



© Panthermedia.net/Ansonde

**Studie**

Die durchschnittliche Zielgruppen-Genauigkeit bei Goldbach Audience Austria liegt bei 76%.

# Genauigkeit ist Trumpf

Eine Studie konnte zeigen: Goldbach Audience Austria bestimmt Zielgruppen äußerst exakt.

WIEN. Data Driven Advertising und damit eine möglichst genaue Zielgruppenansprache ist *das* Thema in der Branche. Aber wie wissen Werbekunden, ob die angebotenen Audiences auch wirklich halten, was sie versprechen?

Erreicht die Kampagne tatsächlich jene Zielgruppen, die angesprochen werden sollten? Goldbach Audience Austria wollte es genau wissen und ging dieser Frage nach.

**Exaktheit**

Dazu wurden die Live User Targeting-Gruppen (das sind auf Basis von Verhaltens-, Befragungs- und Userdaten segmentierte und während der Kampagne laufend optimierte

Nutzerprofile) des eigenen Portfolios neutral durch MindTake Research verifiziert.

In der Untersuchung glich das Marktforschungsunternehmen die Datenzielgruppen des Vermarkters mit den Panelbefragungsdaten ab. Das erfreuliche Ergebnis: Die durchschnittliche Genauigkeit der Zielgruppendaten beträgt rund 76%; bei einzelnen Zielgruppen liegt die Exaktheit sogar bei 90% (Motorfans) bzw. 87% (Business People).

**Quartalsweise Messungen**

Goldbach Audience erhebt diese Transparenz im eigenen Vermarktungsnetzwerk zum Standard: Künftig werden die Zielgruppen quartalsweise vermessen und die angebotenen

Segmente auf Basis der jeweiligen Ergebnisse laufend optimiert.

„Gerade für programmatisches Advertising ist die Zielgruppenverifikation besonders wichtig – schließlich soll die Werbung genau dort ankommen, wo sie den größten Impact hat.“

Wir freuen uns daher, gemeinsam mit Goldbach die Treffsicherheit von Werbung in der Zielgruppe verbessern zu können“, kommentiert Klaus Oberacker, Managing Partner des Marktforschungsunternehmens MindTake Research, die Qualitätsoffensive von Goldbach Audience Austria.

„Die Themen Daten und Datenqualität gewinnen immer mehr an Bedeutung. Goldbach

Audience ist schon seit Jahren Vorreiter in der Qualität von Zielgruppendaten.

Mit der nunmehr regelmäßigen Audience Verification setzen wir einen weiteren wesentlichen Schritt, um der Zielgruppenansprache eine gänzlich neue Genauigkeit zu geben. So können Werbekunden bei Goldbach Audience davon ausgehen, dass in unseren Produkten auch tatsächlich drinnen ist was vorn draufsteht“, freut sich Goldbach Audience-Geschäftsführer Georg Klauda über die positiven Ergebnisse und die Fortführung der Messung. (red)



© Thomas Unterberger/Goldbach Austria

Goldbach Audience-Geschäftsführer Georg Klauda.