



**OVERVIEW**

**DATA & ANALYTICS**

iq digital

# IQ DIGITAL DATA & ANALYTICS

Unsere Daten-Expertise ermöglicht eine präzise, datenbasierte Zielgruppenansprache. Durch die intelligente Vernetzung aller Datenpunkte im iq Portfolio bieten wir höchste Datenqualität und innovative Werbemöglichkeiten – für maximale Performance und Werberelevanz.

Qualitative Umfeldler - Erstklassige Nutzer:innen - Hochwertige Zielgruppen - Tiefergehende Erkenntnisse

Frankfurter Allgemeine

Handelsblatt

DER SPIEGEL

Süddeutsche Zeitung  
süddeutsche Zeitung Maga.

ZEIT ONLINE  
ZEIT MAGAZIN

TAGESSPIEGEL

## NEWS & MAGAZINE



## WIRTSCHAFT & FINANZEN



## B2B-FACHMEDIEN



## FORSCHUNG

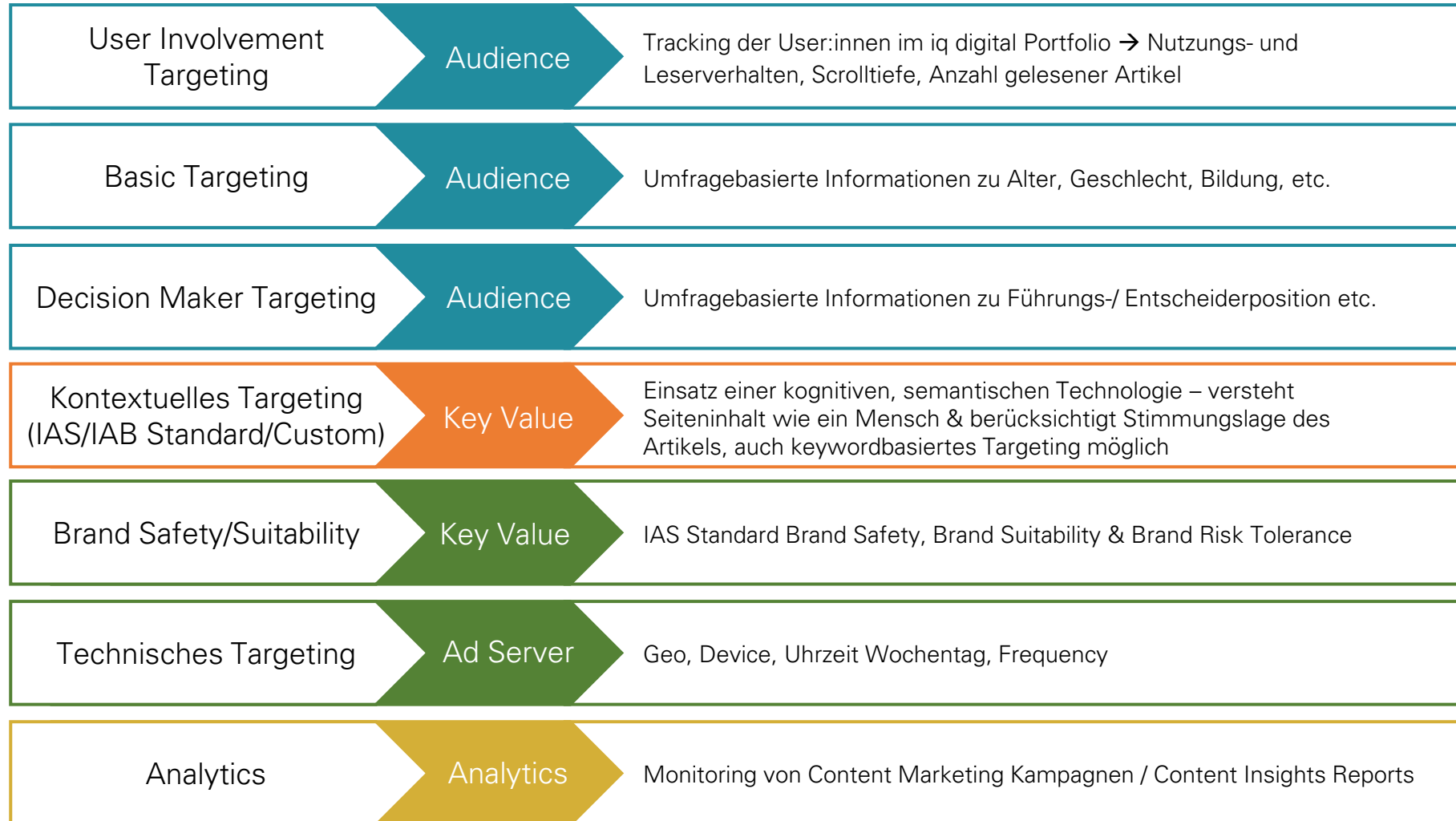


## SPECIAL INTEREST



# TARGETING & ANALYTICS IM ÜBERBLICK

Vielfältige - Optionen für jede Anforderung





MODERN TECHSTACK

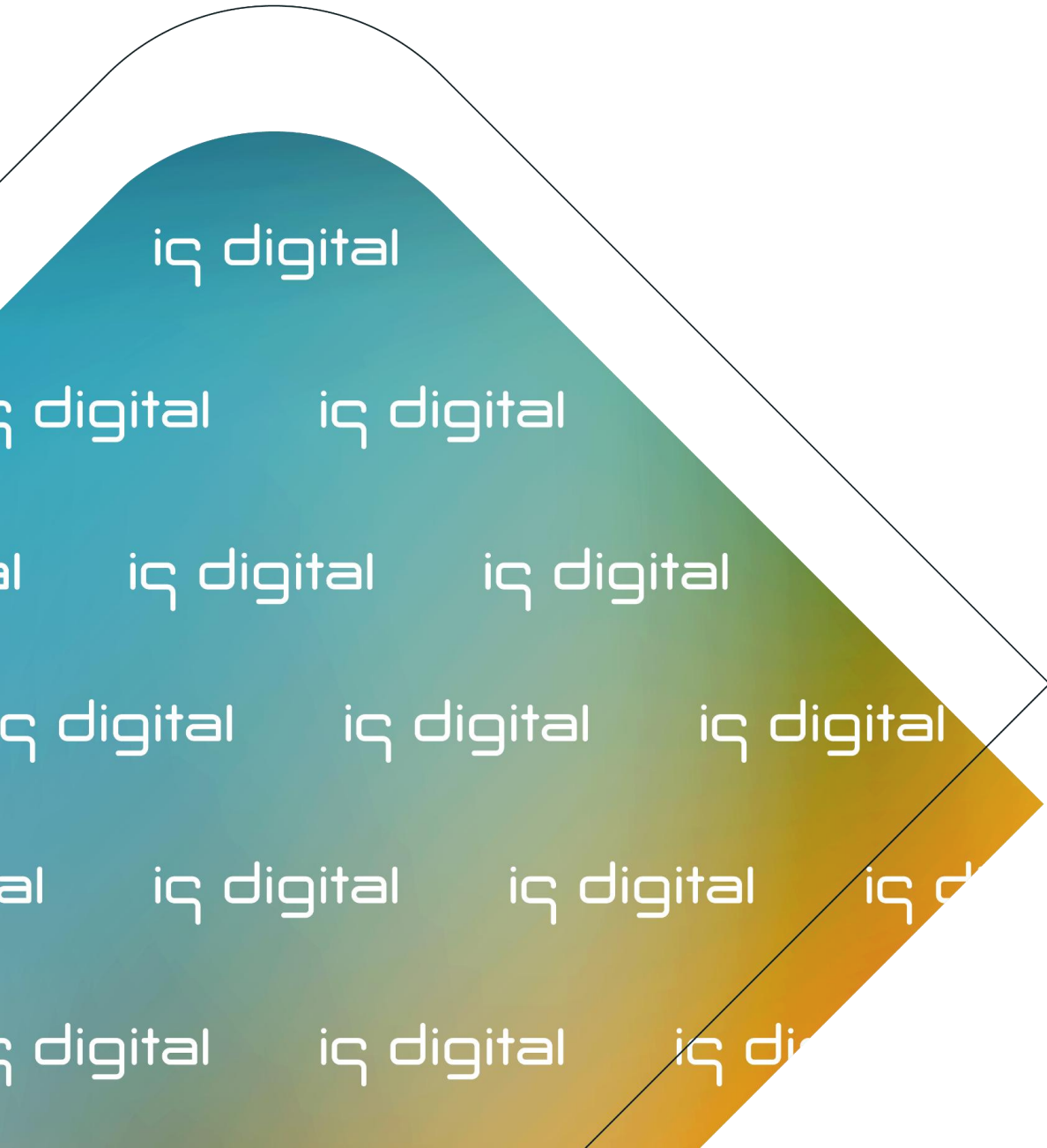
AUDIENCES

CONTEXTUAL TARGETING

DATA EXCHANGE

ANALYTICS & INSIGHTS

BEST CASES



# MODERN TECHSTACK

„The Future is now“

# WIR MACHEN INVENTAR & AUDIENCES ADRESSIERBAR

iq digital steht für zukunftsorientierte Lösungen mit echtem Mehrwert für Advertiser

Relevante Reichweiten zurückgewinnen.  
Reichweiten, die mit 3rd Party Cookies nicht erreichbar sind!

iq digital bietet alle Möglichkeiten zur  
Steigerung ihrer Kampagneneffizienz.



# INNOVATIVE DATENGENERIERUNG & TARGETING-OPTIONEN

Aus dem gesamten Portfolio gewinnen wir umfangreiche, aktuelle und hochwertige Daten – und generieren daraus aktivierbare Targetingsegmente. First Party, ID based, contextual.

## 1 Mrd.

### Nutzerinteraktionen pro Monat

- Inhaltliche Nutzung aller Artikel wird 1st Party getrackt & analysiert  
→ Basis für Ableitung unserer Audiences



Adobe Real Time CDP  
Adobe Analytics

## 3

### ID Industry - Lösungen

- Höhere Reichweite & bessere Adressierbarkeit durch Technologien - unabhängig von von 3rd Party Cookies



## 500

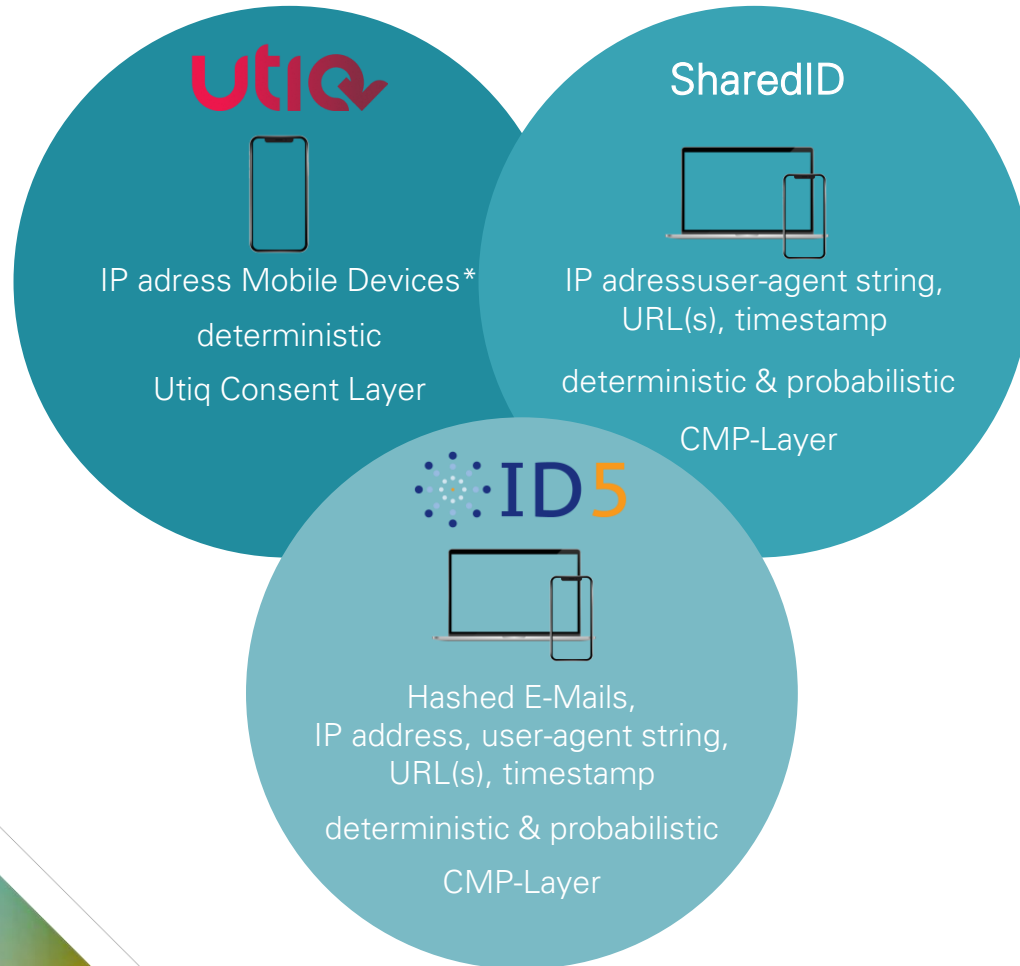
### Contextual Targeting-Optionen

- kognitiven, semantischen Technologie
- keywordbasiert
- Brand Safety/Suitability

