



Wetter Targeting 2.0

Data-Best-Practice: Erfolgreich mit Wetterdaten werben.

Stefan Bornemann . COO . wetter.com

Hamburg, 24. November 2021



© wetter.com GmbH



METEONOMIQS

powered by wetter.com

Wir über uns

METEONOMIQS: wetter.com Data Unit bietet Wetter-Lösungen für B2B Anwendungen

CONSUMER & MEDIA

wetter.com



WEB
APP

No.1 B2C Weather Portal in DACH
with up to 20 mil monthly UU (AGOF)



TV
RADIO
PRINT
ONLINE

Full service, cross-media
>50 daily productions

DATA

METEONOMIQS

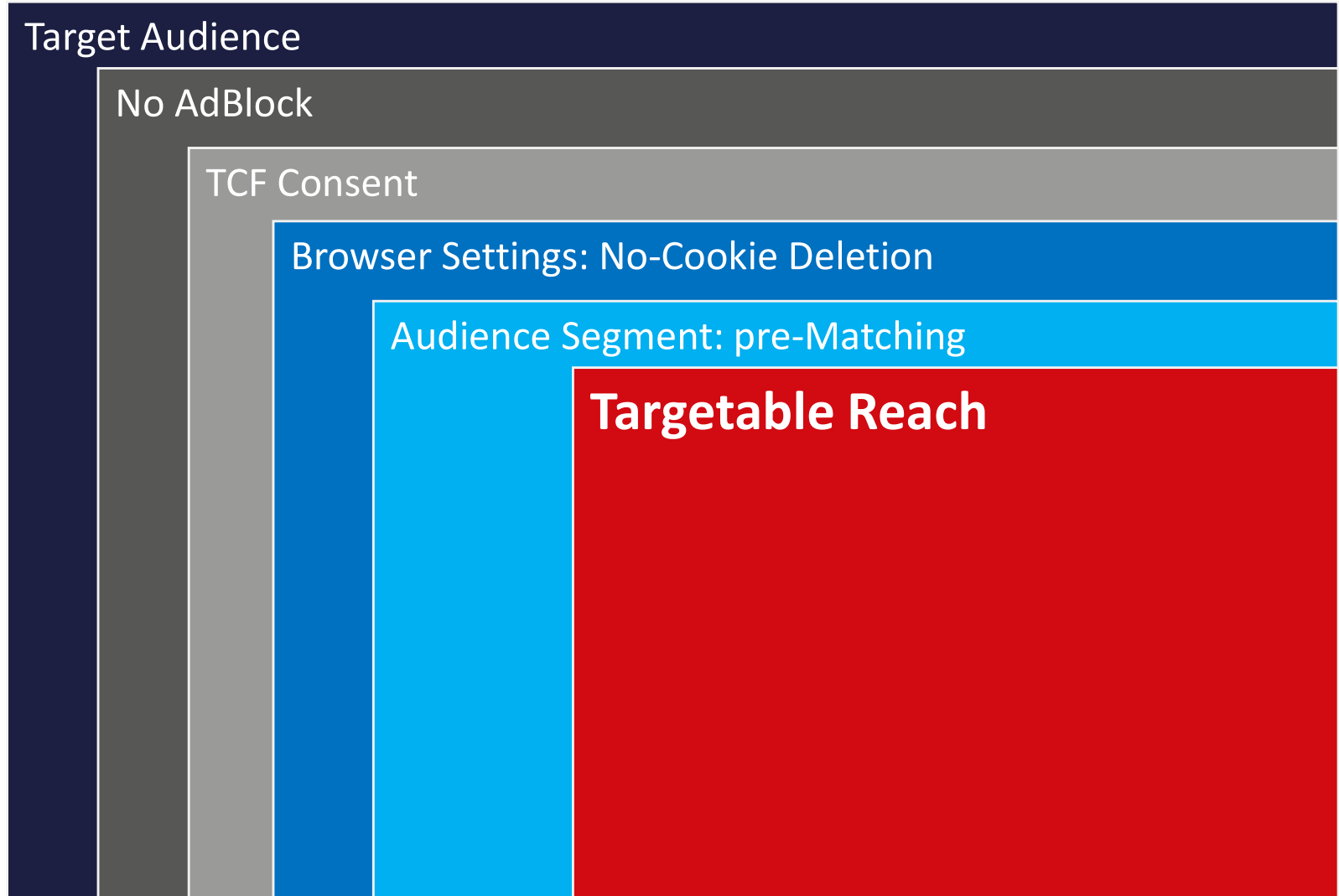
DATA } ANALYTICS } OPTIMIZATION

WEATHER API
WEATHER TARGETING
WEATHER ANALYTICS
WEATHER DRIVEN FORECASTING
LOCATION INSIGHTS

Weather and geo-based solutions for advertising,
FMCG, retail, e-commerce

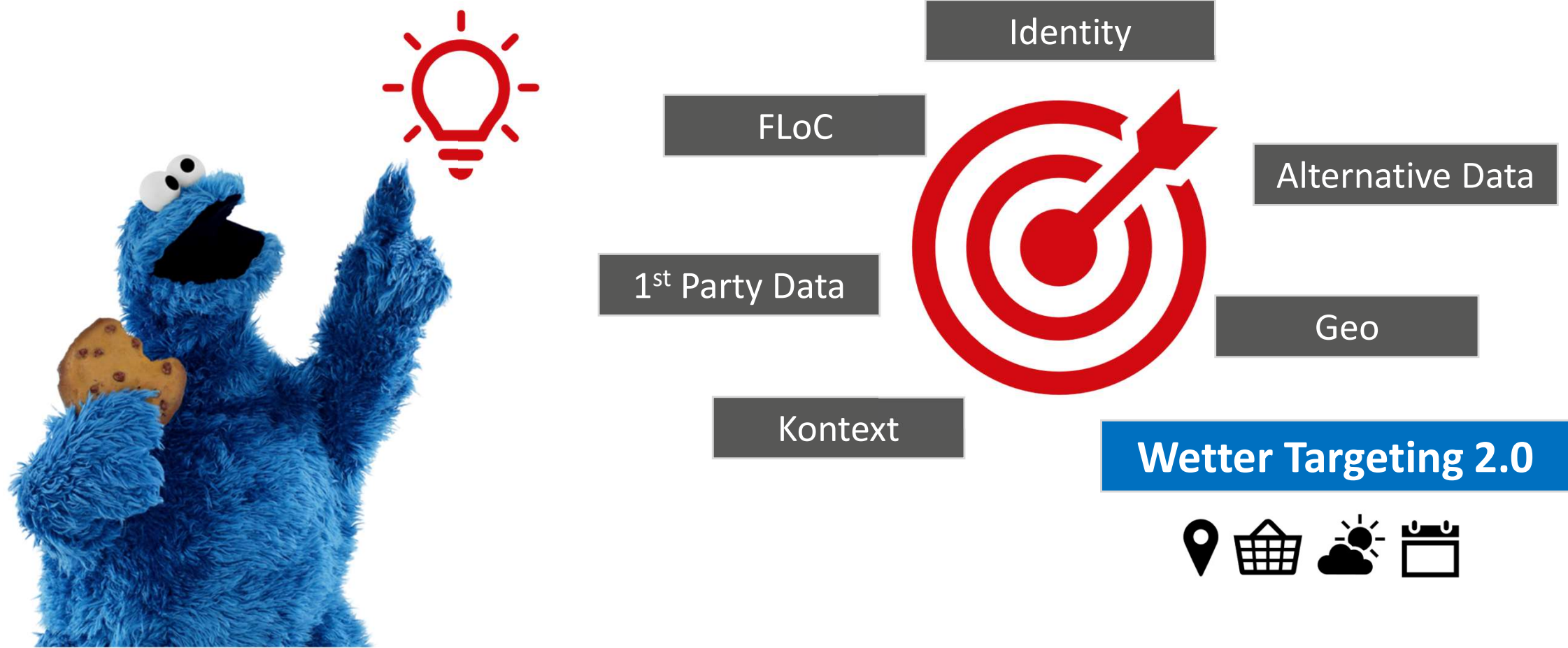
“Cookie-Crunch”

