

Medienmitteilung

# Splicky setzt mit intervista auf einen zweiten, renommierten Schweizer Datenpartner

**Die Demand-Side-Plattform (DSP) Splicky erweitert in der Schweiz konsequent ihre Targeting-Möglichkeiten für programmatische Digital-Out-of-Home- (DOOH) Kampagnen. Dank einer neuen Kooperation mit dem Schweizer Forschungsinstitut intervista können Werbetreibende nun zusätzlich auf ein umfangreiches und für den Schweizer Markt neuartiges Datenangebot zugreifen.**

Küsnacht, 25.09.2025 – Über die Demand-Side-Plattform (DSP) Splicky buchen Werbetreibende ihre programmatischen Kampagnen für Mobile, Desktop, DOOH, CTV und Digital Audio. Was mit der Integration der Zielgruppensdaten von Senozon vor rund einem Jahr begann, wird mit der Zusammenarbeit mit intervista konsequent weitergeführt; Schweizer Qualitätsdaten für den programmatischen Einkauf von DOOH in der Schweiz. Während Senozon eine Vielzahl hauptsächlich soziodemografischer Zielgruppen aus ihrem Mobilitätsmodell und der täglichen und vollständig anonymisierten Auswertung der Mobilfunkdaten von Sunrise anbietet, basieren die neuen intervista Daten auf Primärdatenerhebungen, wie Mobilitätsdaten aus dem Footprints-Panel und Interviews aus dem Online-Panel. Dadurch lassen sich neu auch Kampagnen auf der Grundlage von Nutzungs- und Interessensdaten steuern. Ein Novum für fast das gesamte Schweizer DOOH-Inventar.

intervista stellt für die Screens stunden- und wochentagsgenaue Affinitätswerte zu rund 150 Zielgruppenvariablen bereit. Diese Werte geben an, wie stark eine bestimmte Eigenschaft innerhalb einer Zielgruppe an einem bestimmten Standort und zu einer bestimmten Zeit über- oder unterrepräsentiert ist. Je höher der Affinitätswert, desto gezielter kann die gewünschte Zielgruppe erreicht werden. «Mit diesen Daten lassen sich Zielgruppen-Targetings datenbasiert umsetzen», sagt Beat Fischer, Mitglied der Geschäftsleitung bei intervista.

Das Variablenangebot umfasst unter anderem:

- **Lifestyle und Interessen:** Hobbies, Freizeitaktivitäten (z.B. Shopping, Kino) und sportliche Aktivität (z.B. Wandern, Jogging)

- **Konsum- und Markenpräferenzen:** Besitz von Autos in verschiedenen Preisklassen, Kundenbeziehungen zu spezifischen Banken, Versicherungen, Krankenkassen oder Mobilfunkanbietern
- **Mobilitätsverhalten:** Flugreisen oder Bahnnutzung
- **Frei verfügbares Anlagevermögen**

Dank dieser umfangreichen Zielgruppendaten können Werbetreibende über Splicky nun noch effizienter Streuverluste minimieren, weitere Zielgruppen gezielt ansteuern und so die Wirkung ihrer Werbung steigern.

«Die Nachfrage und Nutzung von Daten und insbesondere von Schweizer Datenanbietern ist im Bereich DOOH konstant gestiegen. Sie werden dem Medium gerecht, steigern Effizienz und Nähe und fliessen bereits regelmässig in das Setup programmatischer Kampagnen ein», sagt Florian Walz, Country Director Splicky Switzerland.

### **Kontakt**

Simone Schulz, Head of Brand and Digital Marketing/Deputy CMO, Goldbach Group AG  
+41 79 653 12 61, [simone.schulz@goldbach.com](mailto:simone.schulz@goldbach.com)

### **Über Splicky**

Splicky, vormals Jaduda, entwickelt und betreibt die gleichnamige Multichannel Demand Side Plattform "Splicky". Diese ermöglicht den programmatischen Einkauf von Werbeflächen auf mobilen Endgeräten, Desktop Computern, Digital-out-of-Home-Bildschirmen und Connected TV genauso wie von Audio-Werbeformaten auf Radiosendern und Smart Speakern. Splicky ist spezialisiert auf Fragestellungen rund um Programmatic Advertising in der DACH Region und darüber hinaus. Die Splicky GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Schweizer Goldbach Group mit Sitz in Küsnacht.

[www.splicky.com](http://www.splicky.com)

### **Über intervista**

intervista gehört zu den führenden Forschungsinstituten der Schweiz. Das Unternehmen steht für hochwertige, individuell zugeschnittene Forschungslösungen und setzt dabei konsequent auf moderne Methoden. Mit besonderem Fokus auf Marken-, Zielgruppen-, Mobilitäts- und Werbewirkungsforschung liefert intervista präzise und fundierte Daten und Entscheidungsgrundlagen.

[www.intervista.ch](http://www.intervista.ch)

### **Über die Goldbach Group**

Die Unternehmen der Goldbach Group vermarkten und vermitteln Werbung in den Gattungen TV, Radio, Print, Online, Aussenwerbung und Performance Marketing. Dabei stehen einfache Informations-, Beratungs- und Buchungsprozesse im Vordergrund. Um die Endkonsument\*innen zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und im richtigen Kontext zu erreichen, verfolgt Goldbach einen konsequenten Multi-Channel-Ansatz. Die Goldbach Group hat ihren Sitz in Küsnacht und ist ein Unternehmen der TX Group.

[www.goldbach.com](http://www.goldbach.com)