

## Verschiedene Data-Management-Plattformen kurz vorgestellt (Auswahl)

Name der Lösung	Beschreibung	Welche Arten von Daten werden gespeichert?	Wie funktioniert der Datenabgleich?	Zielgruppe für die DMP?	Kosten/Abrechnung
<b>Adex DMP</b>	Ein eigenständiges Tool, das in vielen Third-Party-Systemen integriert ist	Daten aller Art wie First- und Third-Party-Daten, Social- oder Analytics-, Offline-, CRM- oder Newsletter-Daten	Gehashte User-Daten von verschiedenen „Touchpoints“ werden an die DMP übertragen	Werbungtreibende, die digital werben, Daten- und Technologiedienstleister, Publisher	Software-as-a-Service: Kunden zahlen monatlich eine Lizenzgebühr
<b>Adobe Audience Manager</b>	Eigenständiges Tool, kann mit externen Tools und mit Adobe-Marketing-Cloud-Lösungen integriert werden	Es werden nur nicht personenbezogene Daten gespeichert wie Web-Analytics-, Social-, Mobile-, anonymisierte CRM-Daten	Mit Synchronisierung zwischen der „Audience Manager ID“ und der gehashten CRM- oder Datenbank-ID	Advertiser oder Publisher im Enterprise-Segment	Transaktionsorientiertes Preismodell
<b>Ignition One Data Management Platform</b>	Die DMP kann als eigenständiges Tool oder im Verbund mit anderen Ignition-One-Produkten genutzt werden	Daten aller Art wie Display, Social, Search, CRM, Onsite, E-Commerce	Über sogenannte Unique User Profiles: Daten werden unter einer „Master Profile ID“ aggregiert	Unternehmen, deren Daten auf heterogene Datenpools verteilt sind und die Daten integrieren wollen	Einmalige Implementierungskosten und laufende Kosten abhängig von der Zahl der Profile sowie den aktivierten Kanäle
<b>Mediamath Terminal One Audience Management</b>	Die DMP ist Teil des „Terminal One Marketing Operating System“, einer Demand-Side-Plattform	Daten zu Konsumenten wie First-, Second- und Third-Party-Daten, Offline- und Transaktionsdaten	Eigenes Identity-Management	Werbungtreibende, Agenturen und Publisher	Kosten variieren je nach Kunde
<b>Nugg Ad Data Market Place</b>	Die DMP läuft im „Managed Service“ und ist die Basis des Nugg-Ad-Audience-Angebots	Verarbeitung aller Datenarten, sofern die Unternehmen datenschutzkonform agieren	Über Cookies oder Server-2Server mit vorangegangenen ID-Synching, Common Keys, „hashed“ E-Mail- oder anderen Adressen	Die Supply- und Demand-Seite für klassisch digitale oder programmatische Kampagnenbuchungen	Ein vorab vereinbarter Teil des Umsatzes der Kampagne wird an Nugg Ad ausbezahlt
<b>Oracle Data Management Platform (Bluekai)</b>	Die Oracle Data Management Platform ist Bestandteil der Oracle Marketing Cloud	Daten aller Art wie First-, Second- und Third-Party-Daten, Offline-, Transaktionsdaten oder CRM-Daten	Oracle führt über den „ID-Graph“ anonymisierte und bekannte Daten für jeden Konsumenten in ein individualisiertes ID-Graph-Profil zusammen	Werbungtreibende und Publisher	Das Pricing richtet sich nach den aktivierten Datensegmenten und welche Kanäle für die Aussteuerung benutzt werden