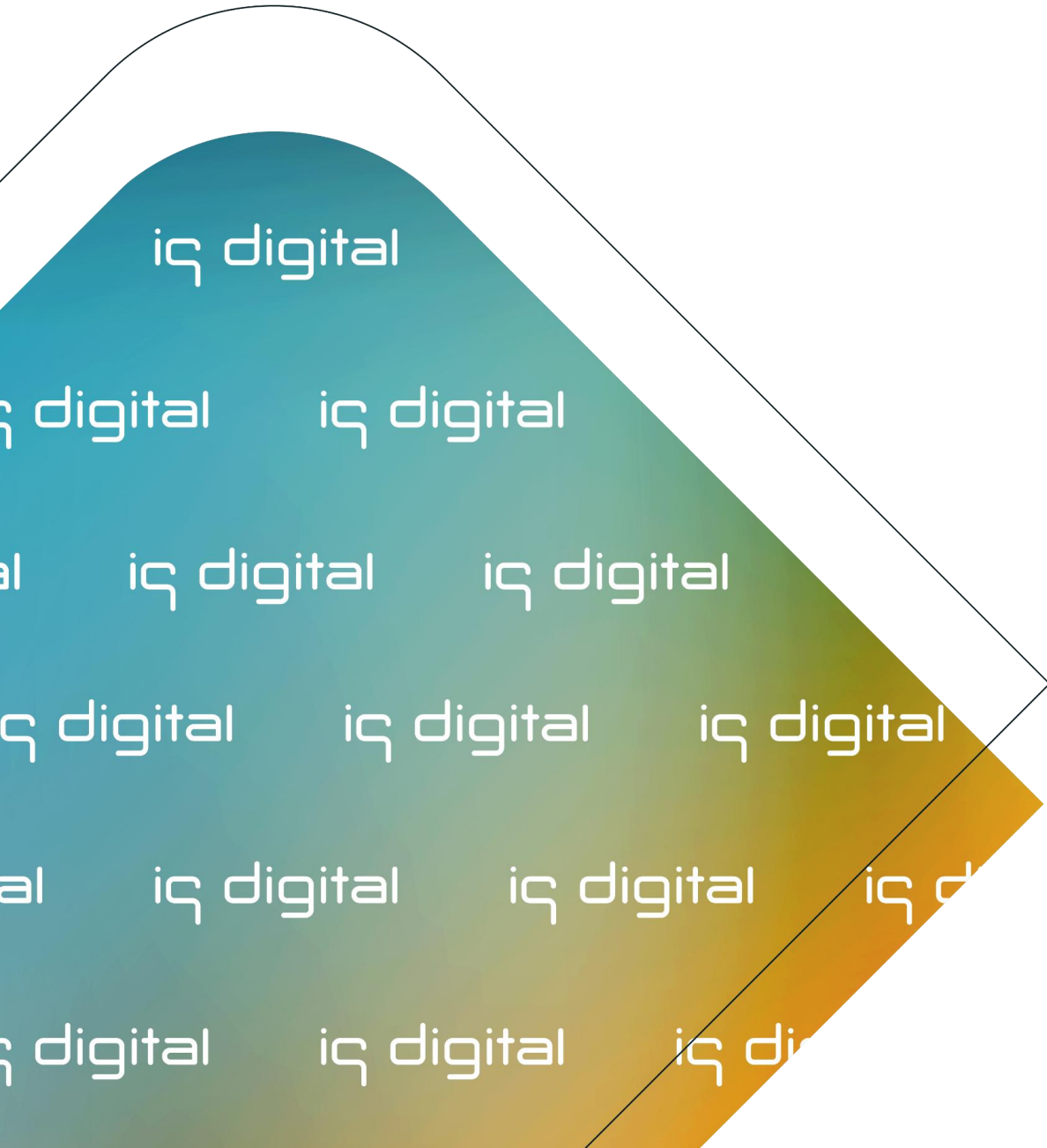


# SINNVOLLE KOMBINATION UNTERSCHIEDLICHER IDENTIFIER

Bereits heute können Identifier-Lösungen die verlorene adressierbare Reichweite von Safari, Firefox und Edge wiedergewinnen.



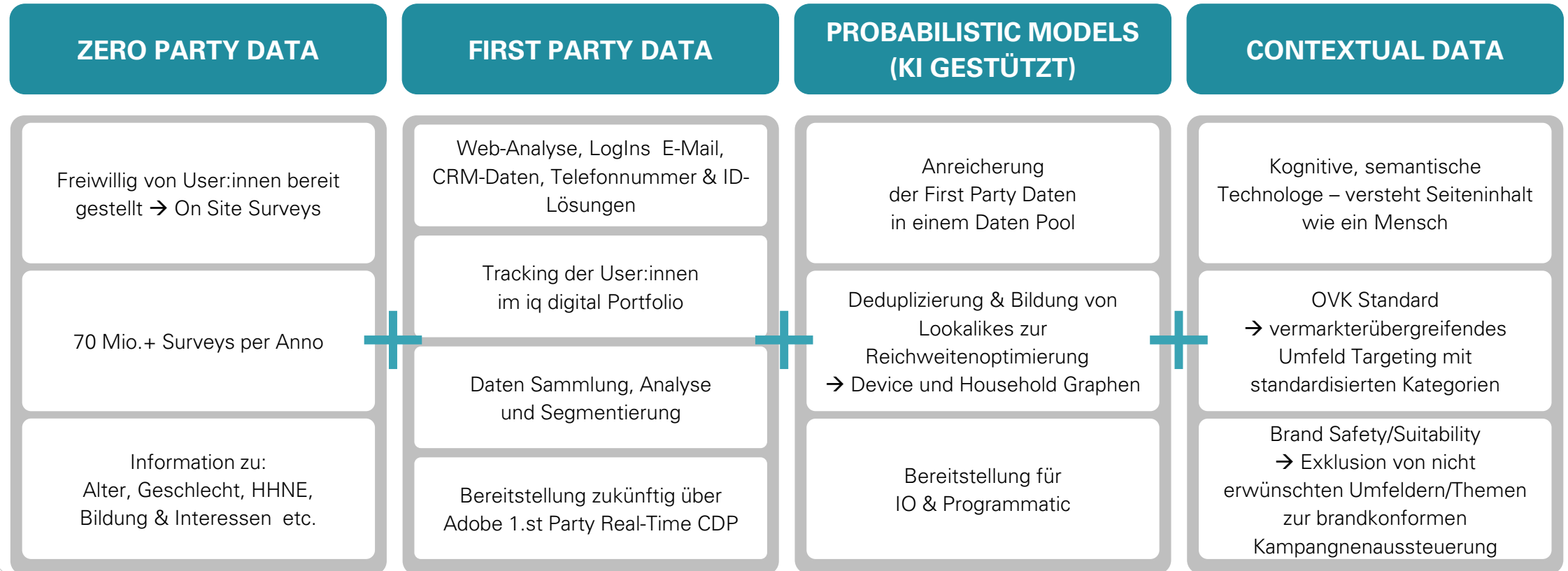
- Uplift der adressierbaren Reichweite Desktop und Mobile
- Portfolioübergreifendes Targeting
- Optimierung der Targeting-Qualität und Wiedererkennung von Nutzern auch in Chrome
- Uplift der Kampagnen Performance
- Inkrementelle Reichweite durch Nutzung unterschiedlicher Identifier (E-Mail/IP & deterministic /probabilistic)
- Optimierung FC (Device/Browser/Domain)



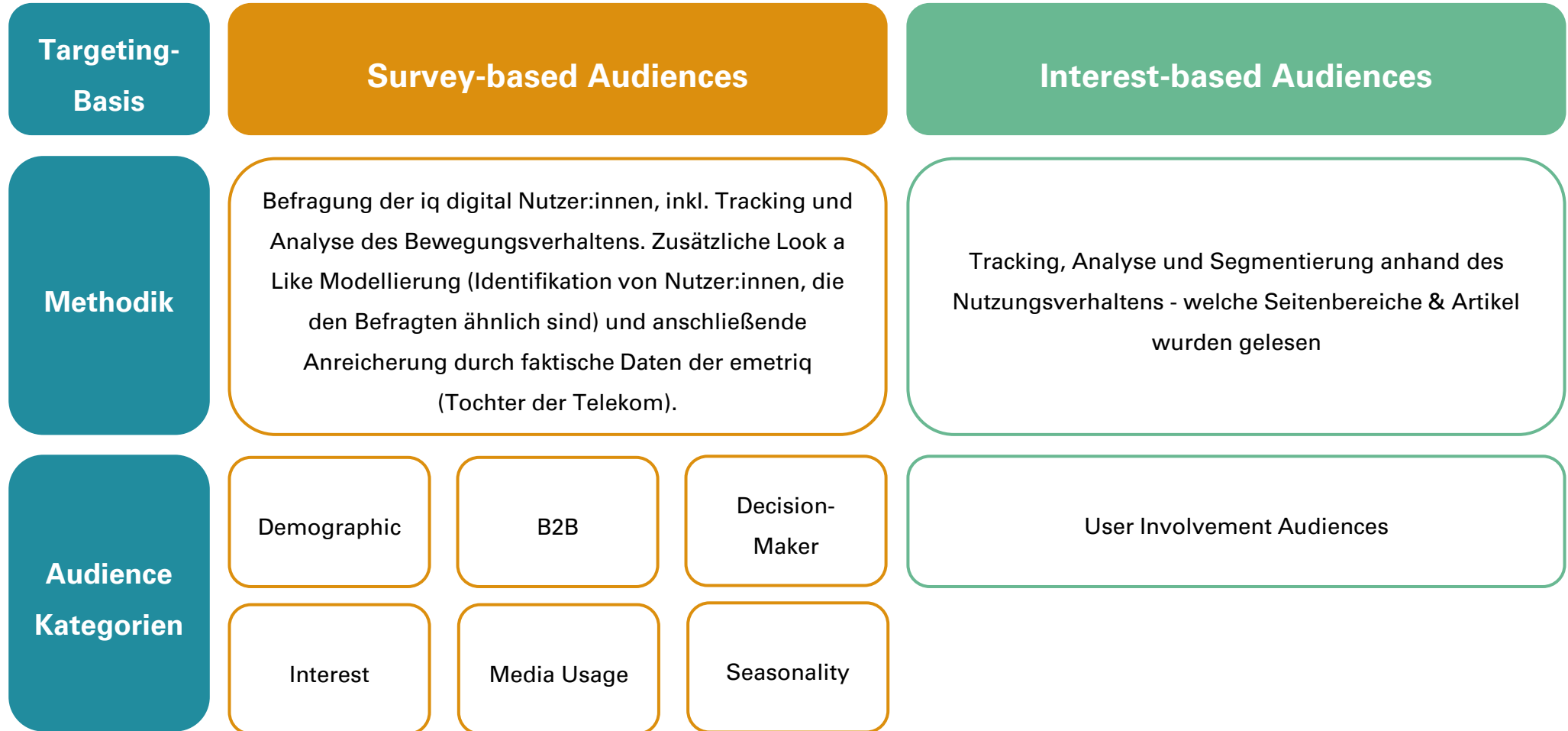
# AUDIENCES

# 360° DATA QUALITY | ZERO & FIRST PARTY DATEN

Vernetzte Datenstrategien für zielgenaues digitales Marketing



# METHODIK & AUDIENCES IM ÜBERBLICK

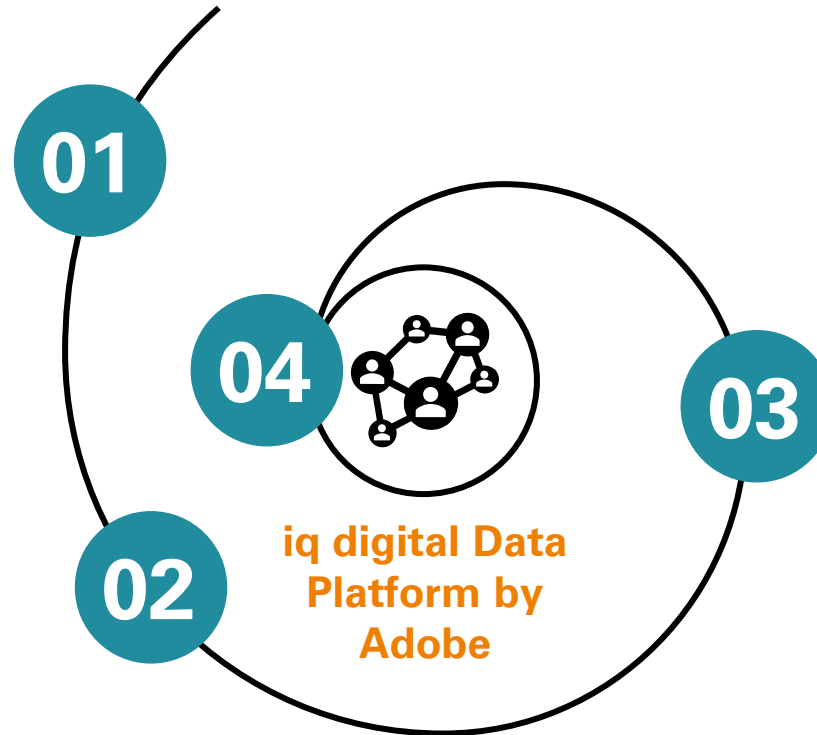


# METHODIK | BASIC AUDIENCES

**Befragung** der iq digital Nutzer:innen.  
Über 70 Mio. Befragungseinladungen pro Jahr.

**Tracking & Analyse** des  
Bewegungsverhaltens der Befragten  
(Emetriq Skript)

Welche Inhalte lesen die Nutzer:innen  
basierend auf dem Verhalten innerhalb des  
iq digital Portfolios?

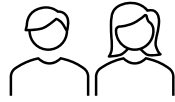


**Modellierung** von Audiences mit  
Unterstützung von Machine Learning  
durch unseren Partner emetriq.  
Identifikation von Nutzer:innen, die  
den Befragten ähnlich sind.

**Anreicherung** durch faktische Daten  
der emetriq (Tochter der Telekom).

# DEMOGRAPHIC AUDIENCES

Audiences nach Alter, Geschlecht oder Haushaltsnettoeinkommen u.v.m.



