## Data

- ▶ **1st Party Data:** Premium Daten der Ströer Gruppe mit Erreichung von über 50 Mio. UU
- ▶ **Starke Datenpartnerschaften:** XING, mobile.de & Payback Online Panel
- ▶ **Hohe Datengüte:** Maximale Trefferrate auf Basis von >23 Mio. XING Nutzern
- ▶ **Maximale Datenreichweite:** Einer der größten deutschen Datenpools
- ▶ **Maximale Datenvielfalt:** Über 1.500 Segmente aus den Kategorien Demographie, Interesse & Intent
- ▶ **Customized:** Custom Audiences auf Anfrage möglich

# Was uns als Datenpartner hervorhebt

## Unsere USPs

**Aktuellste 1st Party Daten der Ströer Gruppe von >50 Mio. UU**

**Exklusive soziodemographische Informationen auf Basis von >23 Mio. XING Nutzern**

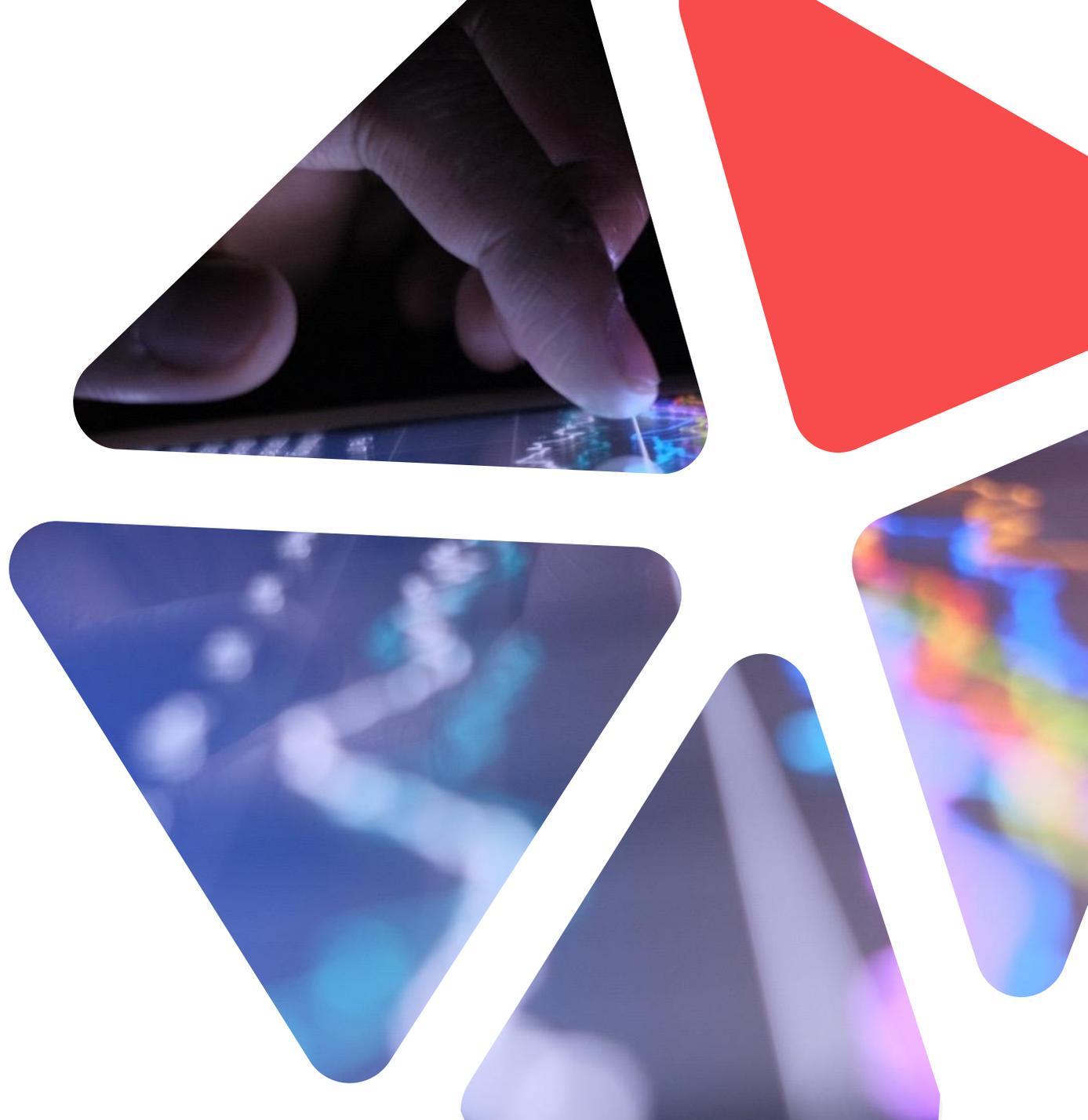
**Größte Datenvielfalt mit über 1.500 Zielgruppen-Segmenten**

