

## TARGETED CONTENT

### SPOTLIGHT

- *Im Zeitalter von Mobile und Social Media erwarten Konsumenten vermehrt relevante Inhalte zu erhalten, statt nach diesen aktiv zu suchen.*
- *In diesem Zusammenhang müssen Publisher Inhalte liefern, die die Interessen der Konsumenten zur richtigen Zeit und im richtigen Kontext reflektieren.*
- *Durch die Nutzung von Daten können Publisher ihre Zielgruppen identifizieren und Kampagnen als auch Inhalte effizienter aussteuern.*
- *Targeted Content bietet in Zusammenspiel mit Native Advertising das passende Umfeld für die Platzierung von Advertising zu Premium-Preisen.*

### DEFINITION

Targeted Content ist der sichtbare Output einer datenbasierten Interaktion zwischen Publishern und deren Zielgruppen, wodurch generische Informationen in relevante Inhalte transformiert werden. Publisher können durch die Analyse des Nutzungsverhaltens im situativen Kontext einen nahtlosen Konsum von Inhalten bieten. Zudem können Publisher Personalized und Native Advertising erfolgreicher als Standard Display Advertising verkaufen.

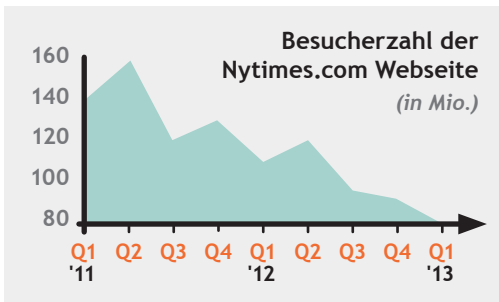


# Einflussfaktoren für Targeted Content

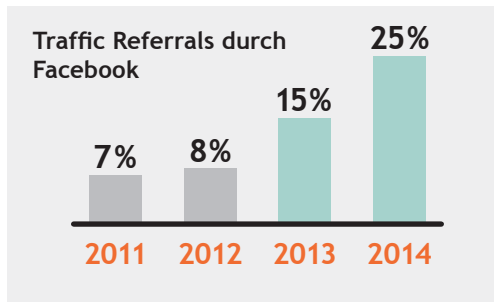
1

## SOCIAL MEDIA

> Konsumenten entwickeln vermehrt die Erwartungshaltung: „Wenn Inhalte relevant sind, werden sie mich finden“



...ist in den vergangenen Jahren um ca. 50% gesunken



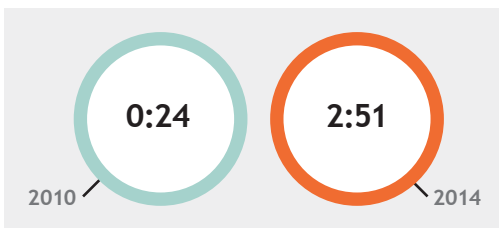
Der globale Anteil von Social Media als Traffic-Quelle beträgt etwa ein Drittel

Nutzer erwarten ein nahtloses Konsumerlebnis von Inhalten auf diversen Endgeräten und über verschiedene Plattformen hinweg

2

## MOBILE

> Die intensive Nutzung von mobilen Devices erhöht den Bedarf an Informations-Filterung



Die durchschnittliche mobile Mediennutzung am Tag\* ist in den letzten Jahren beträchtlich gestiegen



80% der Erwachsenen weltweit werden bis zum Jahre 2020 ein Smartphone besitzen

Via Mobile können Publisher ihre Nutzer zur passenden Zeit, mit relevanten Inhalten und auf präferierten Endgeräten erreichen

## Chancen und Risiken

### Für Medienunternehmen

- > Durch die Darstellung relevanter Inhalte in einem präferierten Umfeld hilft Targeted Content, Zielgruppen effizienter anzusprechen
- > Konsumenten werden durch die Anpassung von Inhalten an wechselnde Interessen langfristig gebunden
- > Zusammen mit Native Advertising & Content Marketing lassen sich höhere Anzeigenpreise durchsetzen