**Geschlecht**



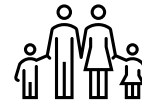
**Alter**



**Ausbildung**



**Einkommen**



**Familienstand**



**Haushaltsgröße**

... und viele weitere Audiences.



Nutzen Sie unseren [Segmentfinder](#), um die ideale Zielgruppe zu finden – oder schreiben Sie uns für zielgerichtete Empfehlungen: [data@iqdigital.de](mailto:data@iqdigital.de).

# DEMOGRAPHIC AUDIENCES | OVERVIEW

## Geschlecht

- emetriq gender: female
- emetriq gender: male

## Einkommen

- emetriq income: < 500 €
- emetriq income: 500 - 1.500 €
- emetriq income: 1.500 - 2.500 €
- emetriq income: 2.500 - 4.000 €
- emetriq income: 4.000 € +

## Alter

- emetriq age: 16-20
- emetriq age: 18+
- emetriq age: 20-24
- emetriq age: 20-29
- emetriq age: 25-29
- emetriq age: 30-34
- emetriq age: 30-39
- emetriq age: 30-59
- emetriq age: 35-39
- emetriq age: 40-44
- emetriq age: 40-49
- emetriq age: 45-49
- emetriq age: 50-54
- emetriq age: 50-59
- emetriq age: 60+

## Familienstand

- emetriq family and relationships: family
- emetriq family: adults with kids
- emetriq family: grandparents
- emetriq family: mums
- emetriq family: parents
- emetriq family: parents of babies
- emetriq family: parents of children 0-3 years
- emetriq family: parents of children 4-6 years
- emetriq family: parents of children 7-14 years
- emetriq family: relationship / married
- emetriq family: single
- emetriq family: start of school
- emetriq family: with children 0-14 years
- emetriq family: young couples
- emetriq family and relationships: dating
- emetriq family and relationships: wedding interest

## Haushaltsgröße

- emetriq household: 2 persons
- emetriq household: 3 persons
- emetriq household: 4+ persons

## Ausbildung

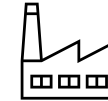
- emetriq education: college & university
- emetriq education: graduation
- emetriq education: semester start
- emetriq education: trainee / apprentice
- emetriq education: without graduation

# B2B AUDIENCES

Audiences nach Branche, Abteilung, Unternehmensumsatz etc.



**Job Status**



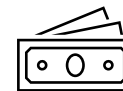
**Branche**



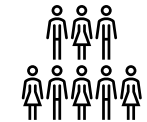
**Abteilung**



**Unternehmensgröße**



**Unternehmensumsatz**



**Mitarbeiterzahl**

... und viele weitere Audiences.



Nutzen Sie unseren [Segmentfinder](#), um die ideale Zielgruppe zu finden – oder schreiben Sie uns für zielgerichtete Empfehlungen: [data@iqdigital.de](mailto:data@iqdigital.de).

# B2B AUDIENCES | OVERVIEW

## Job Status

- emetriq job: employed
- emetriq job: full time employed
- emetriq job: job seeker
- emetriq job: minijob
- emetriq job: official
- emetriq job: self-employed
- emetriq job: unemployed

## Unternehmensgröße

- emq comp: Großunternehmen
- emq comp: Kleine Unternehmen
- emq comp: Kleinstunternehmen
- emq comp: Mittlere Unternehmen

## Unternehmensumsatz

- emq rev: > 250 Mio
- emq rev: 0,25 - 1 Mio
- emq rev: 1 - 10 Mio
- emq rev: 10 - 50 Mio
- emq rev: 50 - 250 Mio

## Mitarbeiterzahl

- emq empl: 1-10
- emq empl: 11-50
- emq empl: 51-250
- emq empl: 251-1000
- emq empl: 1000+

## Branche

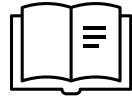
- emq ind: Automobil/Fahrzeugbau/  
Maschinenbau/Industrie
- emq ind: Banken/Finanzen/Versicherung
- emq ind:  
Bauwesen/Architektur/Immobilien
- emq ind:  
Beratung/Dienstleistung/Personal
- emq ind: EDV/IT/Telekommunikation
- emq ind: Handel/eCommerce
- emq ind:  
Industrie/Energie/Umwelt/Recycling
- emq ind:  
Medizin/Pharma/Gesundheit/Soziales
- emq ind: Öfft. Dienst/Medien/Werbung
- emq ind:  
Transport/Logistik/Konsumgüter/Handel

## Abteilung

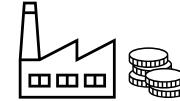
- emq dep: EDV/IT
- emq dep: Finanzen/Controlling/Buchhaltung
- emq dep: Forschung/Lehre/Entwicklung
- emq dep: Marketing/Absatz/Vertrieb
- emq dep:  
Personalwesen/Verwaltung/Organisation
- emq dep:  
Produktion/Logistik/EK/MaWi/Fuhrpark

# INTEREST AUDIENCES

Audiences nach unterschiedlichen Interessensgebieten



**Books & Literature**



**Business & Finance**



**Career**



**Health**



**Style & Fashion**



**Events & Attractions**



**News & Politics**



**Technology & Computing**



**Games**



**Sport**



**Shopping & E-Com**



**Travel**



# INTEREST AUDIENCES | OVERVIEW

## Bücher & Literatur

- emetriq books and literature: general

## Business & Finance

- emetriq business and finance: car insurance
- emetriq business and finance: financial products comparison
- emetriq business and finance: general
- emetriq business and finance: insurances
- emetriq business and finance: life insurance
- emetriq business and finance: mobile payment

## Career

- emetriq careers: changes job
- emetriq careers: development
- emetriq careers: general
- emetriq careers: young professionals

## Events & Attractions

- emetriq events and attractions: art & culture
- emetriq events and attractions: festival and parties

## Food & Drinks

- emetriq food and drinks: coffee capsule machines
- emetriq food and drinks: coffee drinker
- emetriq food and drinks: delivery service users
- emetriq food and drinks: flexitarian
- emetriq food and drinks: gastronomy
- emetriq food and drinks: general
- emetriq food and drinks: meat lovers
- emetriq food and drinks: organic food
- emetriq food and drinks: supermarket delivery service
- emetriq food and drinks: vegetarian & vegan

## Games

- emetriq games: egoshooter
- emetriq games: general

## Healthy Living

- emetriq healthy living: healthy eating
- emetriq healthy living: LOHAS
- emetriq healthy living: meditation and spirituality
- emetriq healthy living: mobile & active
- emetriq healthy living: sustainability

## Hobbies & Interests

- emetriq hobbies and interests: business trip
- emetriq hobbies and interests: DIY
- emetriq hobbies and interests: e-mobility
- emetriq hobbies and interests: environment
- emetriq hobbies and interests: photo
- emetriq hobbies and interest: tech interest
- emetriq hobbies and interests: toys
- emetriq hobbies and interests: water sports
- emetriq hobbies and interests: winter sports

# INTEREST AUDIENCES | OVERVIEW

## Home & Garden

- emetriq home and garden: garden
- emetriq home and garden: home & living
- emetriq home and garden: home improvement DIY
- emetriq home and garden: interior design
- emetriq home and garden: interior products
- emetriq home and garden: planned move
- emetriq home and garden: switching electricity provider
- emetriq home and garden: switching gas provider

## Interest

- emetriq interest: agriculture industry
- emetriq interest: architecture
- emetriq interest: automotive industry
- emetriq interest: climate protection
- emetriq interest: diversity
- emetriq interest: engineering
- emetriq interest: financial industry
- emetriq interest: health care industry
- emetriq interest: health insurance
- emetriq interest: IT industry
- emetriq interest: leadership
- emetriq interest: real estate industry

## Lifestyle

- emetriq lifestyle: animal lover
- emetriq lifestyle: cats general
- emetriq lifestyle: dogs general

## Medical Health

- emetriq medical health: general

## News & Politics

- emetriq news: boulevard
- emetriq news: general
- emetriq news: politics

## Music & Audio

- emetriq music and audio: charts
- emetriq music and audio: classical music
- emetriq music and audio: electro
- emetriq music and audio: general
- emetriq music and audio: hiphop
- emetriq music and audio: indie
- emetriq music and audio: pop
- emetriq music and audio: rock
- emetriq music and audio: schlager music
- emetriq music and audio: world music

# INTEREST AUDIENCES | OVERVIEW

## Real Estate

- emetriq real estate: buy
- emetriq real estate: energy efficient renovation
- emetriq real estate: home loan
- emetriq real estate: housebuilding
- emetriq real estate: move
- emetriq real estate: property sale
- emetriq real estate: rent
- emetriq status: apartment owner
- emetriq status: home owner

## Shopping & E-Commerce

- emetriq shopping: bargain hunter
- emetriq shopping: electronics
- emetriq shopping: online shopping
- emetriq shopping: price comparison

## Style & Fashion

- emetriq style and fashion: beauty
- emetriq style and fashion: general
- emetriq style and fashion: luxury
- emetriq style and fashion: sunglasses
- emetriq style and fashion: sunscreen
- emetriq style and fashion: swimwear
- emetriq style and fashion: trendsetter
- emetriq style and fashion: womens fragrance

## Sport

- emetriq sports: active
- emetriq sports: basketball
- emetriq sports: cycling
- emetriq sports: fitness
- emetriq sports: football
- emetriq sports: football worldcup
- emetriq sports: german football fans
- emetriq sports: golf
- emetriq sports: leisure cycling
- emetriq sports: motorsport
- emetriq sports: news and entertainment
- emetriq sports: nfl football
- emetriq sports: premier league fans
- emetriq sports: sports enthusiast
- emetriq sports: yoga and pilates

- emetriq sports: football supporters 1. fc koeln
- emetriq sports: football supporters 1. fc nuernberg
- emetriq sports: football supporters 1. fsv mainz
- emetriq sports: football supporters bayer 04 leverkusen
- emetriq sports: football supporters borussia dortmund
- emetriq sports: football supporters borussia moenchengladbach
- emetriq sports: football supporters eintracht frankfurt
- emetriq sports: football supporters fc augsburg
- emetriq sports: football supporters fc bayern muenchen
- emetriq sports: football supporters hamburger sv
- emetriq sports: football supporters hannover 96
- emetriq sports: football supporters hertha bsc
- emetriq sports: football supporters rb leipzig
- emetriq sports: football supporters sc freiburg
- emetriq sports: football supporters schalke 04
- emetriq sports: football supporters st.pauli
- emetriq sports: football supporters sv werder bremen
- emetriq sports: football supporters tsg hoffenheim
- emetriq sports: football supporters vfb stuttgart
- emetriq sports: football supporters vfl wolfsburg

# INTEREST AUDIENCES | OVERVIEW

## Travel

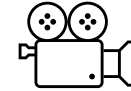
- emetriq travel: active holidays
- emetriq travel: all inclusive
- emetriq travel: asia
- emetriq travel: austria
- emetriq travel: beach holidays
- emetriq travel: christmas travel
- emetriq travel: city trips
- emetriq travel: croatia
- emetriq travel: cruise interest
- emetriq travel: europe
- emetriq travel: family
- emetriq travel: general travel interest
- emetriq travel: high travel interest
- emetriq travel: holiday home bookers
- emetriq travel: individual travel
- emetriq travel: intercontinental travel interest
- emetriq travel: lastminute traveller
- emetriq travel: luxury travel
- emetriq travel: north america
- emetriq travel: rental car
- emetriq travel: south america
- emetriq travel: train traveler

# MEDIA USAGE AUDIENCES

Audiences nach unterschiedlichen Interessensgebieten



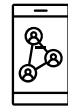
**Elektronik/Devices**



**Entertainment**



**Telekommunikation**



**Social Media**



Nutzen Sie unseren [Segmentfinder](#), um die ideale Zielgruppe zu finden – oder schreiben Sie uns für zielgerichtete Empfehlungen: [data@iqdigital.de](mailto:data@iqdigital.de).

# MEDIA USAGE AUDIENCES | OVERVIEW

## Elektronik

- emetriq electronic: computer
- emetriq electronic: general
- emetriq electronic: hifi & tv
- emetriq electronic: laptop comparison
- emetriq electronic: smart home
- emetriq electronic: smart speaker
- emetriq electronic: smartphone & tablets
- emetriq electronic: tv comparison

## Telekommunikation

- emetriq telecommunication: apple device user
- emetriq telecommunication: huawei device user
- emetriq telecommunication: landline interest
- emetriq telecommunication: mobile device user
- emetriq telecommunication: mobile phone interest
- emetriq telecommunication: samsung device user
- emetriq telecommunication: switching landline dsl
- emetriq telecommunication: switching mobile contract

## Entertainment

- emetriq entertainment: action movie
- emetriq entertainment: adventure movie
- emetriq entertainment: amazon prime watchers
- emetriq entertainment: animation movie
- emetriq entertainment: catch-up tv
- emetriq entertainment: christmas movies
- emetriq entertainment: cinema lovers
- emetriq entertainment: comedy movie
- emetriq entertainment: crime movie
- emetriq entertainment: dc interest
- emetriq entertainment: disney movie
- emetriq entertainment: disney plus watchers
- emetriq entertainment: drama movie
- emetriq entertainment: family movie
- emetriq entertainment: fantasy movie
- emetriq entertainment: general
- emetriq entertainment: heavy internet user
- emetriq entertainment: horror movie
- emetriq entertainment: marvel interest
- emetriq entertainment: movies
- emetriq entertainment: netflix watchers
- emetriq entertainment: pay-tv
- emetriq entertainment: podcast interest
- emetriq entertainment: romance movie
- emetriq entertainment: scifi movie
- emetriq entertainment: sport tv watchers
- emetriq entertainment: streaming
- emetriq entertainment: thriller movie
- emetriq entertainment: tiktok interest
- emetriq entertainment: trash tv
- emetriq entertainment: tv series watchers
- emetriq entertainment: vod & online series watchers
- emetriq entertainment: youtube watchers

## Social Media

- emetriq social media: general user

# SEASONALITY AUDIENCES

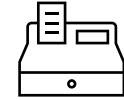
Audiences nach Saisonalität und unterschiedlichen Verkaufsanlässen



**Weihnachten**



**Ostern**



**Spezielle Anlässe**



**Geschenkideen**



Nutzen Sie unseren [Segmentfinder](#), um die ideale Zielgruppe zu finden – oder schreiben Sie uns für zielgerichtete Empfehlungen: [data@iqdigital.de](mailto:data@iqdigital.de).