**Eigener Contextual Classifier unterstützt als Erster den neuen BVDW-Standard**

**Zukunftssicherer Partner durch Unterstützung alternativer IDs und DCR-Lösungen**



# Datenquellen, Systeme & Segmente



# Unsere Datenquellen

t-online.de

HolidayCheck

APOTHEKEN  
Umschau

G GIGA

TV Movie

familie.de

LECKER

watson

COSMOPOLITAN

babyclub.de

Urlaubsguru

WUNDERWEIB  
wunderbar weiblich.

Men'sHealth

BRAVO

desired

auto  
motor  
sport

kino.de

... über 1.000 weitere Webseiten innerhalb des Ströer-Portfolios.

XING

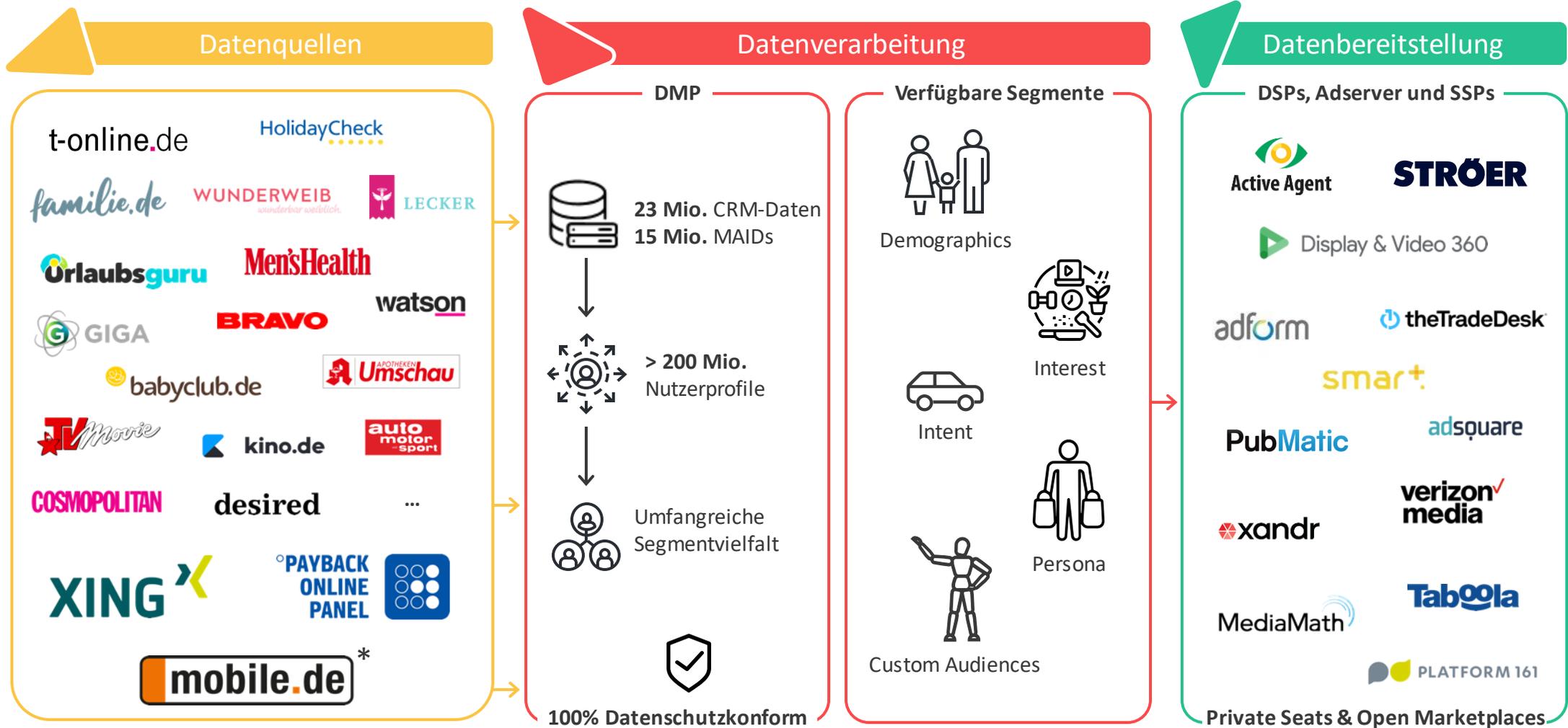
PAYBACK  
ONLINE  
PANEL



mobile.de\*

\* Daten von mobile.de sind exklusiv über Ströer buchbar. Bitte kontaktiere für die Buchung Deinen Ansprechpartner bei Ströer.

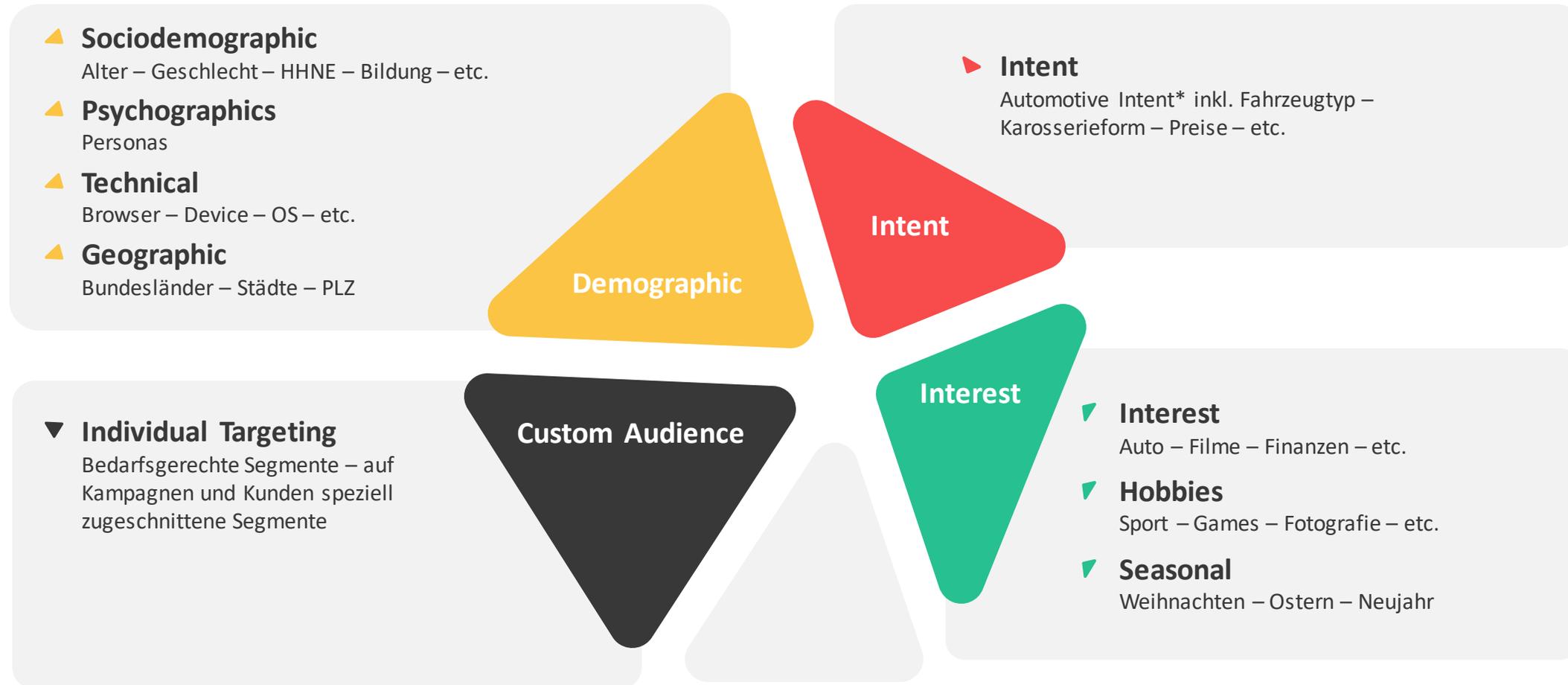
# Datenquellen & Infrastrukturen



\* Daten von mobile.de sind exklusiv über Ströer buchbar. Bitte kontaktiere für die Buchung Deinen Ansprechpartner bei Ströer.