Bereits heute sind <<50% der Nutzer überhaupt individuell adressierbar



Wetter-Targeting ist eine leistungsstarke und sofort verfügbare Targeting-Alternative

Post-Cookie Targeting



Wirtschaftsfaktor Wetter

Wetter ist ein idealer Proxy für das Konsumentenverhalten

City Shopping vs. Home Shopping



Strandtag vs. Drinnentag



Biergarten vs. Wohnzimmer

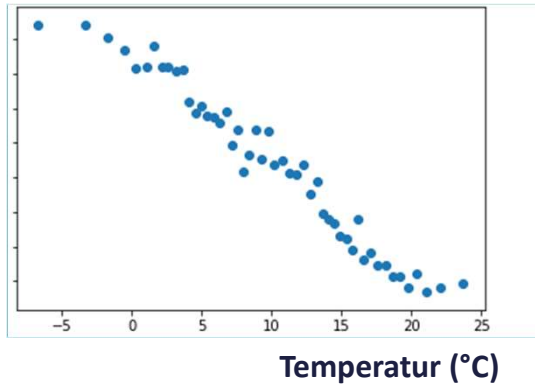


Daten belegen Wettereffekt auf den Absatz vieler Produkte

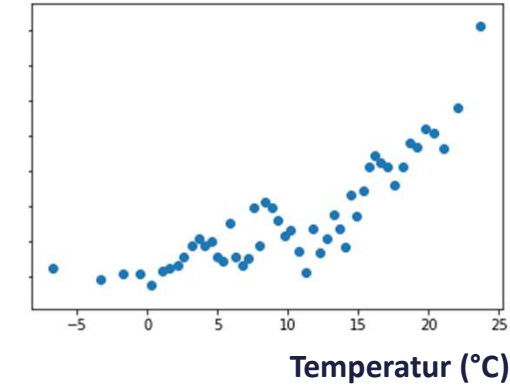
Beispiel: Heissgetränke vs. Kaltgetränke / Milchgetränke vs. Joghurt



