

The logo for 'adality' is presented in white lowercase letters within a dark teal, rounded rectangular shape that has a folded bottom-left corner effect.

adality

GEOTARGETING & FIRST-PARTY DATA

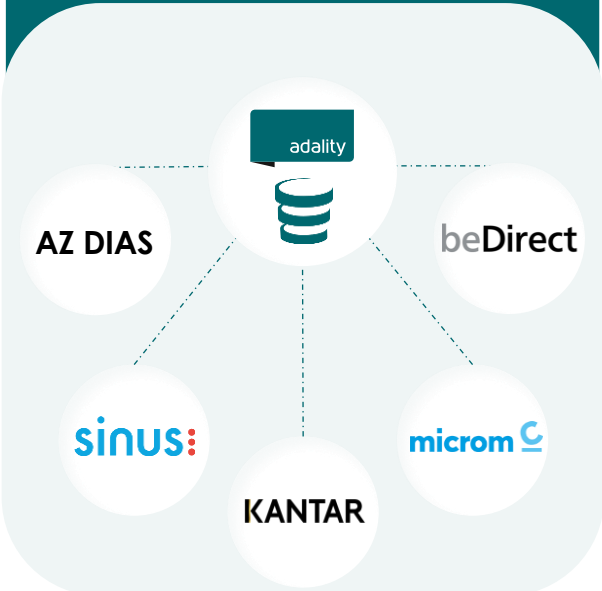
**OFFLINE-/ONLINEBRÜCKEN-
DIE FUNKTIONIEREN**