# Targetingüberblick

Auf dieser Basis finden wir Angebote für jeden Kunden.



\* Daten von mobile.de sind exklusiv über Ströer buchbar. Bitte kontaktiere für die Buchung Deinen Ansprechpartner bei Ströer.

# Das Targeting von einigen Bereichen wird explizit nicht unterstützt

## Gesundheitszustand

Ausgenommen davon sind OTC (rezeptfreie)-Produkte, die frei verkäuflich sind, wie bei Erkältungen oder Grippe. Z.B. Wick Medinait, Aspirin, Nasenspray, Grippostad, Voltaren.

**Kein Targeting** möglich von:

- ▶ chronische Erkrankungen
- ▶ Schwangerschaften
- ▶ Diabetes
- ▶ Krebs
- ▶ etc.

## Politische Zwecke

Die Zielgruppenansprache für politische Zwecke wird nicht angeboten. Hierzu zählen beispielsweise Wahlkampagnen und Mikrotargeting.

**Kein Targeting** möglich von:

- ▶ Parteien
- ▶ Wahlkampagnen
- ▶ Mikrotargeting
- ▶ Jugendschutz

## Ethnien

Die zielgruppenbasierte Ansprache von Ethnien ist nicht möglich.  
Die Diskriminierung von Ethnien wird verurteilt.

**Kein Targeting** möglich von:

- ▶ Hautfarbe
- ▶ Religion
- ▶ Herkunft

## Sexuelle Präferenzen

Jegliche Zielgruppenansprache basierend auf sexuellen Präferenzen wird nicht angeboten.

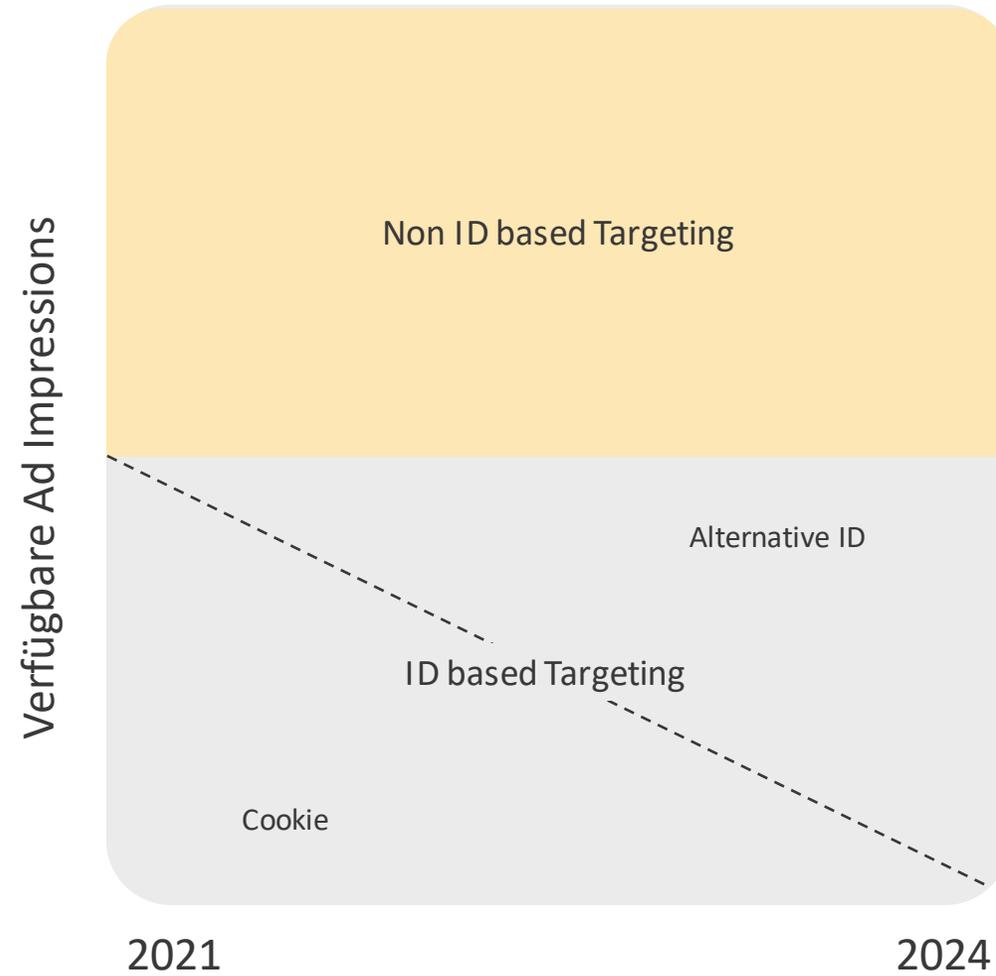
**Kein Targeting** möglich von:

- ▶ Sexueller Orientierung
- ▶ Cross Dressing
- ▶ Sadomachismus

# Post Cookie Fakten



# Auch in Zukunft Targeting auf 100% der Reichweite



# Die Vorbereitungen auf eine Online-Welt ohne 3PC gehen voran

Bereits heute bieten alternative Technologien einen Vorteil



	Inhalt	Status
<b>ID-loses Targeting</b>	▲ Contextual Targeting und Realtime Targeting	▲ Entwickelt
<b>Login IDs</b>	▲ Login basierte Verknüpfung von IDs	▲ In Tests (netID)
<b>Probabilistische IDs</b>	▲ Probabilistische Verknüpfung von IDs aus Basis von User-Daten	▲ Entwickelt (ID5)
<b>1st Party Cookie ID</b>	▲ Nutzer werden mithilfe eines domain-spezifischen 1st Party Cookies markiert	▲ In Tests (SharedID)
<b>Google Privacy Sandbox</b>	▲ Abbildung von 3PC-Funktionalitäten unter Einhaltung der Persönlichkeitsrechte der User	▲ In stetiger Analyse
<b>Data Cleanrooms</b>	▲ Datenpools zur Vereinfachung von datenschutzkonformen Overlap-Analysen	▲ In der Evaluation

# Realtime Targeting

- ▲ Basiert auf einer **großen Menge an Hardfacts**, z.B. CRM-Daten von XING und Informationen des Payback Online Pannels
- ▲ Nutzung **vorliegender Informationen von bekannten Usern zur Erstellung einer Prediction** für bisher unbekannte User
  - ▲ u.a. Webseite, Browser, Zeit, Ort und Device
- ▲ Soziodemographien (Alter und Geschlecht) werden in zwei Optimierungsstufen zur Erfüllung des jeweiligen Kampagnenziels (Trefferquote vs. Reichweite) angeboten.



# Welche Vorteile ergeben sich durch Contextual Targeting?

- ▲ **Hoher Qualitätsstandard** durch Crawling des gesamten Seiteninhalts
- ▲ Wird **nativ wahrgenommen**, weil die Werbung passend zum Thema der Webseite ist
- ▲ **Verringerung der Streuverluste** und **erhöhte Werbewirkung**
- ▲ **Granularer** als Umfeldbuchungen
- ▲ **Sichere Nutzung von Targeting** auch bei weiterem Cookieless durch Ausspielung ohne ID
- ▲ **Ad Safety** wird durch sogenanntes ‚Sensitive Topic‘ nach IAB-Standard ermöglicht
- ▲ **Brand Suitability** durch customisierte Negativlisten von Kunden möglich
- ▲ Contextual Targeting nach **BVDW Standard**

Contextual Targeting mit erweitertem Ströer-Portfolio buchbar auf der Sell-Side über Ströer sowie auf der Buy-Side in Active Agent und Xandr verfügbar.

# Warum unser Contextual Targeting zum Einsatz kommen sollte

- ▲ Hohe **technische Qualität der Service-Bereitstellung und Entwicklung** durch Zusammenarbeit mit der Data Science der Otto Group.
- ▲ Entwickelt für den Deutschen Markt und basierend auf einer **umfangreichen Datenbasis** aus allen Seiten des Ströer-Portfolios, der AdAlliance und von MediaImpact sowie den Top-Websites im Deutschen Markt.
- ▲ Der Crawler berücksichtigt den **gesamten relevanten Seiteninhalt** (nicht nur Metatag-Informationen oder URL) und schließt dabei irrelevanten Input aus.
- ▲ Der OS DS Algorithmus verschlagwortet nicht nur bestimmte Keywords, sondern berechnet einen **inhaltlichen bzw. semantischen Zusammenhang**.
- ▲ Marktkonforme Formulierung der **IAB-Standard-Kategorien**
- ▲ Einhaltung des aktuellen **BVDW-Standards**
- ▲ **Regelmäßige Qualitätsupdates**, um nur hinreichend belegbare Kategorien auszuweisen.