# SEASONALITY AUDIENCES | OVERVIEW

## Weihnachten

- emetriq special: christmas
- emetriq special: christmas decoration
- emetriq special: christmas gift ideas
- emetriq special: christmas market lovers
- emetriq special: conscious christmas
- emetriq food and drinks: christmas bakery
- emetriq food and drinks: christmas cooking

## Geschenkideen

- emetriq special: gift ideas
- emetriq special: christmas gift ideas
- emetriq interest: gifts for kids
- emetriq interest: gifts for men
- emetriq interest: gifts for women

## Spezielle Verkaufsanlässe

- emetriq interest: mothersday
- emetriq interest: valentines day
- emetriq special: black friday & black week
- emetriq special: cyber monday
- emetriq special: donations
- emetriq special: new years eve
- emetriq interest: spring

## Ostern

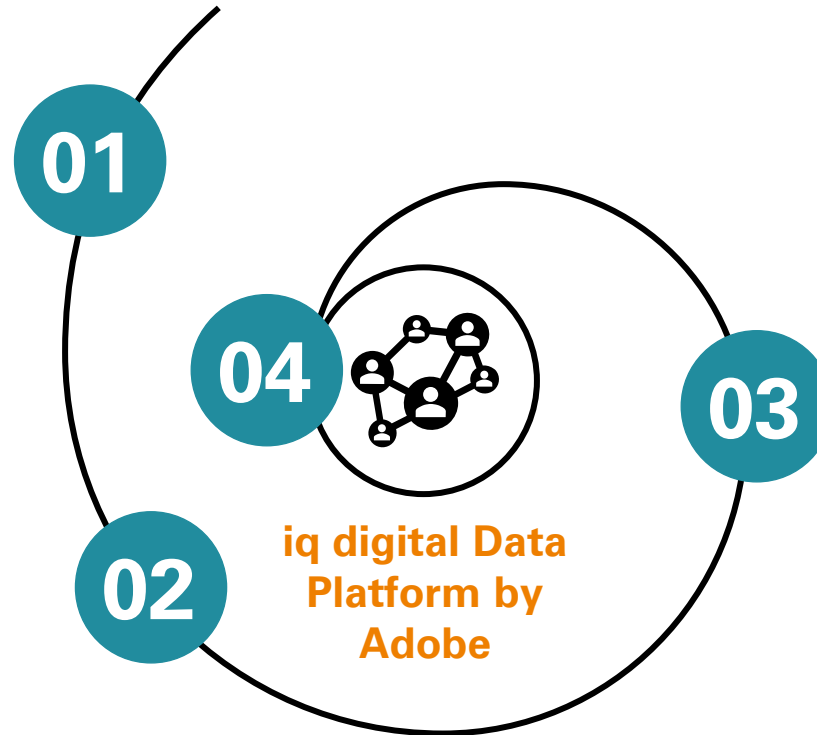
- emetriq interest: easter
- emetriq special: easter diy fans

# METHODIK | DECISION MAKER AUDIENCES

**Befragung** der iq digital Nutzer:innen.  
Über 70 Mio. Befragungseinladungen pro Jahr.

**Tracking & Analyse** des  
Bewegungsverhaltens der Befragten  
(Emetriq Skript)

Welche Inhalte lesen die Nutzer:innen  
basierend auf dem Verhalten innerhalb des  
iq digital Portfolios?



**Modellierung** von Audiences mit  
Unterstützung von Machine Learning  
durch unseren Partner emetriq.  
Identifikation von Nutzer:innen, die  
den Befragten ähnlich sind.

**Anreicherung** durch faktische Daten  
der emetriq (Tochter der Telekom).

# DECISION MAKER AUDIENCES

Entdecken Sie unsere vielseitigen Decision Maker Audiences – und adressieren Sie Ihre Kampagnen direkt an Entscheider:innen, Inhaber:innen und Einkäufer:innen.



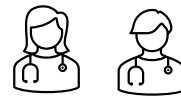
**C-Level Executives**



**Entscheider:innen**



**Selbstständige**



**Ärzte/Apotheker**



**Einkäufer:innen**



**IT-Entscheider:innen**

... und viele weitere Audiences.



Nutzen Sie unseren [Segmentfinder](#), um die ideale Zielgruppe zu finden – oder schreiben Sie uns für zielgerichtete Empfehlungen: [data@iqdigital.de](mailto:data@iqdigital.de).

# DECISION MAKER AUDIENCES | OVERVIEW

## Entscheider allgemein

- emq clust: C-Level Executive
- emq clust: FSLAB Entscheider

➤ Entscheidersegmente können zur spezifischen Ansprache in Themen/Branchen/Abteilung mit jeglichem Segment kombiniert werden

## Entscheider in bestimmten Branchen

- emq clust: IT-Entscheider
- emq dec: Techn. Entscheider
- emq clust: Fuhrparkentscheider
- emq dec: Kaufentscheider

## Relevante Berufe

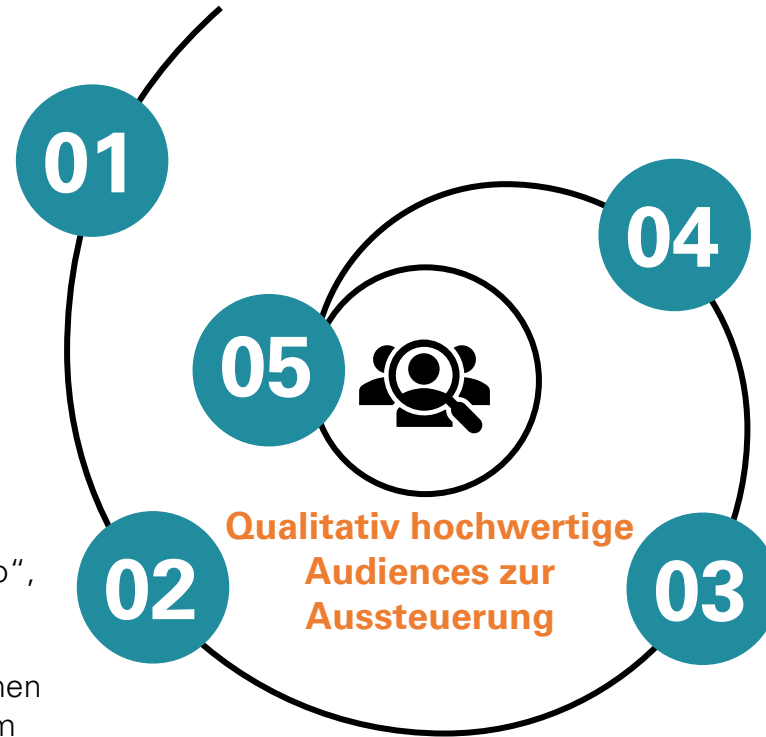
- emq clust: Ingenieure
- emq dec: Einkaufser
- emq dec: Evaluierer
- emetriq custom: Arzt
- emetriq custom: Apotheker

# METHODIK | USER INVOLVEMENT AUDIENCES

**Identifikation von Nutzer:innen**, die sich nachhaltig für ein bestimmtes Themen interessieren, d.h. sie lesen entsprechende Artikel (z.B. zum Thema E-Autos).

Zur **inhaltlichen Klassifizierung** erfolgt eine **Definition relevanter Keywords** (z. B. „E-Auto“, „Elektromobilität“, „E-Mobility“).

Diese Keywords werden mit dem Artikelnamen und den Meta-Informationen abgeglichen, um eine thematische Zuordnung der Artikel sicherzustellen.



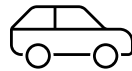
**iq digital Data Platform by Adobe**

**Qualitative Veredlung** anhand von vier Kriterien:

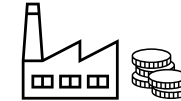
- Verweildauer auf dem Artikel
- Scroll-Tiefe
- Anzahl der gelesenen Artikel
- Aktualität – in welchem Zeitraum sollen die Artikel gelesen worden sein?

# USER INVOLVEMENT AUDIENCES

So unterschiedlich wie unsere Nutzer:innen: Das interessenbasierte User Involvement Targeting bietet für jedes Thema die richtige Audience.



**Automotive**



**Business & Finance**



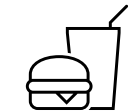
**Education & Careers**



**Health**



**Lifestyle**



**Food & Drinks**



**Sport**



**Technology &  
Computing**



**Travel**

... und viele weitere Audiences.



Nutzen Sie unseren [Segmentfinder](#), um die ideale Zielgruppe zu finden – oder schreiben Sie uns für zielgerichtete Empfehlungen: [data@iqdigital.de](mailto:data@iqdigital.de).

# USER INVOLVMENT AUDIENCES | OVERVIEW

## Academic Interest/Education/Careers

- iqd\_Interest\_Academic Interests
- iqd\_Interest\_Careers
- iqd\_Interest\_Education

## Automotive

- iqd\_Interest\_Automotive
- iqd\_Interest\_Automotive\_Company Cars
- iqd\_Interest\_Automotive\_E-Mobility
- iqd\_Interest\_Automotive\_New- & Used Cars
- iqd\_Interest\_Automotive\_Van

## Books & Literature

- iqd\_Interest\_Books & Literature

## Business & Finance

- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Industrial Fairs
- iqd\_Interest\_Business & Finance
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Economy
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_ETF
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Finance
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Financial Investments
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Industry 4.0
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Insurance
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Krypto
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Law & Taxes
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Logistics & Transportation
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Power & Energy Industry
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Startups
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Sustainability
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Sustainable Investment

- Finance\_Wholesale\_Consumer Goods
- iqd\_Interest\_Business & Finance\_Wholesale\_Investing Advisor
- iqd\_Combined\_Business & Finance\_Institutional Investors
- iqd\_Combined\_Business & Finance\_Insurance Broker

## Family & Relationship

- iqd\_Interest\_Family & Relationship

## Fine Art

- iqd\_Interest\_Fine Art
- iqd\_Interest\_Fine Art\_Photography

## Food & Drinks

- iqd\_Interest\_Food & Drinks

## Health & Medical Services

- iqd\_Interest\_Health & Medical Services
- iqd\_Interest\_Health & Medical Services\_Medical Engineering

## Healthy Living

- iqd\_Interest\_Healthy Living
- iqd\_Interest\_Healthy Living\_Organic & Sustainable Products

## Hobbies & Interests

- iqd\_Interest\_Hobbies & Interests

## Home & Garden

- iqd\_Interest\_Home & Garden

# USER INVOLVMENT AUDIENCES | OVERVIEW

## Lifestyle & Pop Culture

- iqd\_Interest\_Lifestyle & Pop Culture

## Medical Health

- iqd\_Interest\_Medical Health

## Movies

- iqd\_Interest\_Movies

## Musik & Audio

- iqd\_Interest\_Music & Audio

## News & Politik

- iqd\_Interest\_News & Politics

## Haustiere

- iqd\_Interest\_Pets

## Pharma

- iqd\_Interest\_Pharmaceuticals, Conditions & Symptoms

## Real Estate

- iqd\_Interest\_Real Estate

## Shopping & E-Commerce

- iqd\_Interest\_Shopping & E-Commerce

## Sport

- iqd\_Interest\_Sport
- iqd\_Interest\_Sport\_Hiking & Climbing
- iqd\_Interest\_Sport\_Outdoor & Camping

## Technology & Computig

- iqd\_Interest\_Technology & Computing\_5G
- iqd\_Interest\_Technology & Computing\_Artificial Intelligence
- iqd\_Interest\_Technology & Computing\_Digital Infrastructure
- iqd\_Interest\_Technology & Computing\_Digitalization
- iqd\_Interest\_Technology & Computing\_IT- & Cyber- & Data-Security
- iqd\_Interest\_Technology & Computing\_Technical Affinity
- iqd\_Interest\_Technology & Computing\_Technology