adality

Empowering Digital Marketing
since 2014

DATA-PROVIDER



CRM-ACTIVATION



DIGITAL GEO



DATA CLEAN ROOM

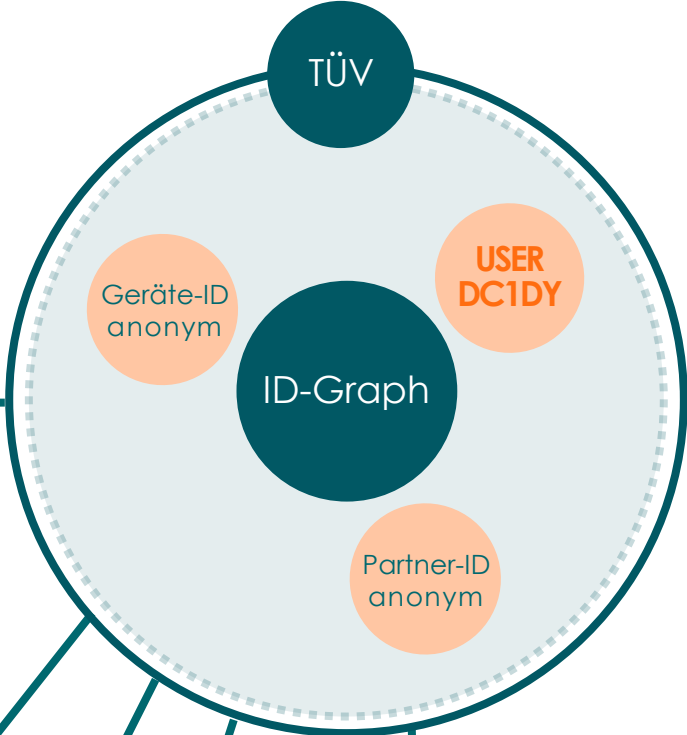


Customer
Mia Lorenz
Hamburg



Anonymisierung

CLEAN ROOM
adality



E-Mail anonym



@mia.lorenz

68 Mio.
Personen

42 Mio.
Haushalte

22 Mio.
Gebäude

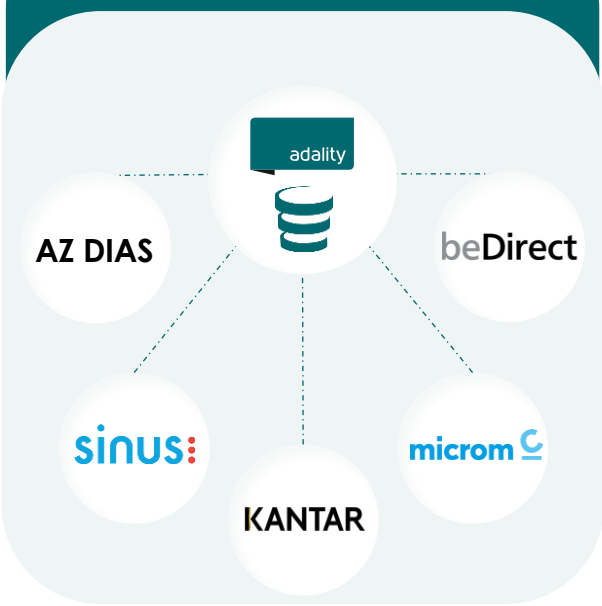
20 Mio.
Altadressen

171 Mio.
Brücken

adality

Empowering Digital Marketing
since 2014

DATA-PROVIDER



CRM-ACTIVATION



DIGITAL GEO



DATA CLEAN ROOM



Heutiger Geo-Marketing Standard **unbrauchbar?**

IP-basiertes Geo-Targeting (PLZ) ist im
Durchschnitt nur zu ca. **12% genau**

Anbieter-Methoden sind **intransparent**

kein einheitlicher **Messtandard** im Markt

IP-Targeting **versagt** mobil

REWE

Jan Flemming: "Der Markt hat ein Geo-Targeting-Problem"

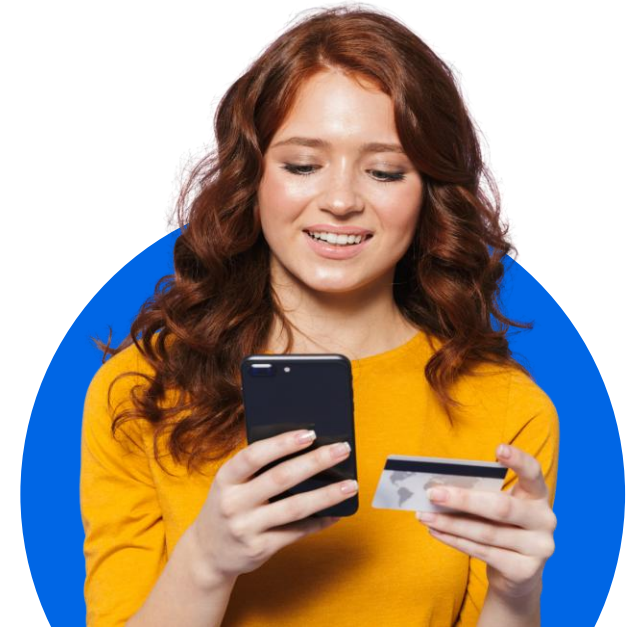
Sie haben nachgemessen: Der Rewe-Media-Chef Jan
Flemming und der Pioneers-Geschäftsführer Joel Koch
haben die Leistung von Geo-Targeting-Anbietern
überprüft. Note: Ungenügend.

