



PRESSEINFORMATION

Erste Data-Only-Kampagne von Utiq: GroupM und iq digital steigern Performance

- **Strategische Partnerschaft zwischen adform, Utiq und iq digital ermöglicht genaue Zielgruppenansprache**
- **Erste Kampagne für die GroupM war ein voller Erfolg**
- **Nutzung von Utiq führte zu einer signifikanten Steigerung der Netto-Reichweite**

Düsseldorf, den 16. Dezember 2024. Deutschlands Premium-Vermarkter iq digital hat gemeinsam mit der GroupM und Utiq die erste Data-Only-Kampagne auf Basis der 1st-Party IDs von Utiq für einen Automotive-Kunden umgesetzt. Die Kampagne lief von August bis September 2024 und lieferte hervorragende Ergebnisse. Ein besonderes Augenmerk lag dabei auf der Performance der Kampagne in Nicht-Chrome-Browsern, wobei die Wirksamkeit von Utiq und Cookie-basiertem Targeting gegenübergestellt wurde.

Durch die strategische Partnerschaft zwischen adform, Utiq und der iq digital, können Werbetreibende seit Anfang August von den Vorteilen der Zielgruppenansprache auf Basis der alternativen ID-Lösung UTIQ profitieren. Die Integration ermöglicht eine Publisher- und Browserübergreifende Zielgruppenansprache und somit die Rückgewinnung von relevanten Reichweiten.

Die Ergebnisse der Kampagne verdeutlichen, dass die gezielte Nutzeransprache sowie Kontaktaussteuerung durch die Utiq basierten Zielgruppen der iq digital zu einer gesteigerten Kampagnen-Effizienz führen. Werbetreibende können durch die Utiq-Technologie auch in Umfeldern, die nicht mehr durch die noch vorhandenen Cookies innerhalb Chrome abgedeckt sind, wieder erfolgreiche Kampagnen planen und durchführen.

Dazu Svenja Onasch, Head of Data Management bei der iq digital: „Die Kombination aus Privacy First, innovativer Technologie und stetig wachsender Reichweite macht Utiq in unseren Augen zum idealen Partner, um Werbetreibenden und Agenturen wie der GroupM wieder mehr Möglichkeiten zu geben, in einen konstanten Dialog mit Zielgruppen zu treten.“



Starke Performance durch UtIQ in Nicht-Chrome-Umgebungen

Ein entscheidender Erfolgsfaktor war die Überlegenheit von UtIQ in Nicht-Chrome-Browsern. Mehr als 90% der ausgelieferten Impressionen basierten auf der UtIQ ID – ein Uplift von 290%. Die Nutzung von UtIQ führte somit zu einer signifikanten Steigerung der Netto-Reichweite.

Stabilere Frequenzsteuerung durch ID-Lösung

Ein weiterer Vorteil der Kampagne war die Möglichkeit der Frequenzsteuerung. Durch das sogenannte "Dual-Look-Targeting" konnten Wiederholungen bei der Ausspielung der Werbeanzeigen optimiert werden, indem sowohl auf Drittanbieter-Cookies als auch auf UtIQ-Targeting zurückgegriffen wurde. Dies ermöglichte der GroupM, die Kontaktfrequenz zu steuern und damit den Werbedruck auf die richtigen Zielgruppen zu erhöhen. Im Durchschnitt sahen UtIQ-Nutzer_innen in Nicht-Chrome-Browsern die Anzeigen 3,29 Mal. Dies zeigt, dass UtIQ insbesondere in Nicht-Chrome-Umgebungen durch seine hohe Stabilität auch über längere Kampagnenzeiträume effektiv zur Optimierung der Wiederholungsrate von Werbebotschaften genutzt werden kann.

Jens Depenau, Expert Partner Data Strategy bei der GroupM: „Der publisherübergreifende UtIQ-Data-Only-Test 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-Only-Tests konnten wir auch die Ergebnisse für die Bereiche Reach, Efficiency und Interoperability weiter optimieren.“

Die Ergebnisse im Überblick:

- **Re-Identification:** Bis zu 61% bessere Wiedererkennungsraten über UtIQ im Vergleich zur cookie-basierten Zielgruppe
- **Reichweite:** 87% der Netto-Reichweite in Nicht-Chrome-Umgebungen über UtIQ
- **Durchschnittliche Frequenz:** 3,29 Kontaktpunkte pro Nutzer, optimiert durch UtIQ



Über iq digital:

Die iq digital media marketing gmbh ist der exklusive Vermarkter für Leitmedien in Deutschland. Das Portfolio umfasst hochkarätige Medien in den Bereichen General News, Wirtschaft & Finanzen, Fachmedien und Millennials. Websites wie DER SPIEGEL, FAZ.NET, Handelsblatt Online, Süddeutsche Zeitung, WirtschaftsWoche Online, manager magazin, Harvard Business manager und Der Tagesspiegel informieren Entscheider:innen täglich über alle relevanten Themen. Die iq digital mit Sitz in Düsseldorf steht als Gemeinschaftsunternehmen von FAZ Verlag, Handelsblatt Media Group, Süddeutsche Zeitung Verlag und dem ZEIT Verlag sowohl für hohe Reichweiten in den Bereichen News und Wirtschaft/Finanzen als auch für Special-Interest-Angebote zur Ansprache spitzer Zielgruppen. Mit einer digitalen Gesamtreichweite von 25,4 Mio.* Digital Unique Usern ist iq digital einer der führenden Vermarkter für digitale Qualitätsmedien und Mediabrands.

*Quelle: agma DNA, Nettoreichweite / Oktober 2024

Pressekontakt:

Simone Lopez Sanchez

simone.lopezsanchez@iqdigital.de

iq digital GmbH

Toulouser Allee 27

40211 Düsseldorf