## TV

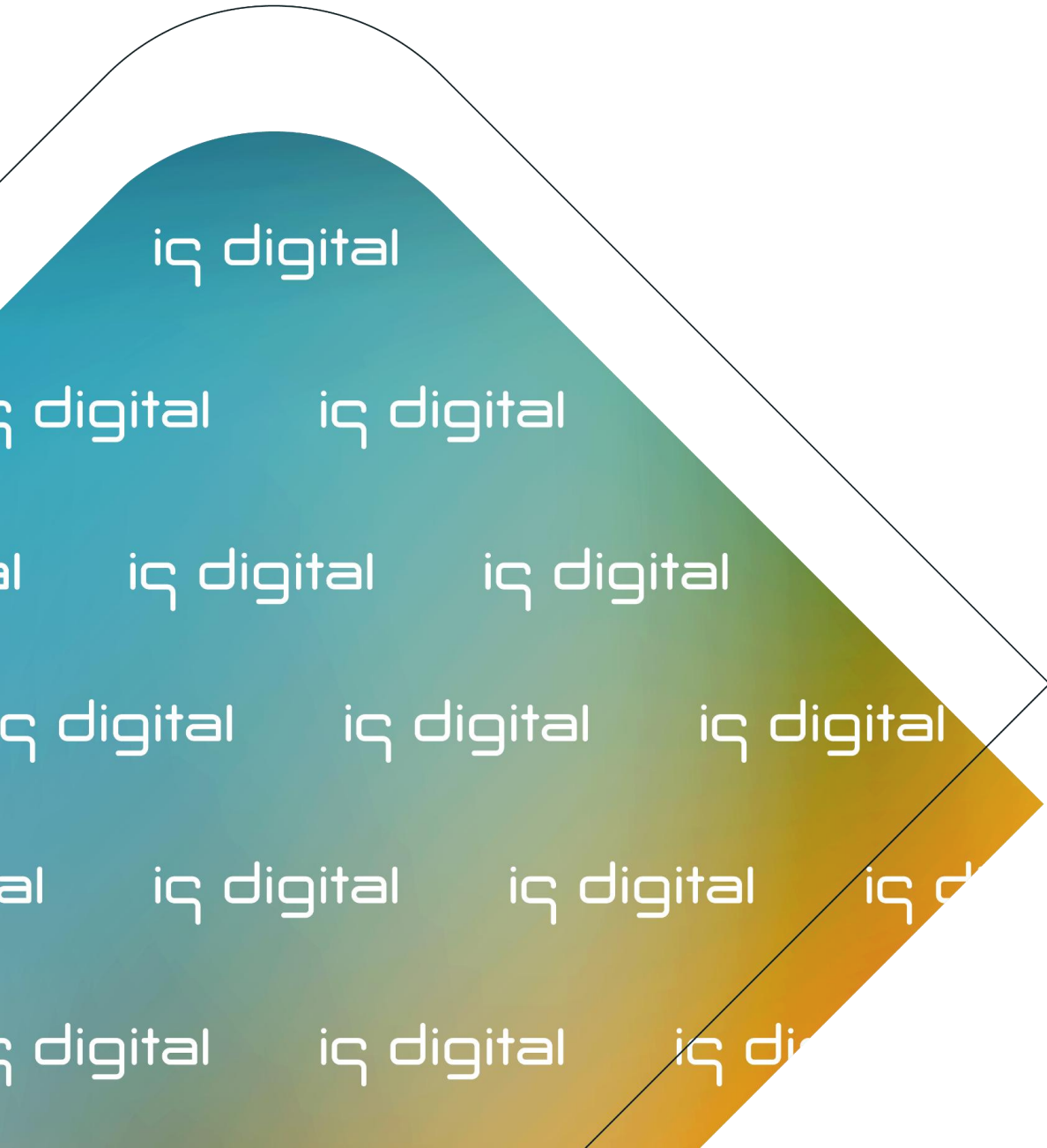
- iqd\_Interest\_Television

## Travel

- iqd\_Interest\_Travel
- iqd\_Interest\_Travel\_Business Trip
- iqd\_Interest\_Travel\_Europe
- iqd\_Interest\_Travel\_Italy
- iqd\_Interest\_Travel\_US

## Video Gaming

- iqd\_Interest\_Video Gaming



# CONTEXTUAL TARGETING

# CONTEXTUAL TARGETING

Audiencespezifische Ausspielung von Werbeinhalten, die sich nicht auf Nutzerdaten, sondern auf Inhalte bezieht.

KEY WORD & EMOTION BASED	SEMANTIC	OVK STANDARD	BRAND SAFETY
Positives oder negatives Targeting	Kognitive, semantische Technologie	Meilenstein für die Post-Cookie-Ära.	Brandkonformes Content Targeting
Berücksichtigung von kundenspezifische Key Word Listen möglich	Versteht Seiten-Inhalt wie ein Mensch	Vermarkter übergreifendes Umfeld Targeting	Exklusion von nicht erwünschten Umfeldern/Themen
Verknüpfung von Emotionen und Key Words ebenfalls	Berücksichtigt beabsichtigte Stimmungslage des Autors	standardisierte Kategorien → IAB Taxonomy	Ausschluss auf Basis Brand Risk Tolerance → 8 Standard Kategorien

# HOW TO BRAND SAFETY IN 2025

Vermeidung von Keyword-Blacklisten hin zur Nutzung standardisierter GARM-Brand Suitability Segmente.

## Keyword-Blacklist

- ✘ deckt nicht alle unerwünschten Themen ab
- ✘ selten aktuell
- ✘ hoher manueller Aufwand



## Nutzung von standardisierten GARM Brand Safety Segmenten

- ✓ hohe Aktualität
- ✓ Reduzierung von Fehlern
- ✓ breitere Themenabdeckung
- ✓ Konsistenztrainierter Algorithmus kommt zum Einsatz
- ✓ **Empfehlung:** zusätzlicher Ausschluss von Themen-Umfeldern, die dem Brand Fit nicht entsprechen, aber Freigabe von Homepages  
→ keine negativen Abstrahlkräfte von Homepageinhalten zu Advertiser-Brands

# FOKUS: BRAND SAFE IM NEWS-UMFELD WERBEN

Wir schaffen den Brand-Fit des Kunden mit unserem Brand Suitability Targeting und liefern die Kampagnen im passenden Themen-Umfeld aus, womit unpassende Umfelder gemieden werden.



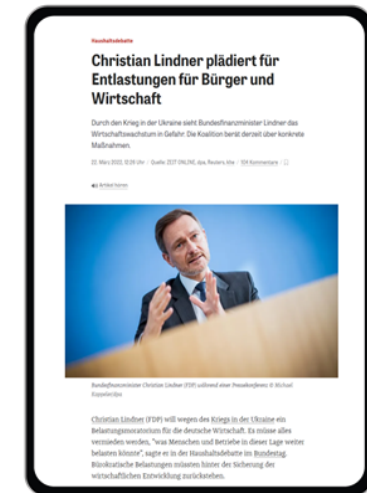
News Umfelder nicht per se blockieren, sondern sein Targeting auf z.B. „positiv besetzte“ Artikel umstellen



„unpassender“  
redaktioneller  
Artikel

### Page-level analysis for precision and accuracy

- URL analysis
- Semantics analysis
- Context, sentiment and emotion analysis
- Outbound links
- Metadata analysis



„passender“  
redaktioneller  
Artikel

# BRAND RISK TOLERANCE – SMARTES BRANDSAFETY TARGETING

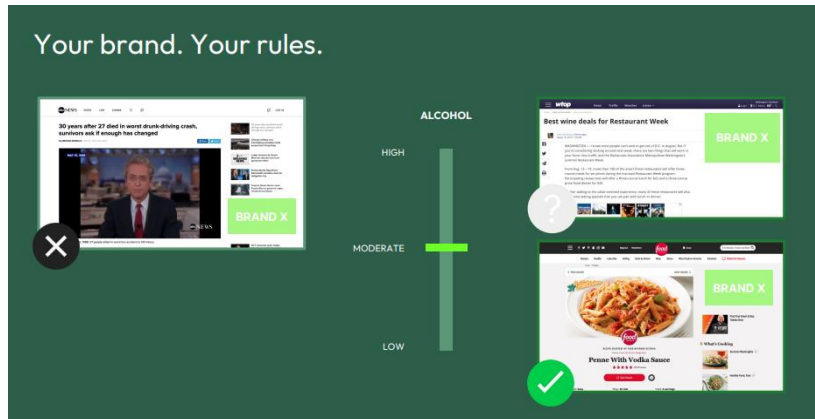
Statt Ausschluss kompletter Themenfelder/Kategorien definiert der Kunde seine Toleranz-Grenze für Umfelder, die per se einen direkten Ausschluss erfahren würden.

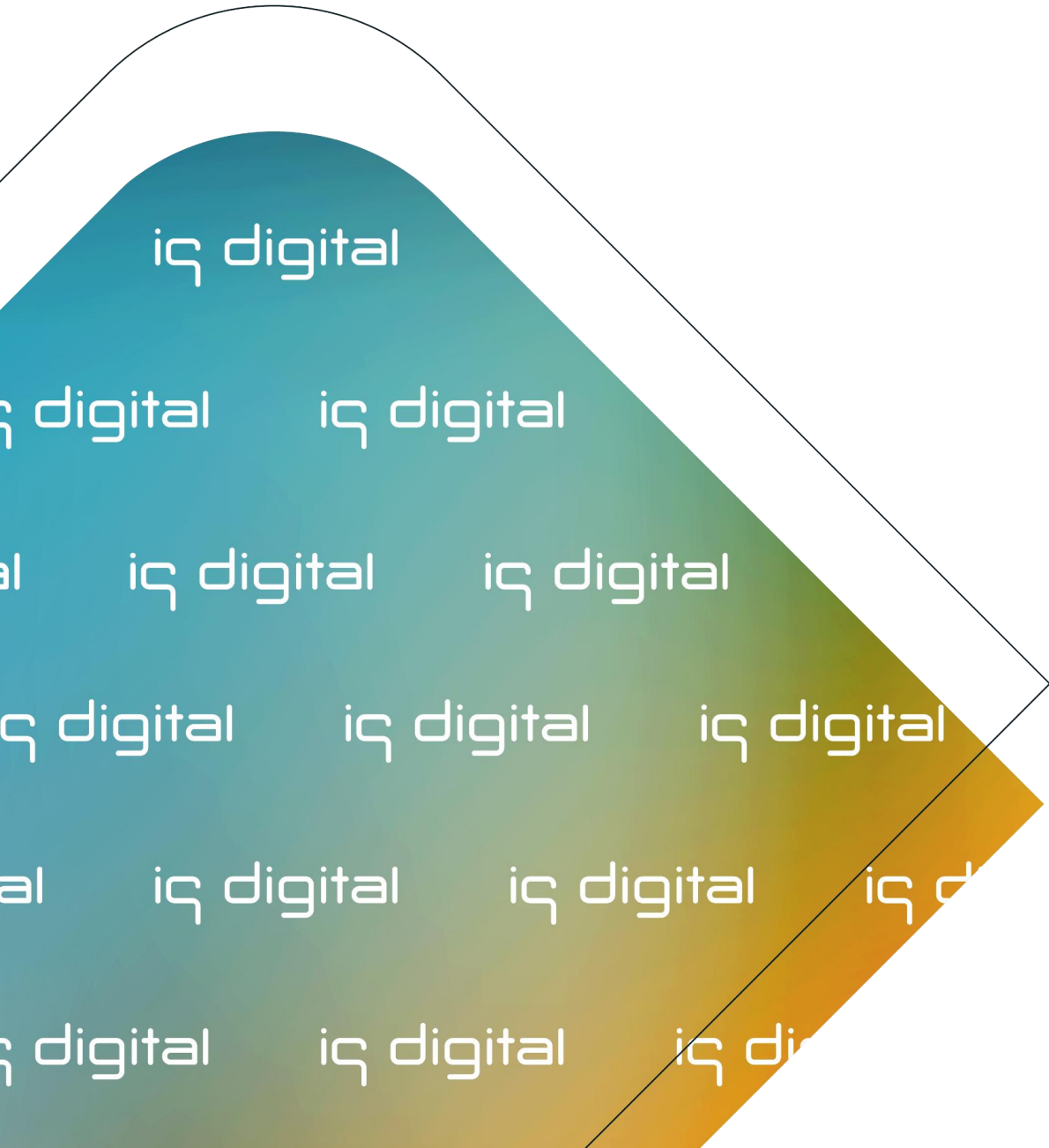


Mit der Auswahl **“Low”** wird Content exkludiert, bei dem Alkohol beispielsweise in Zusammenhang von **“schlechten Nachrichten”** auftaucht, wie ein Autounfall oder Trunkenheit am Steuer, der Advertiser somit kein Risiko eingehen möchte, in entsprechendem Umfeld zu laufen.

**“Medium”** schließt Content aus, der beispielsweise auch nur rein informativ ist, wie z.B. **“Alkohol schädigt XY”** etc.

**“High”** bis **“very High”** schließt auch Content aus, bei dem z.B. um Rezepte geht, die Alkohol als Zutat angeben, positive Nachrichten wie **“Jugendliche konsumieren weniger Alkohol”** oder auch etwaige Rankings.