Quelle: wuv.de | 18.02.25

HERAUSFORDERUNG

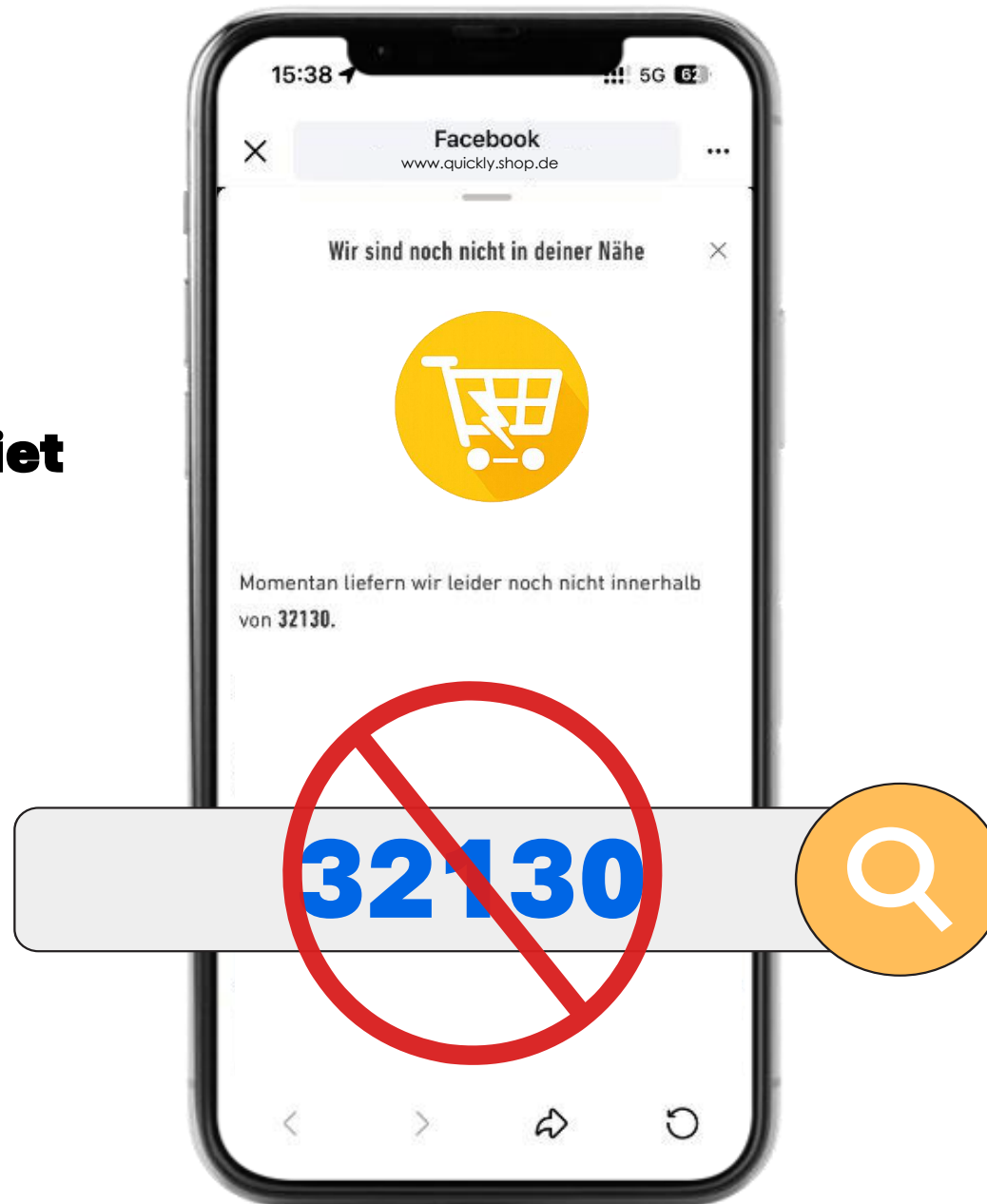


Liefer-Check!



Werbung außerhalb Liefergebiet

- ⊘ Hohe Media-Streuverluste
- ⊘ Unnötige Co2-Emissionen



Streuverluste **trotz** Geo-Targeting?

- Ungenaue Standortbestimmung
- Dynamische und geteilte IPs
- VPNs, Proxys & Mobile Netzwerke
- IPv6 & Datenbanken
- Grenzregionen



