

Daten verbinden

Datenkollaborationen bieten im neuen Zeitalter der Datensensibilität große Chancen für die Zukunft.

••• Von Sascha Harold

BASINGSTOKE. Die Zeit der Third-Party-Cookies ist vorbei. Während viele noch auf die bestehenden großen „Walled Gardens“ setzen, haben andere erkannt, dass sie mit Datenkollaborationen alternativ dazu ein offenes Daten-Ökosystem schaffen können.

„Um die Verbraucher ohne Third-Party-Cookies weiterhin mit relevanten Ads zu erreichen, müssen Unternehmen zwangsläufig enger mit anderen Werbetreibenden, Publishern und Drittanbietern zusammenarbeiten“, erläutert Dennie Trost, Director Sales CE bei InfoSum, einem

weltweit führenden Data Collaboration Platform-Anbieter.

Das Entscheidende ist hier – Stichwort Datenschutz – die Art der Zusammenarbeit: „Wenn Unternehmen ihre wertvollen First-Party-Daten nicht mit Dritten teilen und stattdessen auf sichere Datenkollaborationen und Data-Clean-Room-Technologien setzen, können sie so sicher mehrere Datensätze kombinieren, vergleichen und Zielgruppen identifizieren, ohne dass dabei Daten verschoben oder geteilt werden müssen“, so Trost.

Datenschutz Rechnung tragen
Datenkollaborationen können so die Vorteile zielgerichteter Wer-

Tech-Erfahrung

Dennie Trost ist seit 2022 Director Sales CE bei InfoSum und bringt Erfahrung in Sales, Business Development und Account Management mit.

bung mit hoher Datensicherheit kombinieren und tragen damit auch den Datenschutzerfordernissen Rechnung. „Die Daten werden miteinander verbunden, ohne dabei geteilt zu werden – darin liegt der wesentliche Un-

terschied“, erläutert Trost. So werde das Vertrauen der Kundenschaft erhöht, denn das Risiko von Datenmissbrauch sinke dadurch erheblich. „Eine klare Win-Win-Situation“, fasst Trost zusammen.



© Palmar von Wienskowski

feibra complete: noch mehr Reichweite für Ihren Prospekt



Im Briefkasten
und online

Die passende Ergänzung
Ihrer Printkampagne
zum Fixpreis

Gleiches Streugebiet, gleiche Zielgruppe, kein zusätzlicher Aufwand für Sie: Wir spielen Ihren Prospekt zusätzlich zur Verteilung in den Briefkasten auch programmatisch über ein Netzwerk von Onlinemedien aus – damit erreichen Sie auch Zielgruppen, die keine Printprospekte erhalten.

www.feibra.at/complete

feibra

WIR MACHEN
WERBUNG WIRKSAM.