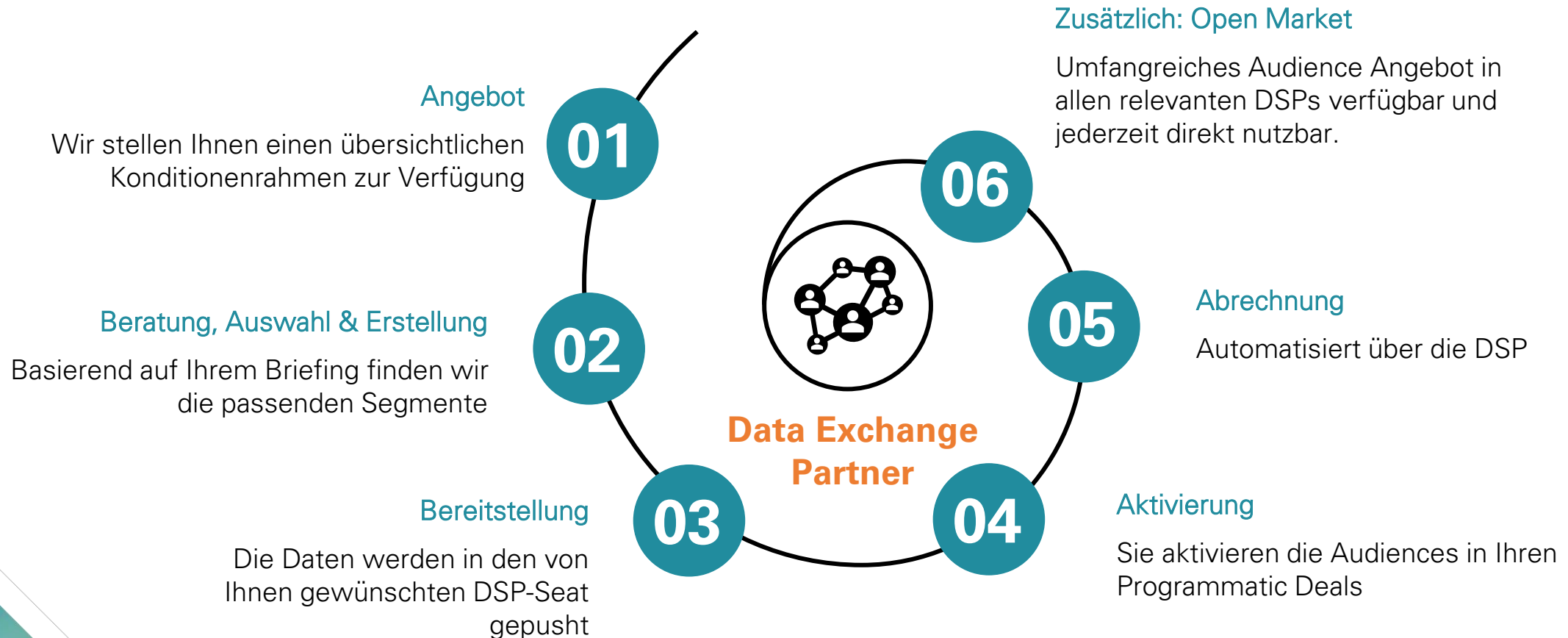




# DATA EXCHANGE

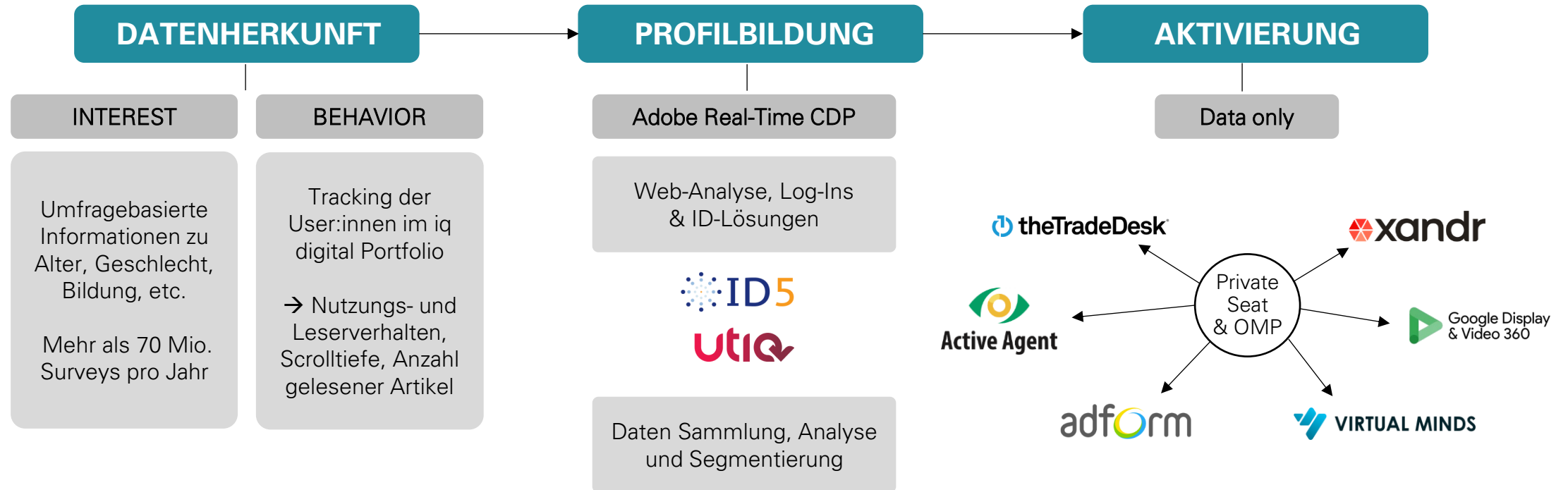
# DATA ONLY AUDIENCES DER IQ DIGITAL: OPEN UND PRIVATE

Vom Vertrag bis zur Abrechnung: Wir machen es Ihnen so einfach wie möglich. Werden sie Data Exchange Partner und profitieren sie von attraktiven Konditionen.



# DAS DATA ONLY ANGEBOT FÜR ALLE ANFORDERUNGEN

Modernster Tech Stack ermöglicht einfache Aktivierung von Audiencesegmenten außerhalb des iq Portfolios.



# DATA ONLY: UTIQ BASED AUDIENCES

Optimierung der Targeting-Qualität und Wiedererkennung durch die First Party ID Lösung Utiq.



## Vorteile

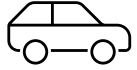
- Gewinnung von zusätzlicher Reichweite in Safari und Firefox durch die First Party ID Lösung Utiq.
- Steigerung von Precision, Reach und Efficiency in der Aussteuerung und Adressierung von Audiences
- Utiq x iq digital: 6 Mio. User mit Utiq ID im iq Portfolio.

## Facts

- Adform DSP, ID Fusion, Marketplace
- Über 60 iq digital Utiq based Audiences
- Data only Audiences
- B2C und B2B Interests

# ADFORM DSP: IQ UTIQ AUDIENCES

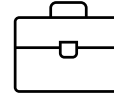
Über 60 iqd\_Interest\_Utiq Zielgruppen aus dem gesamten B2B und B2C Interessenspektrum.



**Automotive**



**Real Estate**



**Business & Finance**



**Health**



**Lifestyle & Pop Culture**



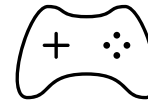
**Home & Garden**



**Sustainability**



**Technology &  
Computing**



**Games**



**Sport**

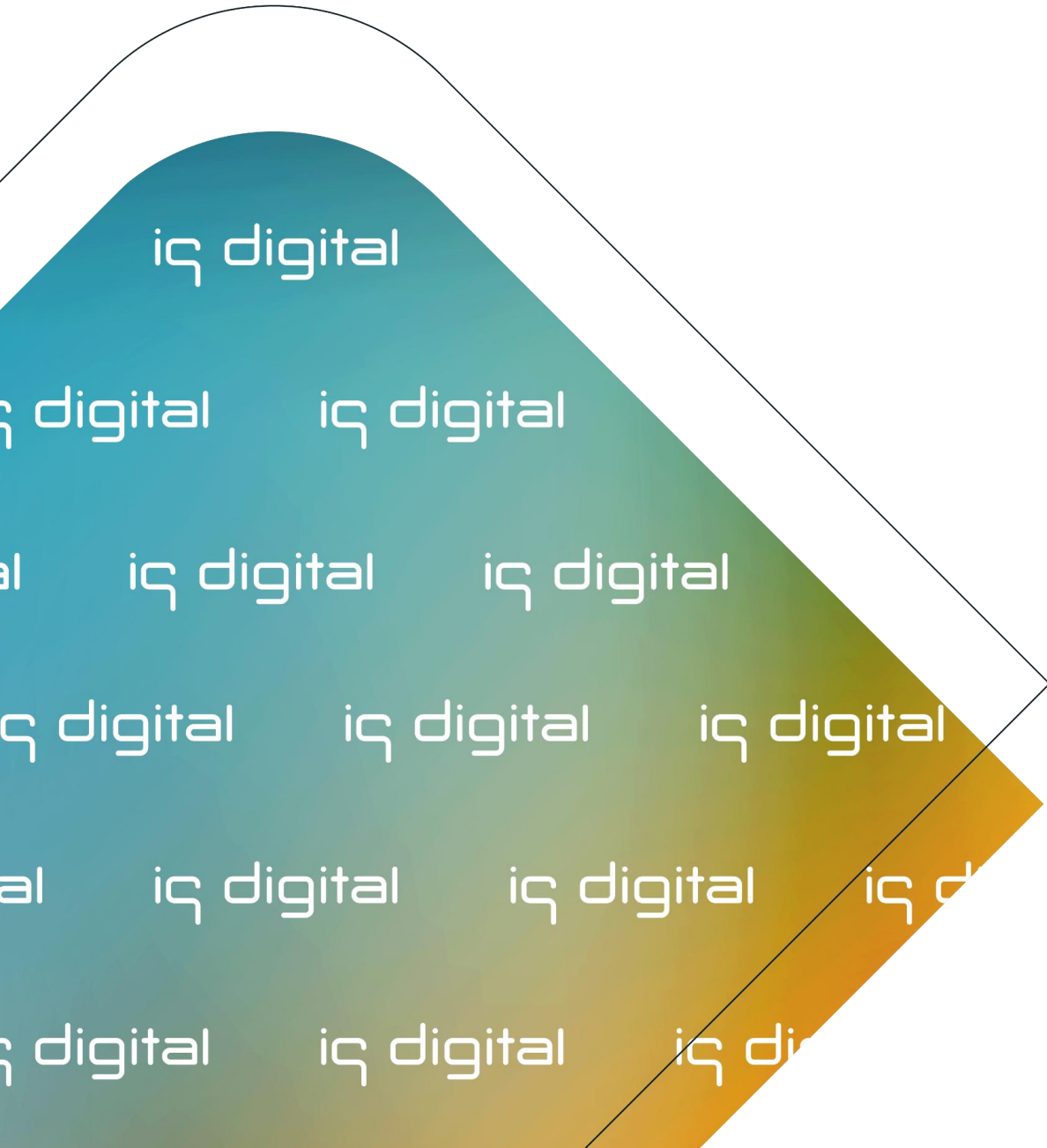


**Shopping & E-Com**



**Travel**

...und viele weitere Audiences.



# ANALYTICS & INSIGHTS

# HIGHLIGHTS

Hochwertiges Portfolio – Hochwertige Daten

## **Unsere einzigartige Position im Targeting-Markt**

- Profitieren Sie von hochwertigen First Party Daten aus unserem reichweitenstarken Premium Portfolio

## **Maßgeschneiderte Insights für alle Kampagnen**

- Individuell erstellte Datenprodukte und –reports für Ihre Display-, Content- und Programmatic-Kampagnen

## **Zusammenarbeit mit führenden Marktpartnern**

- Die Kombination von Adobe CDP und Adobe Analytics ermöglicht uns die Erstellung von einzigartigen Reportings für exklusive Kommunikationslösungen



# ADOBE ANALYTICS REPORTING

Daten, die den Erfolg steuern: Volle Transparenz, maximale Wirkung!

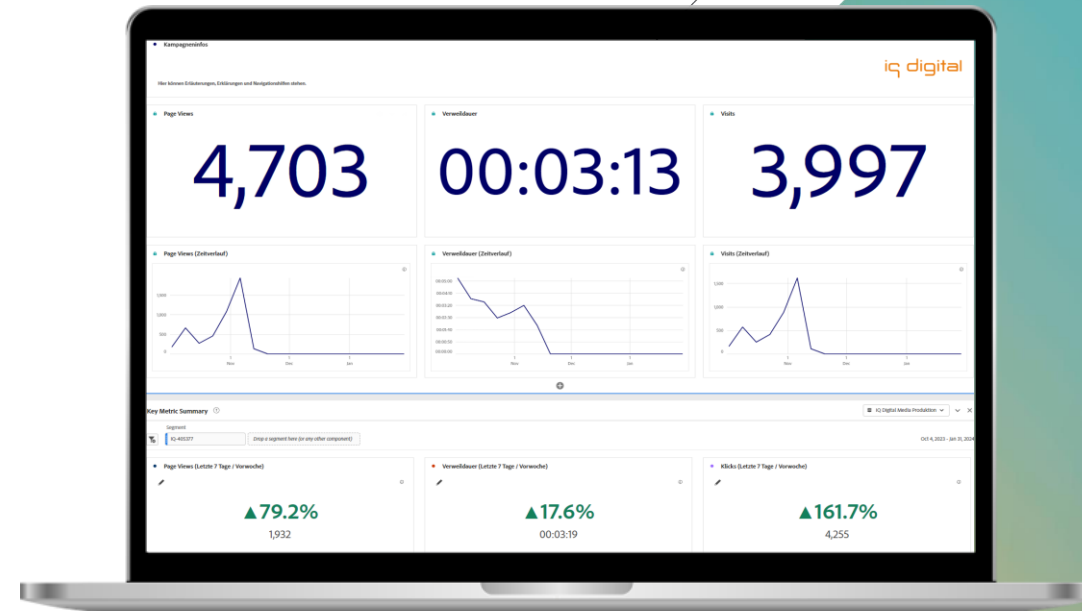
Das **Reporting** ermöglicht volle **Transparenz** und **Monitoring** von Content Marketing Kampagnen im gesamten Kampagnenzeitraum.

Über ein **persönliches Dashboard** können die regelmäßig aktualisierten KPIs stetig verfolgt werden.

Auf Basis der Ergebnisse werden bei Bedarf **Optimierungen** der Bestandteile der Kampagne vorgenommen, um eine erfolgreiche Entwicklung zu gewährleisten.