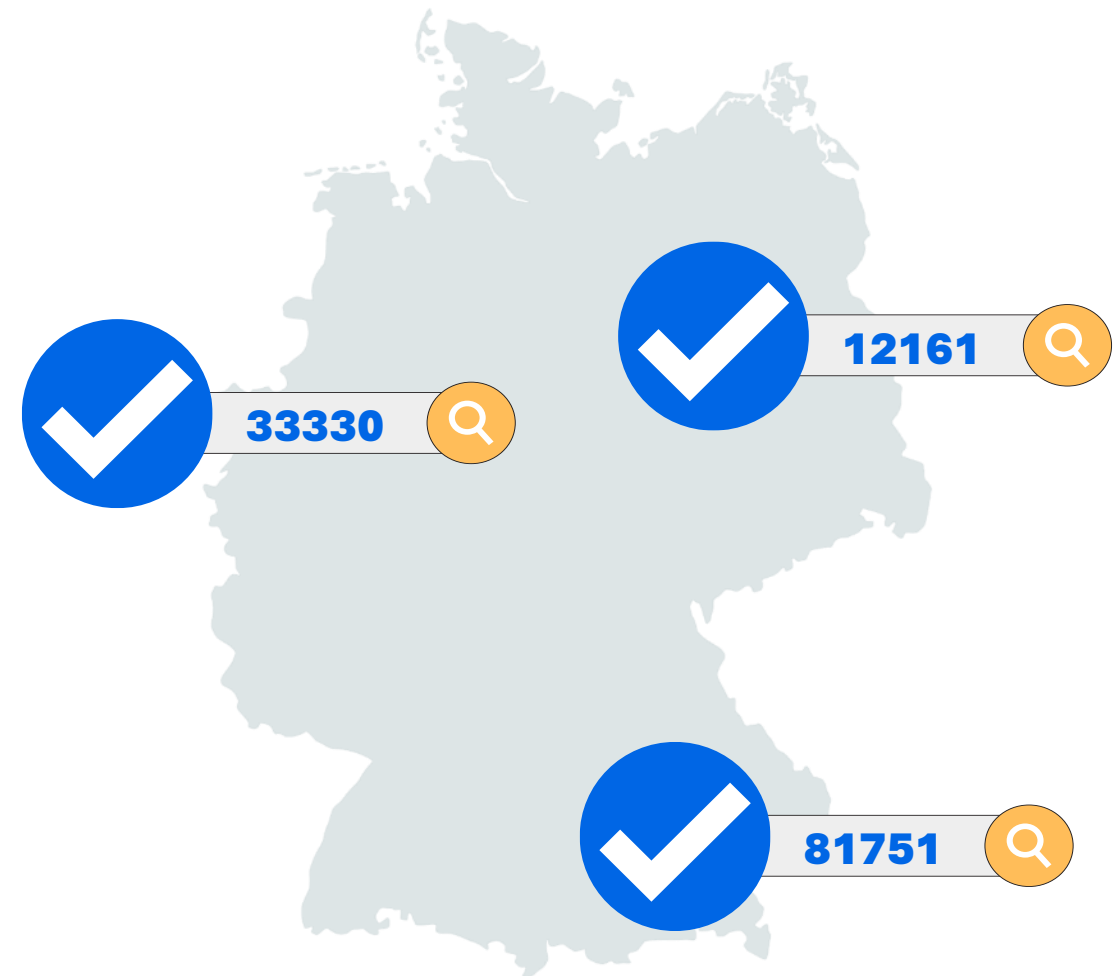
DIGITAL GEO mit adality

Gebäude als Startbasis
für das Geo-/Regio-Targeting

Gebäude-genaue
digitale Ansprache

mit **überstellten**
Geo-/Regio-Daten
oder unseren
Digital-Geo Daten

Datenqualität durch u.a.
Umzugsbereinigung



adality Identity-Graph als Onboarding Grundlage

Höchste Genauigkeit

87%

der werberelevanten
Zielgruppe

171 Mio.
Brücken

Höchste Qualität

44,2 Mio.