Contextual Targeting mit erweitertem Ströer-Portfolio buchbar auf der Sell-Side über Ströer sowie auf der Buy-Side in Active Agent und Xandr verfügbar.



# Contextual Targeting führt zu höherem Engagement

Eine kontextbasierte Ausspielung steigert die CTR um über 100%



Client



- ▲ **Testing:** A/B Test mit identischem Targeting mit cookiebasiertem vs. kontextuellem Ansatz

Agency



- ▲ **Zielgruppe:** Spitze Zielgruppe mit Affinität zu Charity, Non-Profit, Social Engagement

Publisher



- ▲ **Buchung:** I/O Buchung auf Ströer Inventar über Ströer.Core
- ▲ **Format:** Pre-Roll, 15 Sekunden, Multiscreen (767.000 AI)
- ▲ **Laufzeit:** 08.08. - 04.09.2022

Results



- ▲ **Signifikant höhere CTR\*** (Steigerung um über 100%) zeigt stärkeres Engagement der User – über alle Browser und bei vergleichbar hoher VTR\*\*.
- ▲ Mit **fast 50% ausgespielter AI auf non-Chrome-Usern\*\*\*** birgt Contextual Targeting ein großes Potential für die Ansprache neuer User.
- ▲ Spitze Zielgruppen können über Contextual Targeting bei schnellem Reichweitenaufbau an Grenzen stoßen.

\*CTR: 0,31% Cookiebased vs. 0,65% Contextual

\*\* VTR: 78,7% Cookiebased vs. 76,1% Contextual

\*\*\* Share of Safari/Firefox/Edge: 2% Cookiebased vs. 48% Contextual

# Funktionsweise von probabilistischen IDs (z.B. ID5)

## ▲ Probabilistische Informationen

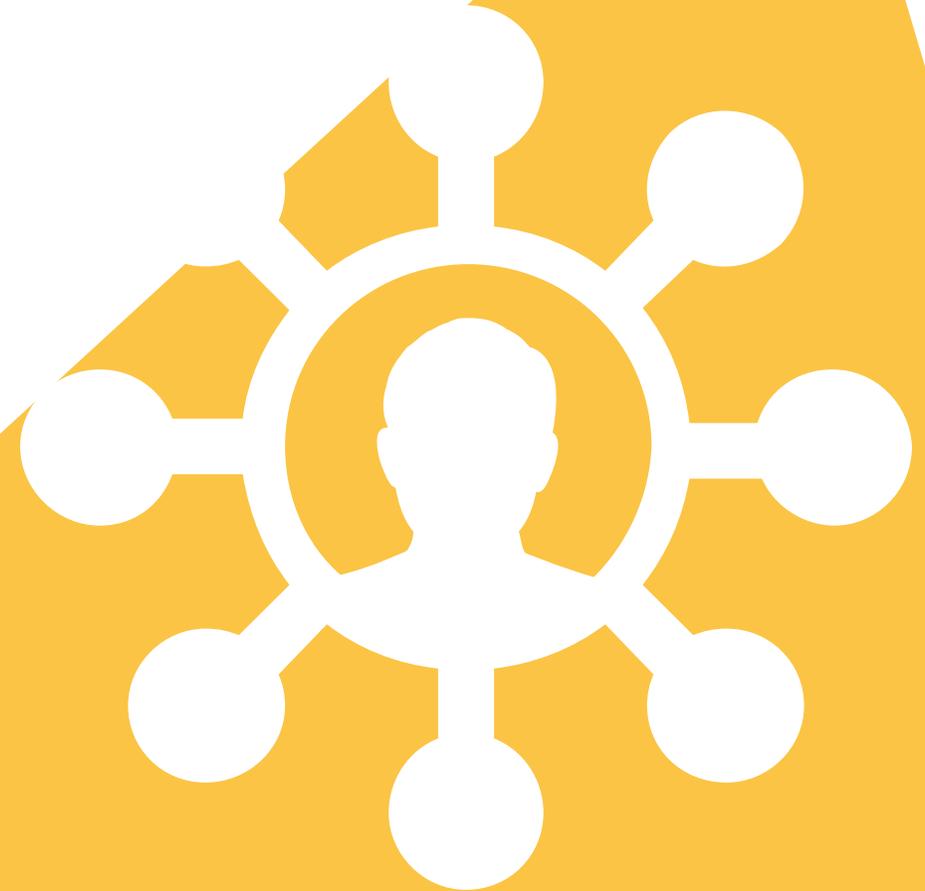
- ▲ Wiedererkennung der Nutzer über indirekte Daten wie IP-Adressen, Zeitstempel, Geo-Daten und ISP-Informationen (z.B. aus dem User Agent)