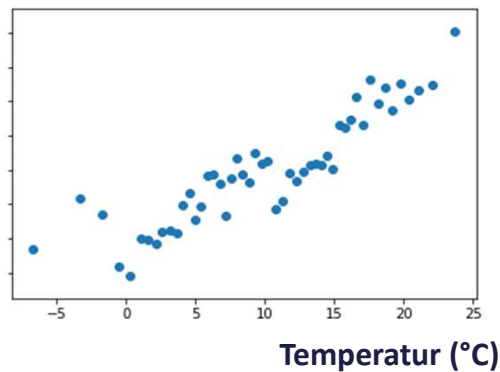
Absatz Tee



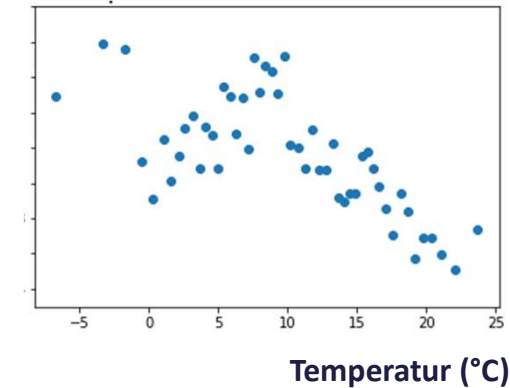
Absatz Wasser



Absatz Milchgetränke



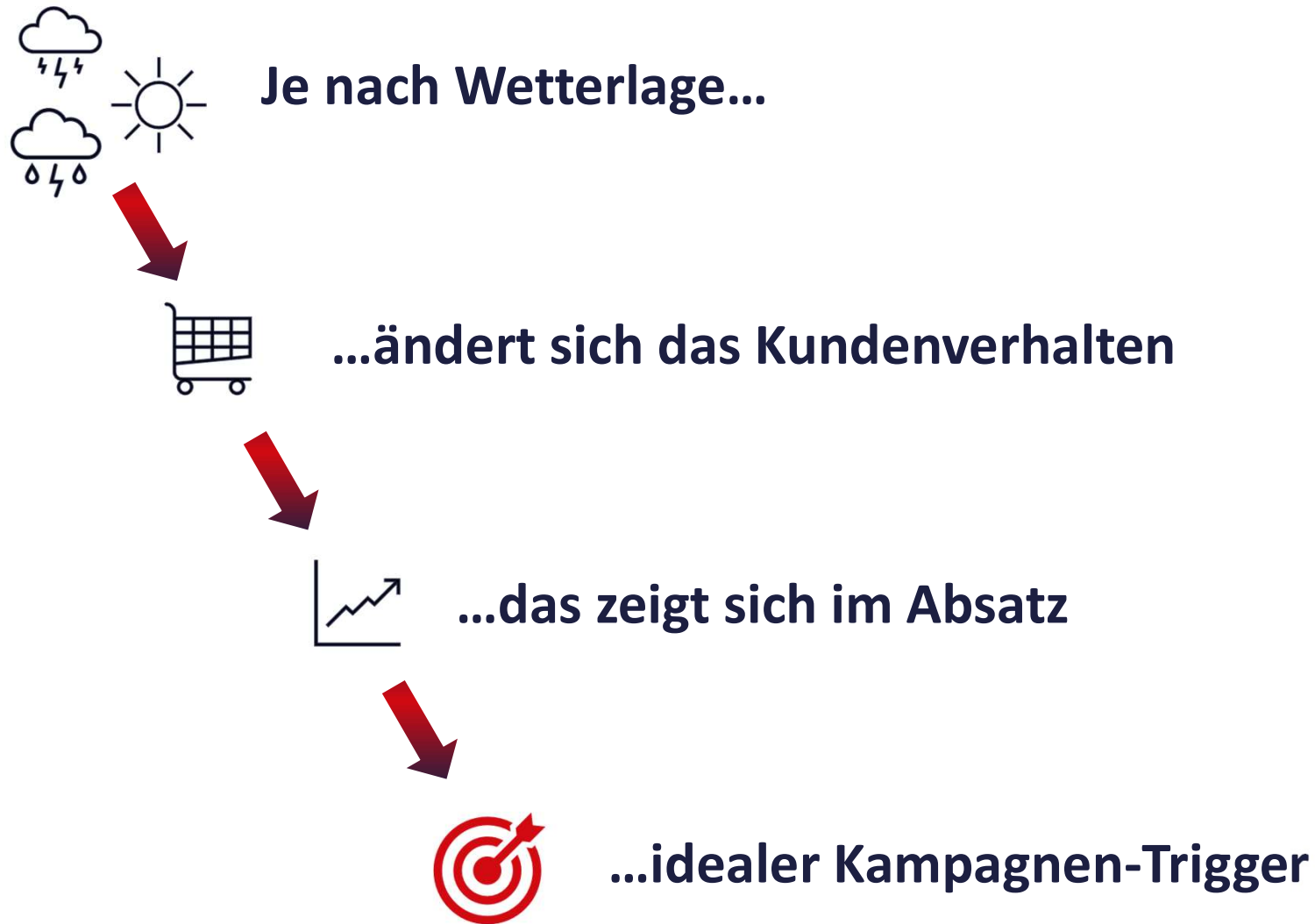
Absatz Joghurt



Quelle: Analyse basierend auf Daten des GfK Consumer Panels

Wetter Targeting 2.0: Werben, wenn das Wetter einen Absatzeffekt anzeigt

GfK wetter.com Wetter-Trigger



Wetter-Trigger = Absatz-Index:

Sales-Uplift je Produkt, Ort & Tag

Kampagnenziel: Mehr Traffic für Schiesser Online-Shop

Case Study



resolution
An Omnicom Media Group Company

cynapsis
interactive

wetter.com

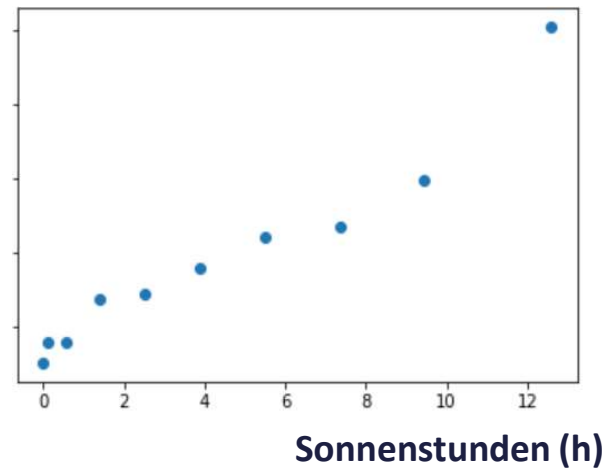
GfK
Growth
from
Knowledge

Sonnencreme-Index bietet ideales Absatzsignal für Bademode

Kampagnen-Setup



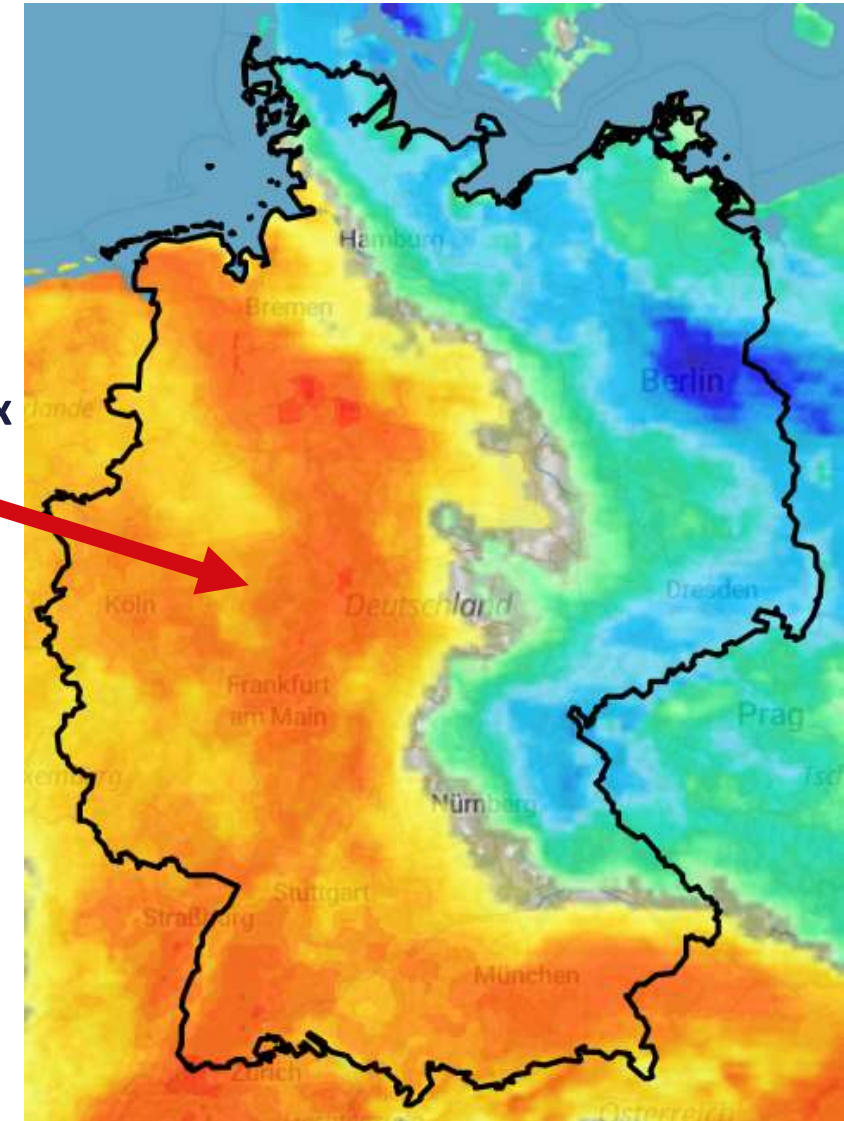
Absatz Sonnencreme



Testgruppe:
Sonnencreme-Index

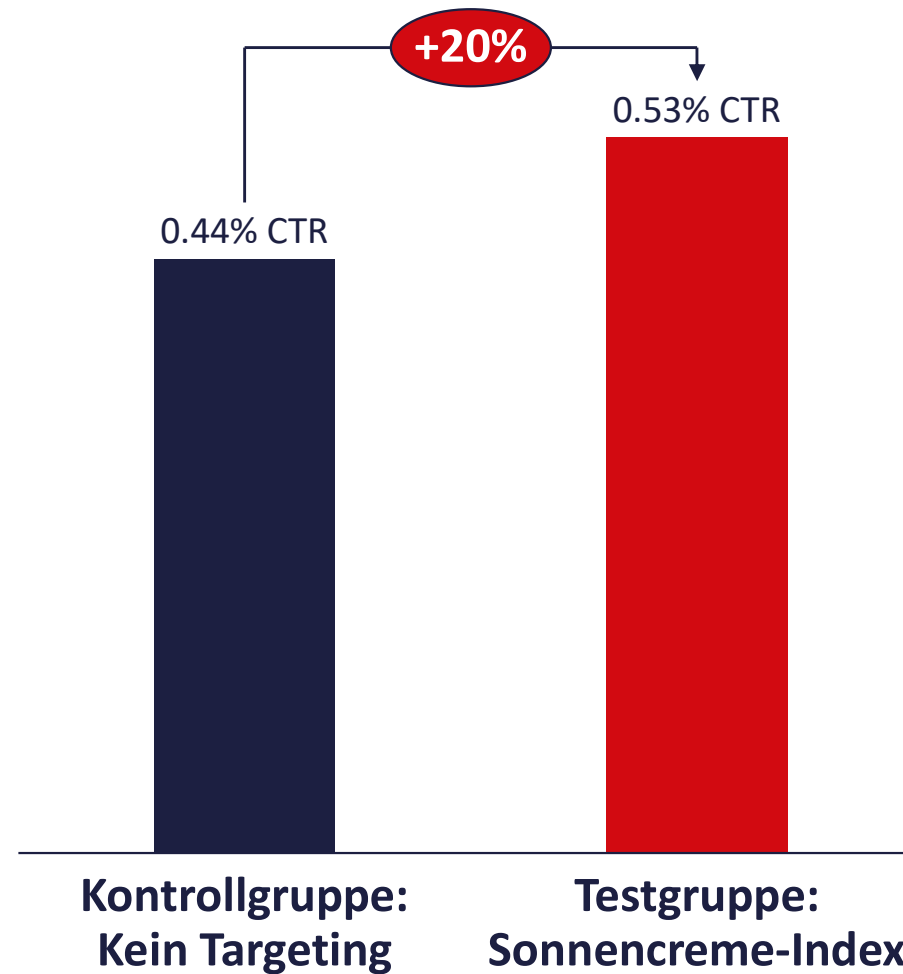


Kontrollgruppe:
Kein Targeting



Sonnencreme-Index steigert CTR um 20% gegenüber Kontrollgruppe

Kampagnen-Ergebnis



- Flight 1: Bademoden 72% Uplift
- Flight 2: Bademoden 20% Uplift
- Flight 3: Nachtwäsche 80% Uplift

“Weather-Driven Advertising”

100+ GfK-wetter.com Trigger für Automotive, FMCG, Food, Fashion, Beauty, Health, Garden, DIY, Outdoor

Basic Wetter



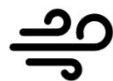
Niederschlag



Sonnenschein



Temperatur



Wind



BBQ
Wetter



Shopping
Wetter



Tiefkühl
Wetter



Schokoladen
Wetter



Erkältungs-
Wetter



Take-Away
Wetter



Pollen
Wetter



Entertainment
Wetter



Heimwerker
Wetter



Eiscreme
Wetter



Freizeit
Wetter



Starbucks
Wetter



Sonnencreme-
Wetter



eCommerce
Wetter



Limo
Wetter



Trockene Haut
Wetter



Backwaren
Wetter



Autoreifen
Wetter



Deo
Wetter



Bier
Wetter



Sportschuhe
Wetter



Search Index



Besucher Index



Absatz Index

GfK/wetter.com Wetter-Trigger

Custom Index



METEONOMIQS

powered by wetter.com

Dr. Stefan Bornemann

+49 151 4416 5224

stefan.bornemann@meteonomiqs.com

www.meteonomiqs.com

info@meteonomiqs.com