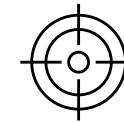
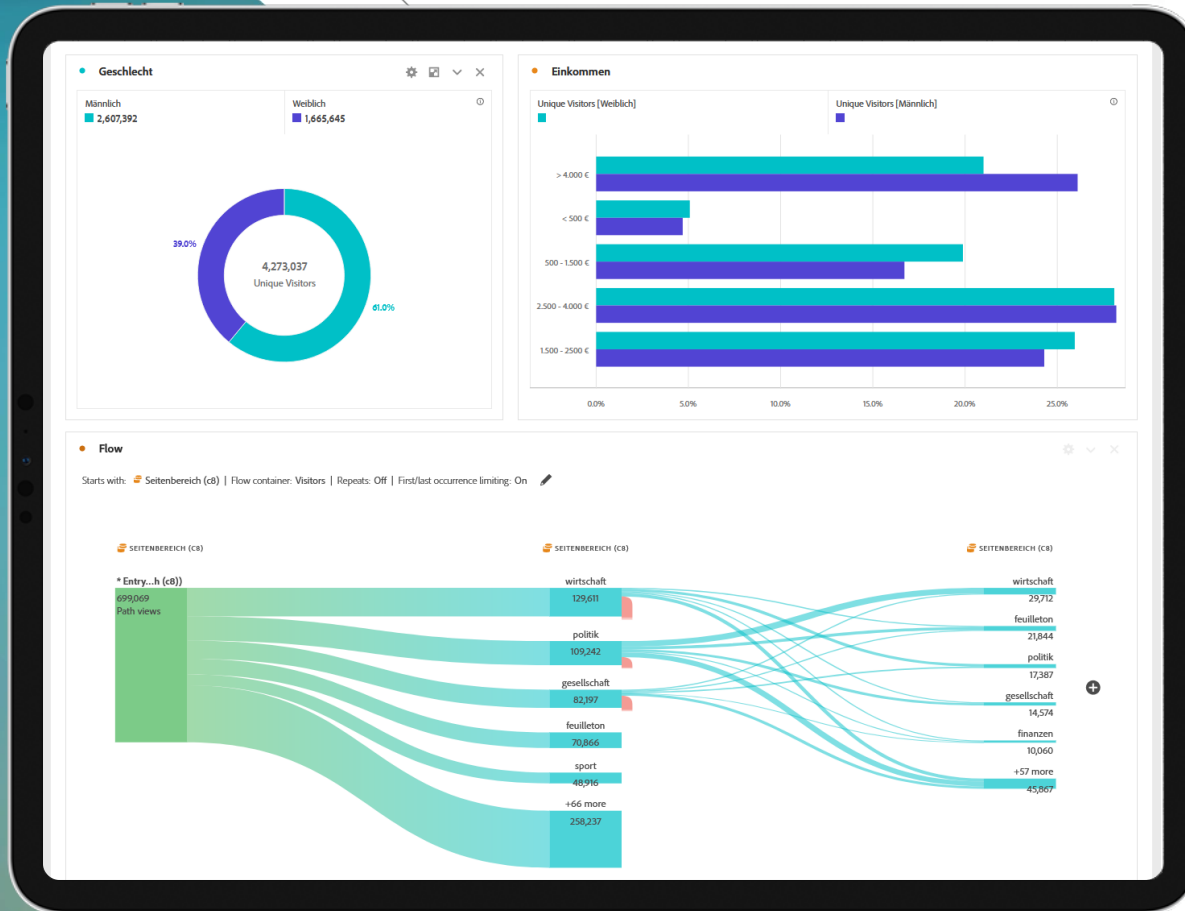
Zu den Standard-KPIs gehören etwa:

Ad Impressions	Page Views	Social Shares
Clicks	Unique Visitors	Audio/Video Views
CTR	Verweildauer	Scrolltiefe



# LET'S TALK ABOUT USER INSIGHTS

Die User und ihr Verhalten stehen im Mittelpunkt des Reportings.



Wir erfassen mit unserem Adobe Tech Stack die User auf einer Content Integration und können diese anhand von zahlreichen User-Merkmalen analysieren.



Optimierung der Kommunikationsbotschaft durch Erschließung neuer Audiences und neue Erkenntnisse über die eigene Audience.



Unsere benutzerdefinierten Segmente liefern detaillierte First Party Informationen über die Interessen und Affinitäten der Audiences und können themenspezifisch individuell betrachtet werden.

# CONTENT INSIGHT REPORT

Einzigartige Erkenntnisse über die Hub-User in diversen Dimensionen

## Soziodemographie

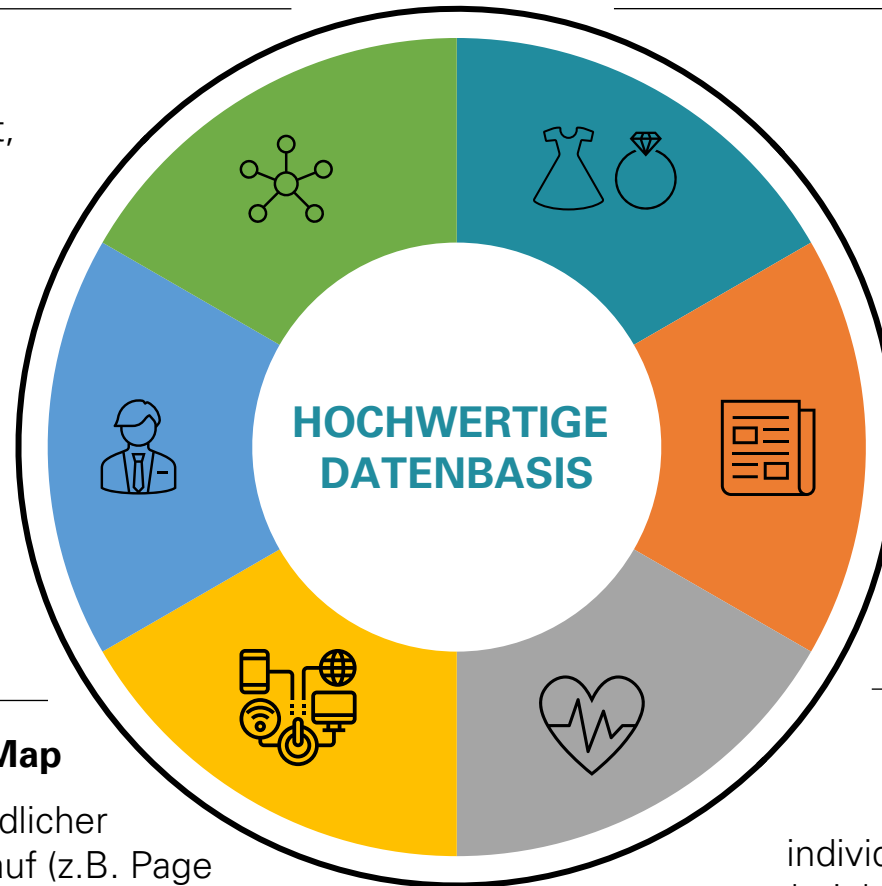
Userinformationen zum Alter, Geschlecht, Einkommen, etc.

## Berufliche Interessen

Berufstätigkeit, Position, Unternehmensgröße, Abteilung, Branche

## Activity Map & Geo Map

Darstellung unterschiedlicher Aktivitäten im Zeitverlauf (z.B. Page Views auf Wochenbasis) sowie Darstellung einer Geo Map



## Private Interessen

Fashion, Sport, Literatur, Auto, Luxus, Kultur, Software, etc.

## Leseverhalten zu aktuellen Themen

Allgemeine Themen (B2B & B2C), Wirtschaft, Finanzen, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, IT, Karriere, etc.

PLUS

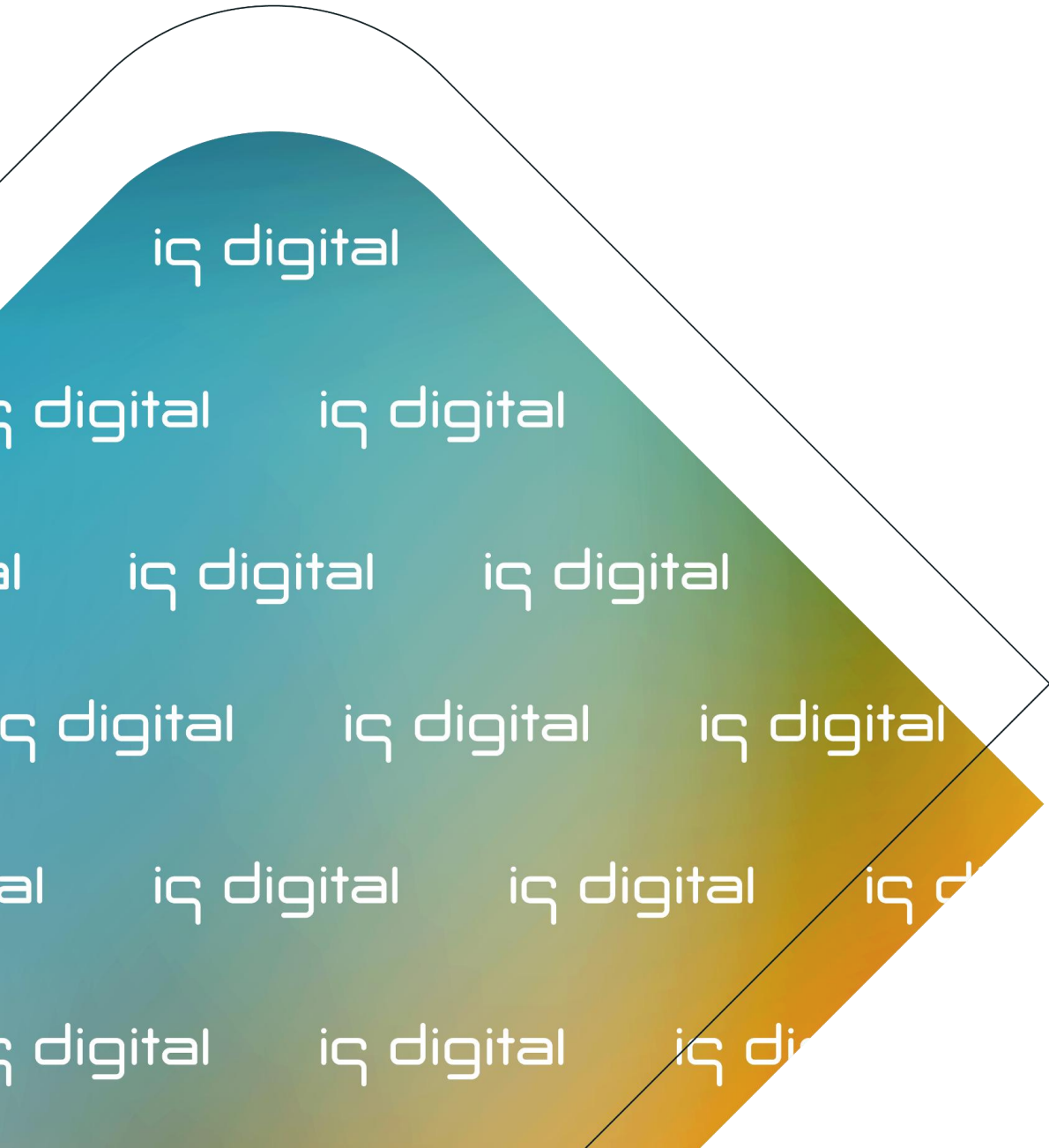
## Individuelle Auswertungen & Empfehlungen

Je nach Kampagnenschwerpunkt erfolgt eine individuelle Analyse mit Handlungsempfehlungen. Dies beinhaltet eine individuelle Betrachtung von Audiences sowie User Journeys (Hub), Overlaps etc.

# CONTENT INSIGHT REPORT

Setup & Eigenschaften

PAKET	INHALT	PREIS
<b>BASIC</b>	<b>Standardisiertes Reporting</b> mit minimalen Anpassungsmöglichkeiten mit allen regulären Dimensionen nach Abschluss der Kampagne.	<b>500 EUR</b>
<b>PLUS</b>	<b>Erweitertes Reporting</b> unter Berücksichtigung individueller Audiences und Kampagnenfragestellungen mit Handlungsempfehlung und weiteren Analysemöglichkeiten (z.B. Overlaps und Verweildauern von Audiences, User Journeys etc.). Die Ergebnisse können zusätzlich grafisch (z.B.: in einer PPT) gemeinsam mit dem Projektteam aufbereitet und vorgestellt werden.	<b>2.000 EUR</b>



# BEST CASES

# CASE HP MIT CONTENT INSIGHTS REPORT

Digital User Journey | Magazin Hub

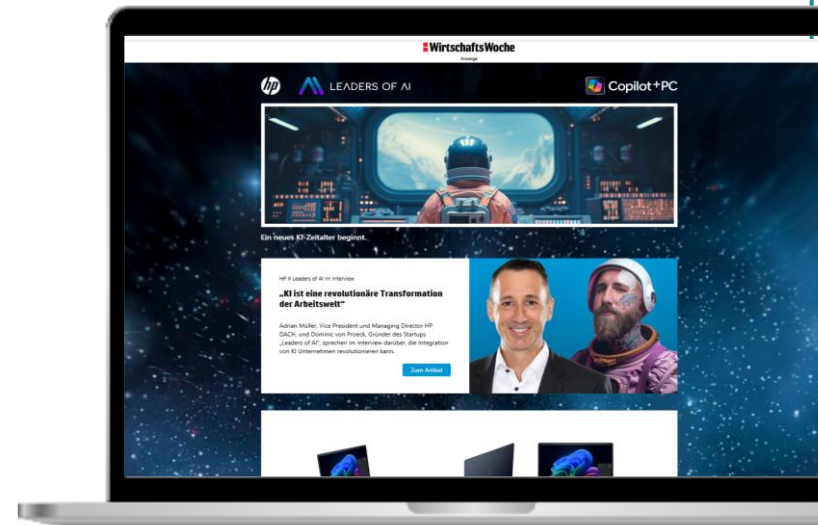


Jegliche User-Interaktion mit den unterschiedlichen Bestandteilen einer Content-Kampagne werden über Adobe Analytics erfasst und zugeordnet.