Online-User

42 Mio.
Haushalte

70 Mio.
Personen

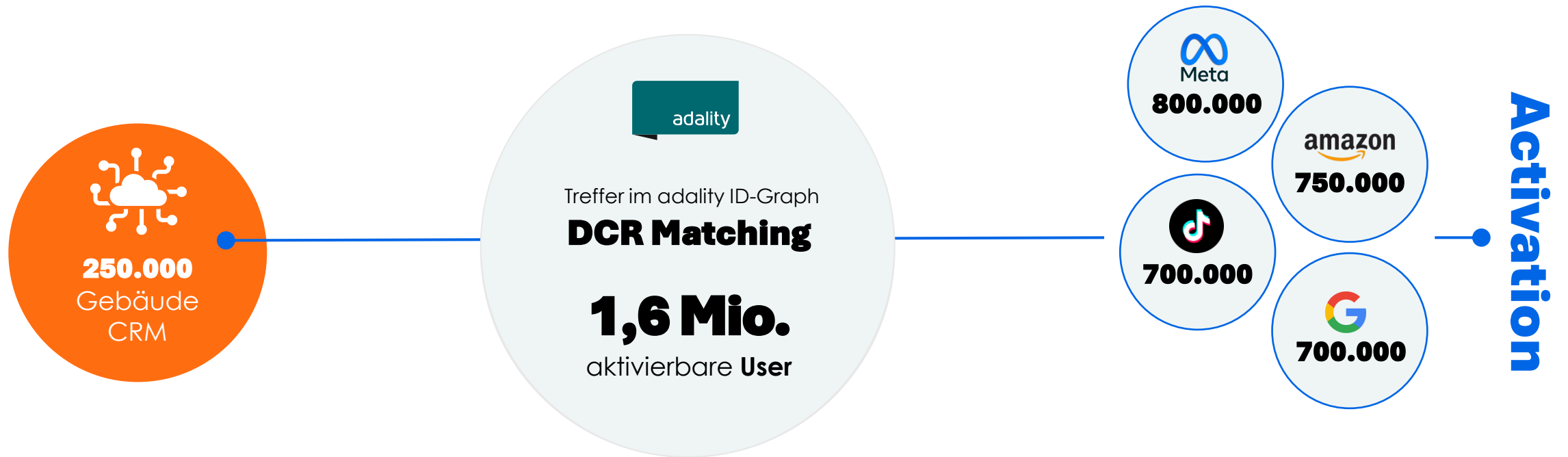
Gebäude-genaue digitale Ansprache

mit **postalischer**
Wohnadresse

Datenschutzkonform

Digitale Kampagne

Nutzung von Gebäudedaten



www.adality.de

Messbarer Impact auf Absatz & Effizienz

Plattform-
übergreifend
**skalierbare
Reichweite**

Geringere
**Ablehnungs-
quote** durch
optimiertes
Twinning

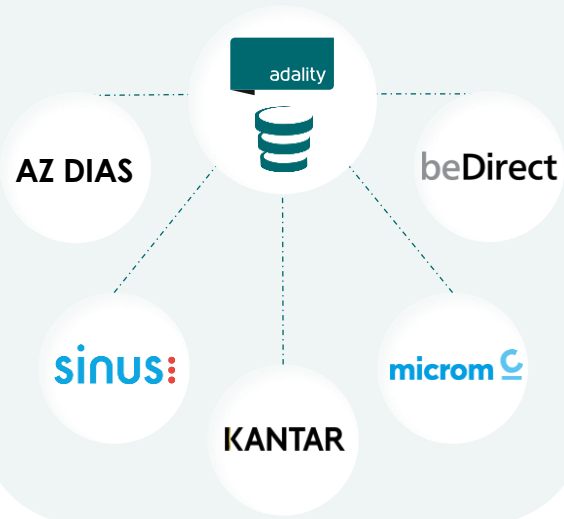
**Weniger
Streuverluste**
& unnötige
Impressionen

