

nugg.adlsocial ermöglicht Social Networks erstmals datenschutzkonformes Targeting

07.04.2008, 16:22 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *nugg.ad AG*

nugg.ad bietet mit nugg.adlsocial ein Targetingtool zur werblichen Nutzung von Social Networks

- nugg.adlsocial steht für Datenschutz ohne Kompromisse
- nugg.adlsocial übersetzt Web2.0-Inhalte in vermarktbare und planbare Inventar

Communities und Social Networks haben in den letzten Jahren ein enormes Wachstum erfahren, sowohl bei der Nutzerzahl, als auch beim Onlinetraffic. Dieser Trend hält ungebrochen an. Allerdings sind die meisten Plattformen noch nicht in der Lage, diese Werte zu monetarisieren. Klassische, an den Content gebundene, Werbung lässt sich aufgrund der Struktur nicht optimal ausliefern. Zwar ist theoretisch die Auswertung der Profildaten für die Werbesteuerung möglich, aber diese Form der profilgesteuerten Werbung wird von Usern häufig als unangenehm empfunden und ist auch datenschutzrechtlich problematisch.

nugg.ad löst mit seinem neuen Produkt nugg.adlsocial als Erster dieses Problem mit dem Einsatz seiner Predictive Targeting Engine. Mit dem bewährten Prinzip der Kombination von Befragung und Messung werden Nutzerpräferenzen statistisch modelliert und unter anderem mit soziodemografischen Daten und Lifestyleinteressen angereichert. Durch die Einbindung externer Dienstleister, welche die Daten nur in anonymisierter Form an nugg.ad weitergeben, sowie durch die Auslieferung von Predictions, also statistischen Schätzungen, werden keine personenbezogenen Daten genutzt.

Das Prinzip des Datenschutzes durch informationelle Gewaltenteilung, welches nugg.ad grundsätzlich einhält, wird auch bei nugg.adlsocial konsequent weiter verfolgt. „nugg.adlsocial bietet erstmalig die Möglichkeit zur werblichen Nutzung von Communities ohne die direkte Nutzung von Profildaten.“, sagt Stephan Noller, Vorstand Produkt & Technologie bei nugg.ad. „Nutzer können sicher sein, dass keine personenbezieharen Daten genutzt werden, dennoch sind Werbetreibende in der Lage Werbung bei relevanten Zielgruppen zu schalten und die Plattformbetreiber können so profitabel arbeiten.“

Mehr Informationen unter www.nugg.ad.

Portrait

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. 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.

Mit dem einzigartigen Predictive Behavioral Targeting ermöglicht nugg.ad Behavioral Targeting inklusive Demographie

und Interessen für alle Nutzer ab dem ersten Klick. Dazu reicht nugg.ad Online-Nutzungsdaten mit Befragungsdaten zu Soziodemographie, Produktinteressen und Lifestyle an. So können Nutzerprofile in Echtzeit mit allen werberelevanten Informationen bereitgestellt und Anzeigen exakt an die Zielgruppe ausgeliefert werden. Um Behavioral Targeting auf noch breiterer Ebene zu ermöglichen, kann nugg.ad auf Kundenwunsch verschiedene Werbetreibende vernetzen.

Die nugg.ad AG mit Sitz in Berlin wurde im Mai 2006 von Stephan Noller, Frank Wagner und Klaus Kögler gegründet. Die Mehrheit der Aktien des Unternehmens befindet sich unter Kontrolle der Gründer. Seit November 2006 sind zudem die bmp Mediainvestors und weitere Finanzinvestoren am Unternehmen beteiligt.

Zu den Kunden von nugg.ad zählen unter anderem SevenOne Interactive (ProSieben, Sat1, MyVideo.de, Lokalisten.de), Orangemedia (Neu.de, Immonet.de), Hi-Media (Abacho.de, knuddels.de), Autobild.de (Axel Springer), Unister (preisvergleich.de), die Bronner AG mit ihren beiden Online-Tageszeitungen derStandard.at und dieStandard.at sowie Tripple Internet Content Services, eines der führenden Vermarktungsnetzwerke Österreichs. Als erster und bislang einziger Targeting-Anbieter verfügt nugg.ad über das Datenschutzgütesiegel des Unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD). Damit gehen Online-Vermarkter und Web-Publisher beim Einsatz der nugg.ad-Technologie sicher, die Rechte von Internetnutzern uneingeschränkt zu gewährleisten.

Mehr Informationen unter www.nugg.ad.

Media-Kontakt

Tobias Kaufman

News-ID: 201618 • Views: 1087 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/201618/nugg-adsocial-ermoeeglicht-Social-Networks-erstmal-datenchutzkonformes-Targeting.html>