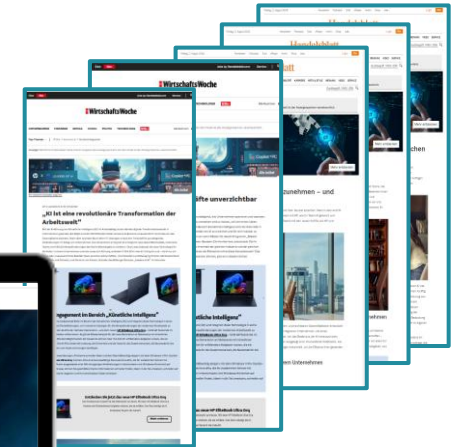
Daraus lassen sich vielfältige Analysen durchführen und Erkenntnisse ableiten:

- **Zielgruppenanalyse**  
soziodemographischer Merkmale, berufliche/private Interessen etc.
- **User Journey**  
Leseverhalten innerhalb der Content Kampagne und im iq Portfolio

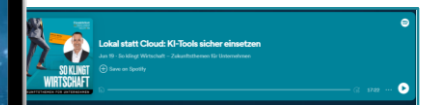
## Magazin Hub



## Q2-Q4 Artikel



## Branded Podcast



## HP.com



# CONTENT INSIGHTS 2.0

HP | Best Case



– Ute Ricciarelli, Brand  
Communication Lead – HP  
Personal Systems Group

*„Dank des Content Insight Report Plus konnten wir tiefgreifende Einblicke in die Zielgruppen unserer Content-Marketing-Kampagne gewinnen. Die detaillierte Analyse ermöglichte es uns, spezifische Zielgruppen zu identifizieren und genauer zu betrachten. Durch die umfassende Analyse wurden nicht nur demografische Merkmale erfasst, besonders wertvoll waren für uns die verschiedenen Auswertungen der Entscheidersegmente und B2B-Merkmale sowie die Betrachtung der User Journey. Der Report war ein zentraler Baustein, um den Erfolg unserer Kampagne messbar zu machen und die richtigen strategischen Entscheidungen für zukünftige Marketingmaßnahmen zu treffen.“*

# IDENTIFIELÖSUNGEN: GROUPM & IQD | UTIQ-CASE

Publisherübergreifender Utiq-Data-Only-Test der GroupM, auf Basis von Datensignalen aus dem iq digital Portfolio.\*

Programmatisch:  
Adform DSP

Zielgruppensegment:  
Automotive Interest

ID Lösung Utiq vs.  
3rd Party Cookies

Publisherübergreifend

Vermarkterübergreifend

Browserübergreifend



QUALITÄT | SERVICE | PERFORMANCE | WIRKUNG  
**3,29**

Kontaktpunkte als  
durchschnittliche Frequenz

QUALITÄT | SERVICE | PERFORMANCE | WIRKUNG  
**87 %**

Der Netto-Reichweite\*

QUALITÄT | SERVICE | PERFORMANCE | WIRKUNG  
**61 %**

Bessere Wiedererkennung

\* Innerhalb und außerhalb des iq Portfolios. , \*in einer „nicht-Chrome-Umgebung“

# IDENTIFIERLÖSUNGEN ZUR KAMPAGNENOPTIMIERUNG

GroupM | Case

group<sup>m</sup>

– Jens Depenau, Expert  
Partner Data Strategy bei  
der GroupM

*„Der publisherübergreifende Utiq-Data-OnlyTest auf Basis von Datensignalen aus dem iq digital Portfolio war aus Sicht der GroupM ein voller Erfolg. Wir konnten mit Hilfe unseres Cookieless Targeting-Bewertungsmaßstabs PREPITS über alle sieben Dimensionen positive Resultate verzeichnen. Auf Basis der bisherigen Test- und Learn-Szenarien der Utiq-basierten Private Deals kamen bereits die Dimensionen Privacy, Precision, Transparency und Sustainability zu einer positiven Bewertung. Mit Hilfe des nun abgeschlossenen Data-OnlyTests konnten wir auch die Ergebnisse für die Bereiche Reach, Efficiency und Interoperability weiter optimieren.“*



# DATA CLEAN ROOM

DECENTRIQ @ iq digital

iq digital

# FUNKTION UND MEHRWERT VON DATA CLEAN ROOMS

Geschützte Datenräume als Grundlage für präzise Audience-Segmente und verantwortungsvolle Datennutzung. Ermöglicht datengetriebene Kampagnensteuerung, ohne sensible Nutzerdaten offenzulegen.

## Sichere Datenumgebung

- Data Clean Rooms bieten eine geschützte Umgebung für Datenkooperationen ohne Austausch von sensiblen Nutzerdaten.

## Technologie & Datenschutz

- Einsatz von Verschlüsselung, Confidential Computing und strikten Zugriffskontrollen
- Matching erfolgt über Identifikatoren (z. B. gehashte E-Mail-Adressen, ID-Lösungen, Mobile Device IDs)

## Funktionsweise des Matchings

- Partner laden ihre Nutzer-Identifikatoren in den Clean Room
- Identitätsabgleich erfolgt über Privacy-Preserving Technologien
- Keine Entschlüsselung der Daten – nur statistische Berechnungen für Überschneidungen
- Ergebnis: Exklusive Audience-Segmente zur Kampagnenaussteuerung, ohne Datenkontrollverlust

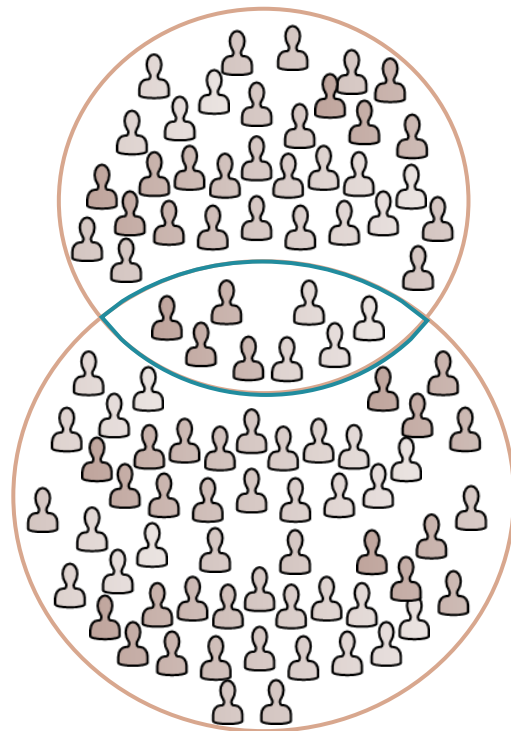


# INNOVATIVE EINSATZMÖGLICHKEITEN

Data Clean Rooms ermöglichen es, First-Party-Daten von Kunden- und Vermarkterseite datenschutzkonform zu matchen – für bessere Ansprache, optimiertes Targeting und mehr Kampagnenwirkung.

**Datenpool  
Advertiser**

**Datenpool**  
iq digital



## 1. Insights

Informationen zu Bestandskund:innen erhalten und für Folgekampagnen nutzen

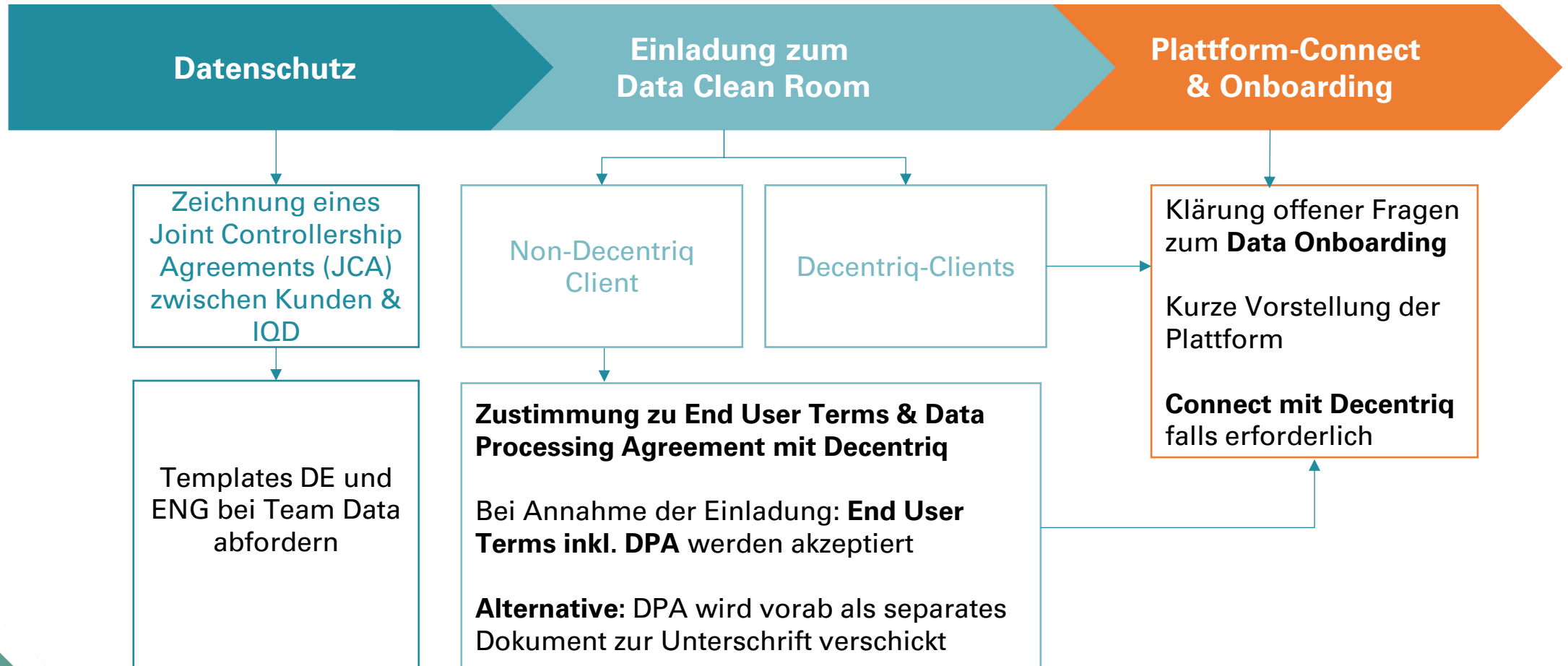
## 2. ReMarketing | Exclusion

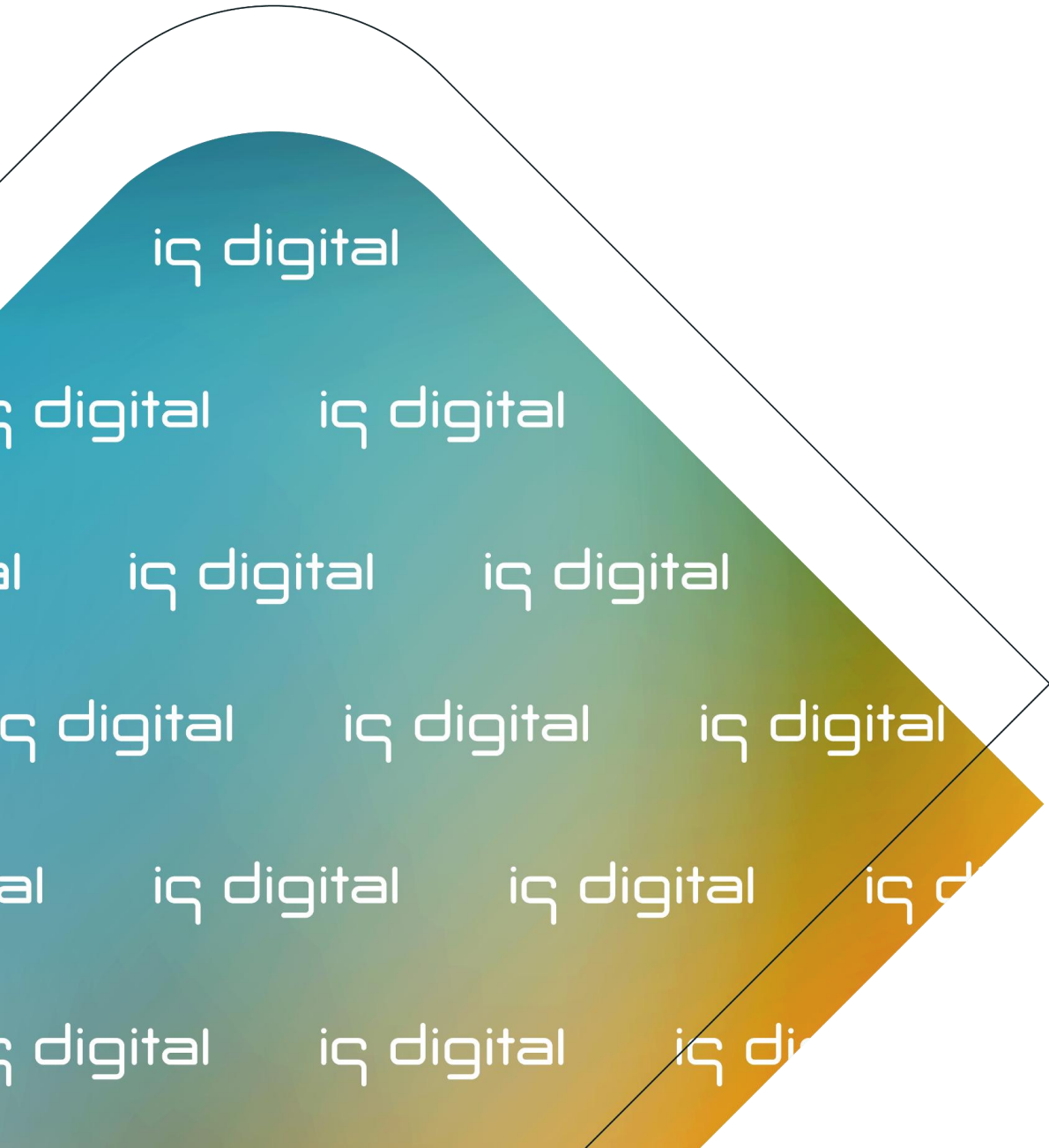
Nutzer:innen, die bereits mit der Marke interagiert haben, gezielt ansprechen oder ausschließen

## 3. Lookalike Audience

Ansprache neuer Nutzer:innen, die Bestandskund:innen ähneln

# PROZESS BEIM AUFSETZEN EINES DATA CLEAN ROOMS





# KONTAKT

# Data & Analytics

FÜR RÜCKFRAGEN STEHEN WIR JEDERZEIT  
SEHR GERNE ZUR VERFÜGUNG.

[DATA@IQDIGITAL.DE](mailto:DATA@IQDIGITAL.DE)

HIER FINDET IHR WEITERE [ANSPRECHPARTNER:INNEN](#)