**Effizienterer
Mediaeinsatz**
mit CO₂-
Reduktion

adality

Empowering Digital Marketing
since 2014

DATA-PROVIDER



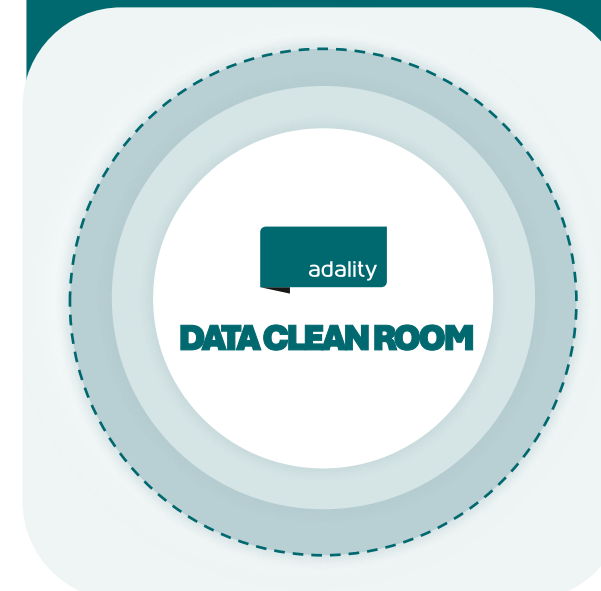
CRM-ACTIVATION

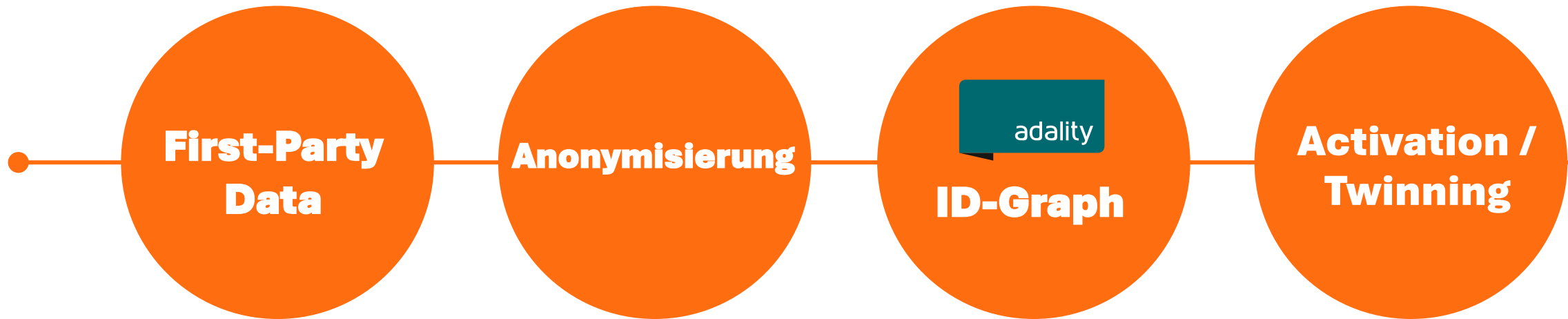


DIGITAL GEO



DATA CLEAN ROOM





Zielgruppe

Privacy Enhancing Technology

Effektive Anonymisierung bereits beim Überstellen der Daten

DSGVO-konform

Datenverknüpfung

Steigerung der aktivierbaren Reichweite

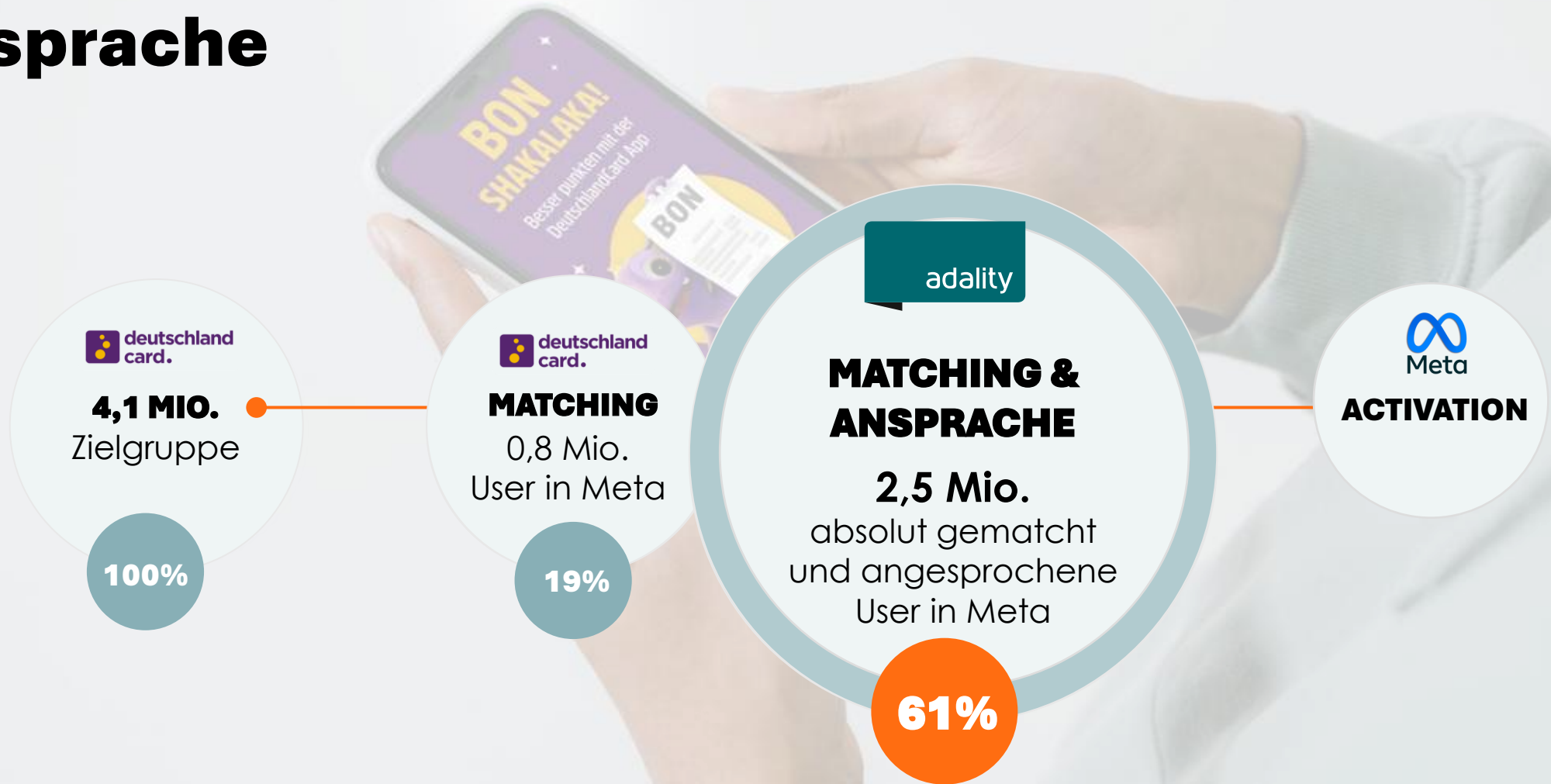
Aktivierung

Datenpush der Zielgruppe oder Lookalikes zu Publisher

**Digital –
überall dort,
wo deine
Kunden sind**



Bestandskunden- Ansprache



Bestandskunden- Ansprache



Uplift

+213%



1,7 Mio. 

Zusätzliche User
dank adality ID-Graph

Bestandskunden- Ausschluss

DYMATRIX


Bestandskunden
aus Dymatrix CXP

5 Mio. User IDs

 adality

**3,1 Mio.
zusätzliche IDs**

im adality ID-Graph

 Meta

**43,0%
Matching**

in Meta via adality

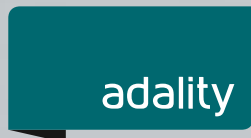
Einsparung 

-15%

vom Media Spend

100% 

anonymisierte
Datenverarbeitung



Messbarer Impact auf Absatz & Effizienz

- Massiver **Match Rate Uplift**
- Größere adressierbare **Reichweite**
- Effektive **Vermeidung von Streuverlusten**
- Höherer **Datenschutz** durch
anonymisierte Datenverarbeitung

**DER
EFFEKT**

Partnerschaften & Innovation

als Treiber
für den Erfolg
von First-Party Daten



adality.de

**Smart verbinden.
Gemeinsam wachsen.**

adality

| www.adality.de



adality



linkedin.com

Florian Bole

Head of Digital Data and Services

florian.bole@bertelsmann.de

www.adality.de