Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

10.11. 2022

Decentriq startet Media-Clean-Room-Plattform

Von PPS



Bild Rechte
dq technologies AG

Neue Line Extension erleichtert Advertisern und Publishern den Einstieg in die Nutzung von Data Clean Rooms

(Zürich)(PPS) **Mit Partnern jetzt noch einfacher und schneller auf First-Party-Datenbasis zusammenarbeiten: Decentriq, Schweizer Anbieter einer Data-Collaboration-Plattform, hat sein Produktportfolio erweitert. Neben den klassischen Data Clean Rooms, die bereits von zahlreichen internationalen Kunden aus den Bereichen Finanzen, Medien, Gesundheit, TV und Entertainment genutzt werden, hat Decentriq jetzt eine neue Line Extension für die Media- und Advertising-Branche aufgelegt. Die neuen Media Clean Rooms warten mit einer Reihe innovativer und speziell auf die Bedürfnisse von Publishern und Werbetreibenden ausgerichteter Features auf und erleichtern diesen den Einstieg in die Nutzung von Data Clean Rooms.**

Media Clean Rooms: Data Clean Room Line Extension für die Media- und Advertising-Branche

Data Clean Rooms gelten als wegweisendes Konzept, den durch den Wegfall von Third Party Cookies bedingten Verlust an Datenqualität und -intelligenz auszugleichen. Doch noch ist der Einsatz entsprechend hochwertiger und leistungsstarker Lösungen häufig relativ komplex. Um hier Abhilfe zu schaffen, hat Decentriq auf der Basis seiner bestehenden Technologieplattform die Media Clean Rooms entwickelt. Sie adressieren zum einen spezifische Datenanforderungen im Advertising- und Programmatic-Bereich und ermöglichen zum anderen eine schnelle und einfache Implementierung und Nutzung:

- „Plug & Play“: Anwender können die Media Clean Rooms ohne die Unterstützung von Data Scientists nutzen. Die Data-Collaboration-Räume lassen sich in wenigen Minuten einrichten und einfach verwalten, Zielgruppen können unmittelbar in einer intuitiven, browserbasierten Oberfläche (no-code SaaS-Interface) erstellt werden.
- Consentless Lookalike Segmente: Erstmals können Werbetreibende ihre First-Party-Daten ohne zusätzliche Nutzereinwilligung dazu nutzen, hochwertige Lookalike-Segmente auf Basis der First-Party-Daten eines Publisher-Partners Inventars abzubilden. Möglich macht dies die für alle Decentriq Lösungen typische Kombination von Confidential Computing und Privacy-First-Design, durch die alle Parteien die volle Kontrolle über ihre First-Party-Daten haben und nur anonymisierte aggregierte Erkenntnisse aus den Daten extrahieren können.
- Adtech-Neutralität: Die Media Clean Rooms verfügen über offene Schnittstellen (API), die eine Integration mit den Programmatic-Systemen – DSP (Demand-Side-Plattform), SSP (Supply-Side-Plattform), DMP (Data-Management-Plattform) und CDP (Customer Data-Plattform) – aller marktgängigen Anbieter ermöglichen. Dadurch haben die Partner maximale Flexibilität im Hinblick auf ihren Adtech-Stack und können schneller auf Daten zugreifen.
- ID-Agnostik: Beim Matching der Daten von Publishern und Werbetreibenden ist ein beliebiger übereinstimmender Identifier (ID) zur Erkennung der Überschneidung zwischen den First-Party-Datenbeständen ausreichend. Damit kann der Media Clean Room seine erweiterten Berechnungen durchführen, um neue hochwertige Segmente in der Zielgruppe des Publishers zu finden und anzusprechen.

Decentriq Data Clean Rooms: The Switzerland of Data

Für weitere Use Cases und Analysen über die branchentypischen Anwendungsfälle hinaus können Werbetreibende und Publisher jederzeit von einem no-coding Media Clean Room auf einen klassischen Decentriq Data Clean Room umsteigen. Dort stehen ihnen neben weiterführenden Datenauswertungen in verschiedenen Programmiersprachen (u.a. R, Python und SQL) auch Privacy-by-Design-Ansätze wie bspw. Differential Private Synthetic Data zur Verfügung.
Sämtliche Decentriq Data Clean Rooms verbinden Datenschutz und hohe Datensicherheit auf Basis von Confidential-Computing-Technologie miteinander. Die Lösung stellt dabei sicher, dass vom Hochladen der Daten durch die jeweiligen Partner über die Verarbeitung bis hin zur Datenaktivierung zu jeder Zeit eine Verschlüsselung eingehalten wird, die keiner Partei – einschliesslich Decentriq selbst – zu irgendeinem Zeitpunkt auch nur theoretisch die Möglichkeit gibt, Daten einzusehen, die die jeweils andere Partei nicht freigegeben hat. Es wird und ist eindeutig definiert, wer was in welcher Form zu sehen oder zur Nutzung bekommt – Veränderungen dieser Definitionen sind nur mit der Zustimmung aller Parteien möglich.

“Wir stehen im stetigen Austausch mit allen Anwendern unserer Data-Clean-Room-Plattform, um die Weiterentwicklung unserer Technologie und Produkte bestmöglich auf ihre branchenspezifischen Anforderungen auszurichten. Bei Gesprächen mit Werbetreibenden und Publishern ist schnell klar geworden, dass Data Clean Rooms im Media- und Advertising-Bereich andere Funktionalitäten bieten müssen: Sie müssen durch eine No-Code-Lösung einfach anwendbar sein, und eine flexible Anbindung in das bestehende Advertising-Ökosystem von DSPs, DMPs oder CDPs durch API ist ein Muss. Darüber hinaus setzt ein hohes Mass an Datensicherheit neue Anwendungsfälle für die Datennutzung und zum Segmentieren frei. Das alles haben wir bei der Konzeption unserer Media Clean Rooms berücksichtigt und eine massgeschneiderte Lösung für die Media- und Advertising-Branche geschaffen”, erklärt Maximilian Groth, CEO von Decentriq.

Über die Organisation:

Über Decentriq
Decentriq ist ein in der Schweiz ansässiger Anbieter von Data-Collaboration-

Plattformen. Basierend auf Confidential-Computing-Technologie können Unternehmen mit den Decentriq Data Clean Rooms datenschutzkonform eigene Daten (First-Party-Daten) mit denen von Partnern abgleichen, auswerten und nutzbar machen. Dabei verlassen die Daten niemals den Schutzraum des jeweiligen Unternehmens und stehen jederzeit zu 100% unter dessen Kontrolle. Die Decentriq Technologie stellt darüber hinaus technisch nachweisbar sicher, dass Daten nicht anders als vereinbart genutzt werden können. Internationale Kunden aus den Bereichen Finanzen, Medien, Gesundheit, TV und Entertainment nutzen die Lösung bereits. Decentriq wurde 2019 von Maximilian Groth und Stefan Deml in Zürich gegründet und von Microsoft Switzerland jüngst zum Startup of the Year 2022 gekürt. Neben dem Headquarter in Zürich unterhält das Unternehmen Offices in Berlin und Barcelona. Mehr unter decentriq.com.

Pressekontakt:

dq technologies AG
Josefstrasse 219
8005 Zürich

Sandra-Lorena Bahlmann
Marketing Lead Decentriq
E-Mail: press @ decentriq.com

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/decentriq-startet-media-clean-room-plattform*