## Vorteile

- ▲ Sehr Hohe Reichweiten möglich, da kein Login benötigt
- ▲ Auch Nutzer brauchen keinen Login-Prozess

## Nachteile

- ▲ Höhere Fehlerwahrscheinlichkeit bei Predictions
- ▲ Nachhaltigkeit unklar (bspw. durch Verschleierung von Tracking-Informationen, z.B. User Agent)



# Probabilistische IDs: ID5 Testergebnisse

Einsatz von ID5 führt zu Reichweiten-Uplift, Erhöhung der Win Rate und geringerem eCPM

## Setup

- ▲ Werbekampagne von Mediascale in Active Agent
- ▲ Ströer x OS DS x Virtual Minds

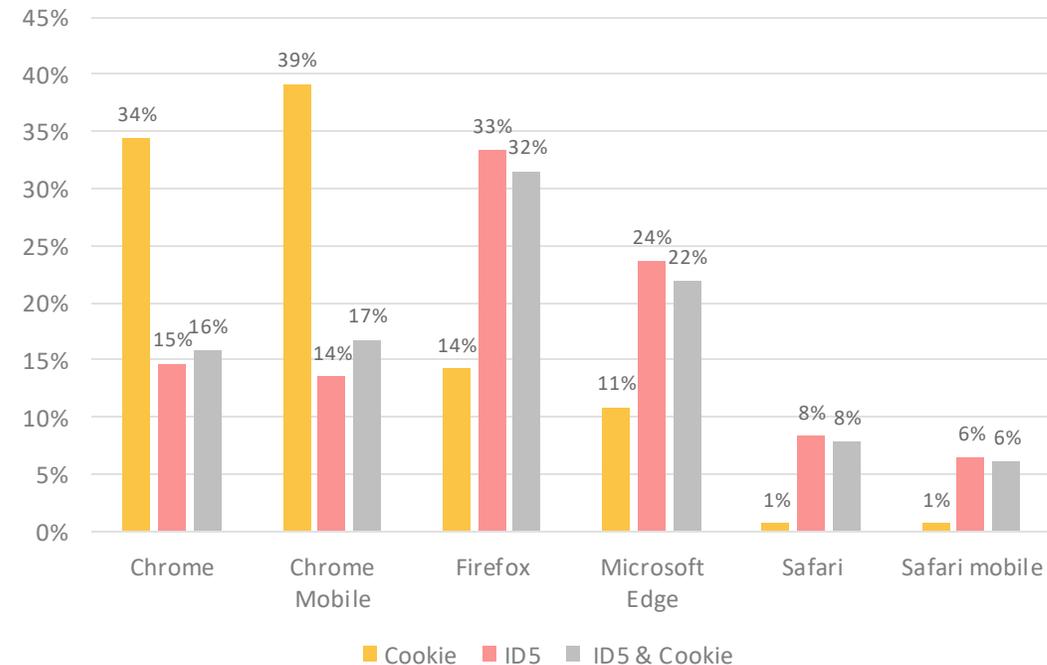
## Zeitraum

- ▲ Februar 2022

## Performance

- ▲ Erhöhung der Win Rate um 5%
- ▲ Geringerer eCPM von 10% bei ID5 Kampagne
- ▲ Reichweiten-Uplift von 78%

Browserverteilung für Ströer RON\*



\* ø 90k Impressions je Kampagne

Quelle: <https://osdatasolutions.de/2022/05/09/case-study-os-ds-stroerer-und-virtual-minds-testen-id5-gemeinsam-mit-mediascale/>



# OS Data Solutions

Alter Wandrahm 15 | 20457 Hamburg  
CEOs: Tobias Emmer, Dr. Ralf Kiene  
Web: [osdatasolutions.de](http://osdatasolutions.de)  
Contact: [support@osdatasolutions.de](mailto:support@osdatasolutions.de)