### Für Brands

- > Hilft bei der Akquise von potentiellen Kunden, durch die Darstellung von ansprechenden Inhalten
- > Beeinflusst die Kaufentscheidung und generiert Leads, bevor Kunden selbst nach Produkten oder Services suchen
- > Stärkt das Employer Branding und vereinfacht dadurch das Anwerben von Mitarbeitern

### Für Nutzer

- > Nutzer müssen nicht mehr selbst nach Inhalten suchen, sondern bekommen diese zugeliefert
- > Da die Inhalte auf den Interessen basieren, fühlt sich der Nutzer stärker persönlich angesprochen

### Risiken

- > Medienunternehmen fürchten um ihre Markensichtbarkeit und Anzeigenerlöse, wenn sie vermehrt auf Drittplattformen ihre Inhalte verbreiten. (Kooperationen mit Umsatz-Shares und Kontrolle über Branding und Design reduzieren das Risiko, z.B. Instant Articles)
- > Datenschutzgesetze können das Targeting verhindern. (Daher ist sicherzustellen, dass die Herangehensweisen sich im rechtlichen Rahmen bewegen)

## KONTEXTUELLE EMPFEHLUNG



➤ Outbrain und Taboola sind führende Distributions-Plattformen, die durch Empfehlungen auf externen Webseiten Inhalte verbreiten

➤ Beide Unternehmen arbeiten daran, Inhalte gezielter durch user-spezifischen Empfehlungen zu platzieren

3,4  
Mrd. USD

➤ Das Umsatzpotential des Marktsegmentes kontextueller Empfehlungen wird auf 3,4 Mrd. USD bis 2018 geschätzt

## INSTANT ARTICLES

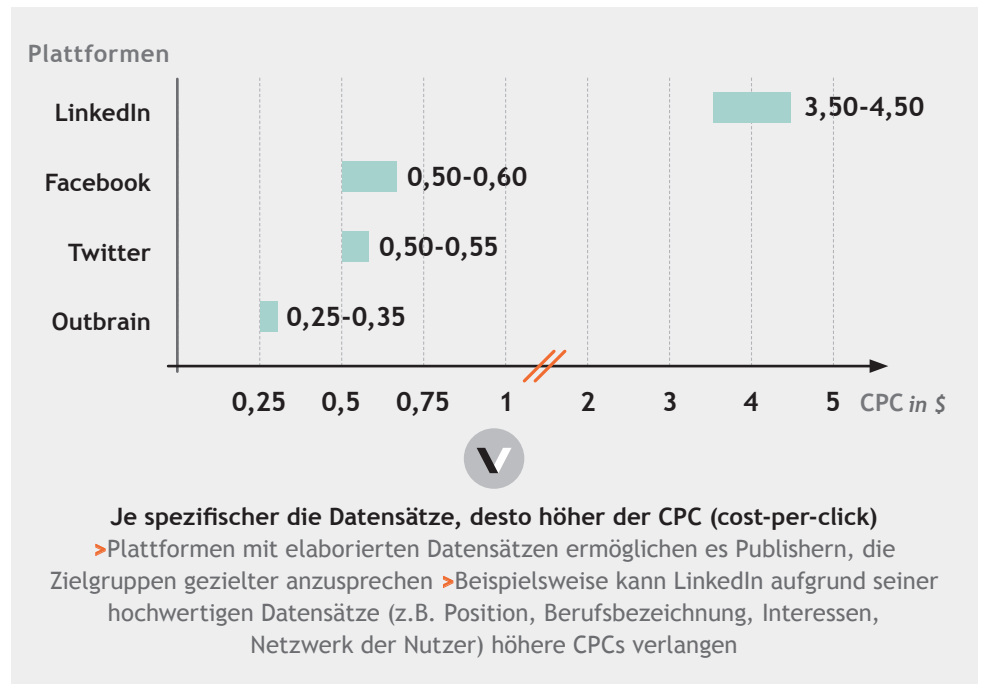


➤ Instant Articles ermöglichen es Medienfirmen, Zielgruppen in Social Media effizienter anzusprechen. Facebook hat als erster großer Anbieter diese Form von Content initiiert. Auch Google und Twitter arbeiten an vergleichbaren Lösungen

