

PRESSEMITTEILUNG

Echtzeit-TV-Zielgruppensdaten für programmatische Werbekampagnen All Eyes on Screens und Adsquare schließen strategische Partnerschaft

Karlsruhe/ Berlin, 16. September 2024 – [All Eyes On Screens \(AEOS\)](#), Data Provider und Lösungsspezialist für die Echtzeit-Messung und KI-basierte Planung und Optimierung von Bewegtbildwerbung, und [Adsquare](#), globaler Location-Intelligence-Anbieter, haben eine strategische Partnerschaft vereinbart. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit steht die Erweiterung der Adsquare Lösung um AEOS Echtzeit-TV-Zielgruppensdaten, die Werbetreibenden und Agenturen noch effektivere und effizientere Echtzeit-Kampagnenaussteuerungen ermöglichen. Die Partnerschaft erstreckt sich zunächst auf den deutschen Markt, soll künftig aber auch auf andere Länder ausgeweitet werden.

AEOS verfügt über ein breites Spektrum an impactstarken Daten zur Planung und Optimierung von Bewegtbildkampagnen auf dem Big Screen sowie zur automatisierten leistungs- und wirkungsergänzenden Steuerung von Digital- und/ oder DOOH-Kampagnen. Die Bandbreite der derzeit über 30 Standard-Zielgruppensegmente, die hinsichtlich Mediennutzung, Interessen/ Affinitäten und Soziodemografien modelliert werden, reicht von bspw. „TV Unicorns“ (Zuschauer:innen, die weniger als drei Stunden pro Monat fernsehen) und „Frühseher:innen“ (6 bis 9 Uhr morgens) über „Sportinteressierte“ und „Kunstliebhabende“ bis zu „Erwachsene 14 bis 39 Jahre“ und „Familien mit Kindern“. Sämtliche Zielgruppen sind geolokalisierbar (auf PLZ-Ebene) und ermöglichen damit granulare Kampagnenaussteuerungen auf Lokal- bzw. Regionalebene.

Grundlage dafür sind von AEOS erhobene Videodaten zu Werbeblöcken und Werbeumfeldern aus den vergangenen drei Jahren, die datenschutzkonform mit Echtzeit-TV-Nutzungsdaten des AEOS Partners Vodafone aus über einer Million TV-Haushalten in Deutschland gematcht werden – in Summe 100 Millionen Datenpunkte pro Tag, die für vielfältige Planungsoptionen genutzt werden können.

Mit der Einbindung der AEOS Daten in die Adsquare Audience-Management-Plattform stehen die Daten künftig über mehr als 20 marktführende Programmatic-Partnersysteme (DSPs, DMPs und SSPs) in Deutschland zur Aktivierung zur Verfügung. Werbetreibende und Agenturen können damit Zielgruppen noch profunder analysieren und schärfen, ihre



Kampagnenplanung und -steuerung präziser gestalten und ihre Werbeflights in Echtzeit optimieren.

Maria Botelho, VP Global Partnerships, Adsquare, erklärt: „Wir freuen uns, mit All Eyes On Screens zusammenzuarbeiten und unsere proprietären Pre-Bid-Integrationen mit führenden DSPs zu nutzen, um die Leistungsfähigkeit von TV-Zuschauerdaten in den Programmatic-Bereich zu bringen. Da digitales TV sein schnelles Wachstum fortsetzt, ermöglicht diese Zusammenarbeit eine präzise Aktivierung und Planung, indem die Zuschauerdaten von AEOS mit Erkenntnissen auf Postleitzahlen-Ebene verknüpft werden. Diese Partnerschaft unterstreicht unser Engagement, Innovation und Effektivität in der digitalen Werbung voranzutreiben.“

Und **Ralf Hammerath, CGO AEOS**, ergänzt: “Die Partnerschaft mit Adsquare ist ein hervorragender Fit und ein echter Win-Win. Sie trägt der Entwicklung Rechnung, dass klassische Medien, insbesondere TV, sich verstärkt digitalen Entscheidungslogiken und Kampagnenmechaniken öffnen müssen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Unsere Zusammenarbeit bietet dem Werbemarkt leistungsstarke innovative Kampagnenmöglichkeiten: Programmatische Kampagnen können auf Basis hochwertiger Echtzeit-TV-Planungsdaten umgesetzt werden und erhalten dadurch eine maßgebliche Leistungs- und Wirkungsverstärkung. Das untermauert unseren Anspruch, Bewegtbildwerbung auf die nächste Entwicklungsstufe zu heben.“

Über Adsquare

Adsquare ist ein preisgekrönter Location-Intelligence-Anbieter, der Agenturen und Werbetreibende wie auch Publisher mit Geodatenwissenschaft befähigt, Omnichannel-Kampagnen zu verbessern. Das Unternehmen bietet fortschrittliche Analysen, präzise Aktivierung, Messung in Echtzeit und transparente Attributionslösungen, und das alles unter Einhaltung höchster Datenschutzstandards.

Über 1.800 Einzelhändler, Mediaagenturen, Werbetreibende und Out-of-Home-Anbieter in 26 Ländern vertrauen auf Adsquare, dessen Lösung in alle marktführenden DSPs, DMPs und SSPs integriert, um die Aktivierung von standortbezogenen Kampagnen zu ermöglichen, wo immer Kunden Media buchen.

Adsquare hat seinen Hauptsitz in Berlin und ist in Nord- und Südamerika, Europa und im asiatisch-pazifischen Raum tätig.

Weitere Informationen unter www.adsquare.com und auf [LinkedIn](#).

Über All Eyes On Screens (AEOS)

All Eyes on Screens (AEOS) ist der europäische Data Provider und Lösungsspezialist für die Echtzeit-Messung und KI-basierte Planung und Optimierung von Bewegtbildwerbung. 2012 unter dem Namen AdScanner in Kroatien gestartet, ist AEOS inzwischen in fünf europäischen Ländern aktiv – neben Kroatien in Österreich, Bulgarien, Deutschland und seit Mai 2024 auch in der Schweiz. Das Unternehmen bietet hochwertige und



granulare Insights in die tatsächliche Leistung von TV-Werbung, insbesondere die Reichweite von Werbespots, auf Basis des realen TV-Nutzungsverhaltens. Die Daten ermöglichen vielfältige Analyseoptionen für die Mediaplanung. Mit dem TV-Planungstool Apollo stellt AEOS eine innovative Lösung bereit, die KI-gestützt Werbespotreichweiten prognostiziert und auf Basis der zu erwartenden Reichweiten einen ROI-optimierten Kampagnenplan erstellt.

Mehr Informationen unter: <https://www.alleyesonscreens.com/>

PRESSEKONTAKT

Presseinformationen sowie
honorarfreies Bildmaterial erhalten
Medienvertreter bei:

< elias communications >
Nadja Elias
Schulstraße 31
D – 80634 München
Tel.: +49 (0)89 15890306
E-Mail: pr@alleyesonscreens.com