

## nugg.ad stellt Predictive Behavioral Targeting-System für SevenOne Interactive

21.05.2007, 10:34 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *nugg.ad AG*

Presseagentur: *Zucker.Kommunikation GmbH*

---

Berlin/München, 21.05.2007. Zur zielgenaueren Platzierung und Steuerung von Online-Werbekampagnen setzt SevenOne Interactive künftig auf Predictive Behavioral Targeting von nugg.ad, dem technologisch führenden Anbieter für Behavioral Targeting in Europa. Mithilfe der nugg.ad-Technologie optimiert der Online- und Multimediavermarkter der ProSiebenSat.1-Gruppe das Werbepotenzial seines reichweitenstarken Online-Portfolios, zu dem neben den Sendermarken auch die dynamischen Web-2.0-Communities MyVideo.de und Lokalisten.de zählen. Die Vorbereitungen für den Live-Betrieb starten ab sofort.

Insgesamt vermarktet SevenOne Interactive mit 10,50 Millionen Unique Usern (AGOF internet facts 2006-III) das zweitgrößte Content-Angebot im deutschen Internet. Mit Predictive Behavioral Targeting kann SevenOne Interactive speziell die Inhalte der reichweitenstarken Web-2.0-Communities MyVideo.de und Lokalisten.de nach Zielgruppen qualifizieren und damit das gesamte Online-Portfolio noch effizienter vermarkten.

Predictive Behavioral Targeting ermöglicht eine themenaffine Nutzeransprache über alle Plattformen hinweg – unabhängig von Themenumfeldern. Dadurch ermöglicht SevenOne Interactive werbetreibenden Unternehmen, ihre Werbebotschaften noch exakter nach den Bedürfnissen und Interessen der User bereitzustellen. Speziell Markenartikler für Konsumgüter des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel und Drogerieartikel können auf den Online-Plattformen der ProSiebenSat.1-Netzworld ihre Zielgruppe somit noch präziser ansprechen und die Werbewirkung weiter steigern.

Mit Predictive Behavioral Targeting ergänzt nugg.ad als erster Anbieter in Europa technisch messbares Nutzungsverhalten mit Informationen zu Soziodemographie, Lifestyle und Produktinteressen des Users. Im Unterschied zu herkömmlichen Methoden profitieren Werbetreibende von der exakten Verbraucheransprache, ohne gravierende Reichweitenverluste einer Kampagne zu riskieren.

Frank Wagner, Vorstand und Gründer der nugg.ad AG, betont den qualitativen Durchbruch für Vermarkter wie Auftraggeber: „Werbung erlebt derzeit einen Paradigmenwechsel. Die Budgets werden künftig nicht ausschließlich in Umfelder gehen, sondern es werden verstärkt Nutzerprofile gebucht werden. Das macht Medienplanung einfacher und Investitionen in Werbung sicherer.“

Matthias Falkenberg, Geschäftsführer SevenOne Interactive: „Behavioral Targeting wird in Zukunft zu den wichtigsten Faktoren für erfolgreiche Online-Werbung zählen. Mit der innovativen Technologie von nugg.ad können wir das Werbepotenzial unseres Portfolios nochmals effizient steigern, indem wir unser reichweitenstarkes Online-Netzwerk noch genauer nach Zielgruppen klassifizieren können. Mit Predictive Behavioral Targeting wird Markenkommunikation auf unseren Plattformen für den User relevanter und damit für Markenartikler werbewirksamer.“

Hintergrundinformation: Was ist eigentlich Targeting?

Targeting bedeutet, unterschiedlichen Nutzern unterschiedliche Werbung auszuliefern. Beispielsweise ist es möglich, Werbung für DSL-Tarife nur solchen Usern einzublenden, die noch nicht breitbandig surfen.

Behavioral Targeting bedeutet, die Werbeauslieferung davon abhängig zu machen, welche Online-Inhalte die Nutzer zuvor aufgerufen haben. So kann etwa Besuchern von Auto-Seiten auch dann Auto-Werbung eingeblendet werden, wenn sie später auf Finanz-Seiten surfen. Predictive Behavioral Targeting bedeutet, für jeden einzelnen Nutzer auf der Basis von Befragungen, Algorithmen und maschinellen Lernverfahren, zusätzlich auch Angaben zu Demographie, Interessen und Lifestyle bereitzustellen. Werbung für Waschmittel wird dann beispielsweise nur haushaltsführenden Frauen

eingebildet. Mehr Informationen zur Methode von Predictive Behavioral Targeting finden Sie unter [www.nugg.ad](http://www.nugg.ad).

Presse-Kontakte  
Zucker.Kommunikation  
Team nugg.ad  
[nugg.ad@zucker-kommunikation.de](mailto:nugg.ad@zucker-kommunikation.de)  
Tel: 030/247 587-0  
Fax: 030/247 587-77

SevenOne Interactive  
Ulrike Piesch  
Tel. 089/9507-4534  
Fax: 089/9507-94534  
E-Mail: [ulrike.piesch@sevenoneinteractive.de](mailto:ulrike.piesch@sevenoneinteractive.de)  
[www.sevenoneinteractive.de](http://www.sevenoneinteractive.de)

#### Über nugg.ad

Die nugg.ad AG ist der technologisch führende Anbieter von Lösungen für das Behavioral-Targeting, mit denen Werbetreibende, Media-Agenturen und Vermarkter Streuverluste minimieren und die Wirksamkeit von Internetwerbung steigern können. Mit klassischem Behavioral Targeting werden Werbeauslieferungen davon abhängig gemacht, welche Online-Inhalte die Nutzer zuvor aufgerufen haben. So kann unterschiedlichen Nutzern unterschiedliche Werbung ausgeliefert werden.

## Portrait

#### Über SevenOne Interactive

SevenOne Interactive, der Online- und Multimedia-Vermarkter der ProSiebenSat.1-Gruppe, vermarktet die Angebote der Senderfamilie in den Bereichen Internet, Teletext, Mobile, CRM/Direct Marketing und Events. Darüber hinaus umfasst das Portfolio die Teletexte von DSF, MTV, VIVA, Comedy Central, NICK, DAS VIERTE und Hamburg 1. Zudem vermarktet SevenOne Interactive neben Deutschlands größtem Instant-Messaging-Dienst ICQ die beiden Community-Plattformen MyVideo.de und Lokalisten.de sowie [wetter.com](http://wetter.com), [oktoberfest.de](http://oktoberfest.de) und die Preissuchmaschine [billiger.de](http://billiger.de). Im Bereich Teletextwerbung ist SevenOne Interactive Marktführer, im Ranking der Online-Vermarkter liegt das Unternehmen mit 10,50 Millionen Unique User auf Platz 4 (AGOF/internet facts 2006-III).

---

News-ID: 136185 • Views: 1778 (Stand: 11.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/136185/nugg-ad-stellt-Predictive-Behavioral-Targeting-System-fuer-SevenOne-Interactive.html>