➤ Der Zugang zu vollständigen Artikeln, ohne die Nutzer auf externe Webseiten weiterleiten zu müssen, macht den Nachrichtenkonsum flüssiger

➤ Facebook und Medienunternehmen monetarisieren die Inhalte gemeinsam und teilen die Werbeeinnahmen

## KOSTEN, UM ZIELGRUPPEN ZU GEWINNEN



## PROZESS UND ANFORDERUNGEN



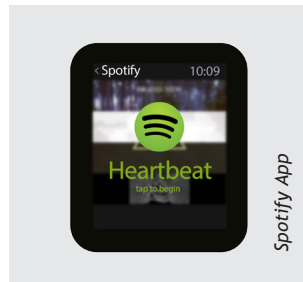
# Wer nutzt bereits Targeted Content?



Google Now Cards

>Google Now liefert situativ relevante Inhalte und Suchergebnisse durch die Kombination des Nutzungsverhalten mit Echtzeit-Daten

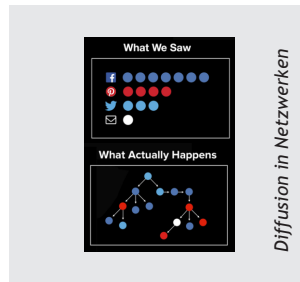
>Interessen der Nutzer werden, bspw. durch zum Nutzerprofil passende Nachrichten, Attraktionen und Events, antizipiert, ehe sie nach Inhalten zu suchen beginnen



Spotify App

>Spotify nutzt Echtzeit-Informationen (z.B. Herzfrequenzen), um das Musikerlebnis passend zur Aktivität und Stimmung des Nutzers zu personalisieren

>Dadurch können Publisher Inhalte, wie Fitness bezogene Ads während eines Workouts, ansprechender platzieren



Diffusion in Netzwerken

>BuzzFeeds Technologie Pound\* zeigt, wie Inhalte über diverse Netzwerke geteilt werden, indem sie den Spuren der Diffusion über mehrere Nutzer folgen

>Inhalte können dadurch so platziert werden, dass sie nicht nur ansprechend auf den Nutzer wirken, sondern auch mehrfach geteilt werden

## ZITATE

"Content is King, but Distribution is Queen."

Jonathan Perelman,  
Head of Digital, BuzzFeed

"We stopped counting on homepages and apps. (...) Social is where our girl is. (...) That is where she lives."

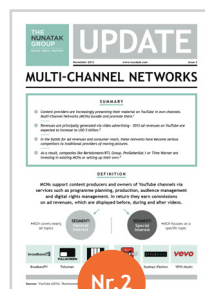
Kate Lewis,  
VP Hearst Digital

## WEITERLESEN

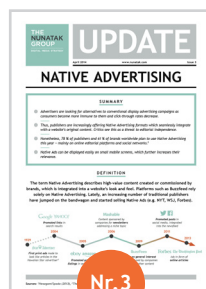
Falls Ihnen dieses Nunatak Update gefallen hat, werfen Sie doch auch einen Blick auf unsere vorigen Ausgaben: [www.nunatak.com](http://www.nunatak.com)



Nr.1



Nr.2



Nr.3



Nr.4



Nr.5

The Nunatak Group ist ein Beratungsunternehmen für digitale Strategien mit Sitz in München. Unser Fokus liegt auf Wachstumsstrategien, Digital Finance, Digital Content, Digital Coaching und Investment-Unterstützung für Firmen aus Wachstumsbranchen.

The Nunatak Group GmbH | Managing Partner: Robert Jacobi, Rupert Schäfer  
[www.nunatak.com](http://www.nunatak.com) | [info@nunatak.com](mailto:info@nunatak.com)