



ERASON | Allon

Intelligente Zielgruppen-Lösung: Weischer geht strategische Beteiligung an Erason ein

Mangelnde Relevanz kostet den deutschen Werbemarkt Milliarden

Lüneburg, 18.08.2026 – Pressemitteilung

Die Mediengruppe Weischer geht eine strategische Beteiligung an Erason ein und verbindet damit ihre Media- und Mobilitätsdaten-Kompetenz mit der KI-Marktforschungsplattform Allon. Im Zentrum steht die gemeinsame Weiterentwicklung einer durchgängigen Daten- und Aktivierungslogik, die Zielgruppenverständnis, Mediaplanung und Aussteuerung enger zusammenführt.

Allon ist eine KI-gestützte Plattform für Markt- und Zielgruppenforschung. Sie verbindet repräsentative Befragungs- und Marktforschungsdaten mit realen digitalen Verhaltenssignalen, um Zielgruppen detailliert nach Interessen, Einstellungen, Konsumverhalten und Mediennutzung zu analysieren. Der entscheidende Mehrwert entsteht dort, wo aus diesem Zielgruppenwissen konkrete, adressierbare Aktivierung wird.

Mit Allon SYNQ entsteht dafür eine neutrale Verbindungsebene für bislang getrennte Datenwelten. Werbungtreibende können eigene CRM-, Forschungs-, Tracking-, Abverkaufs- und Kampagnendaten in kundenindividuellen Daten-Hubs bündeln und mit den repräsentativen Markt- und Verhaltensmodellen von Allon sowie den Media-, Mobilitäts-, Geo- und Standortdaten von Weischer verknüpfen. Die Daten werden kontextualisiert und in dynamische Zielgruppenmodelle übersetzt, die unmittelbar für Strategie, Kreation, Mediaplanung und kanalübergreifende Aktivierung genutzt werden können.

Mit der strategischen Beteiligung bringt Weischer sein Wissen darüber, wo, wann und über welche Mediengattung Menschen erreichbar sind, mit Allons Fähigkeit zusammen, präzise zu verstehen, wer diese Menschen eigentlich sind und was sie bewegt.

„Wir kennen die Ausspielung über alle Mediengattungen hinweg wie kein anderer. Von Out-of-Home über Cinema bis Social und CTV wissen wir wo und wie wir die Menschen wirklich erreichen“, sagt Udo Schendel, Geschäftsführer von Weischer. „Erason liefert das fehlende Puzzleteil: zu verstehen, wer diese Menschen sind und was sie wirklich interessiert. Zusammen schließen wir die Lücke zwischen beiden Welten – als logischer nächster Schritt für unsere gesamte Unternehmensgruppe.“





Das Problem: Streuverlust ist meist ein Relevanzproblem

Bis zu 56 Prozent des deutschen Werbebudgets, also 24,7 Milliarden Euro, gelten als vermeidbarer Streuverlust. Neben technischen Problemen, wie Bots und Fraud, ist hier vor allem Werbung gemeint, die Menschen zwar erreicht, für die sie aber schlicht nicht relevant ist. „Relevanz ist im Kern ein Matching-Problem: Wir wissen oft zu wenig darüber, wer wirklich hinter einer Zielgruppe steckt“, sagt Niklas M. Mrutzek, Mitgründer und Geschäftsführer von Erason. „Allon verbindet das, was Marktforschung über Menschen weiß, mit dem, was tatsächlich in Kampagnen passiert, und schließt damit genau die Lücke, die bislang den Streuverlust verursacht hat.“

Weischer und Erason arbeiten seit 2022 zusammen. 2024 entstand mit „Weischer audiences.ai“ eine eigene Produktausgestaltung auf Basis von Allon. Die bestehende Zusammenarbeit – unter anderem bei der Verknüpfung von Allon mit Geo-, Mobilitäts- und Standortdaten – wird mit der strategischen Beteiligung nun auf eine neue Stufe gehoben.

Die Lösung: Intelligenz, Vertrauen und Wirksamkeit

Weischer und Erason arbeiten bereits seit mehreren Jahren erfolgreich zusammen. Mit der strategischen Beteiligung vertiefen beide Partner diese Zusammenarbeit spürbar. Im Zentrum stehen drei Themen:

- Intelligenz: ein tieferes Verständnis von Zielgruppen durch KI-gestützte Marktforschung
- Vertrauen: ein transparenter, nachvollziehbarer Umgang mit Daten statt Blackbox-Targeting
- Wirksamkeit: Kampagnen, die messbar besser performen

Konkret verbindet Allon repräsentative Marktforschungsdaten mit realen digitalen Konsum-, Medien- und Verhaltenssignalen. Mit Allon SYNQ können Unternehmen eigene Daten – etwa aus CRM-Systemen, Brand Tracking, Marktstudien, Abverkauf oder Kampagnen-Tracking – über gemeinsame Brückenvariablen in kundenindividuellen Daten-Hubs zusammenführen und mit dem Allon-Datenmodell anreichern. So werden isolierte Informationen vereinheitlicht, kontextualisiert und für unterschiedliche Unternehmensbereiche operativ nutzbar.

Ein Werbungtreibender kann beispielsweise vorhandene CRM- und Studiendaten mit Allons Zielgruppenwissen sowie den Media-, Mobilitäts-, Geo- und Standortdaten von Weischer verbinden. Daraus entstehen Zielgruppenmodelle, die nicht im Analyse-Dashboard enden, sondern unmittelbar in Kreation, Mediaplanung und Aussteuerung einfließen können – von Social Media und Open Web über DOOH bis CTV. Allon SYNQ schließt damit den Systembruch zwischen Zielgruppenanalyse und Mediaaktivierung.



Dieser Ansatz ermöglicht eine um 70 Prozent schnellere Operationalisierung komplexer Zielgruppen, zwei- bis dreifach gesteigerte Klickraten sowie 30 bis 50 Prozent geringere Cost per Action.

Ein neuer Partner, kein neuer Wettbewerber

Für bestehende Agenturen und Netzwerke bleibt der Zugang zu validierter Zielgruppen-Intelligenz und Aktivierungstechnologie erhalten. Die vertiefte Zusammenarbeit soll für Werbungtreibende und Agenturpartner zusätzlichen Mehrwert schaffen, ohne bestehende Beziehungen infrage zu stellen oder Exklusivität gegenüber anderen Marktteilnehmern zu erzeugen.

Allon bleibt eine offene, anbieterneutrale Plattform – im Zugang, in den Konditionen und in der Empfehlungslogik. Für Kundinnen und Kunden entsteht durch die Verbindung mit Weischer eine breitere, integrierte Aktivierungs-Suite anstelle vieler einzelner Anschlüsse: von eigenen Unternehmensdaten über Zielgruppenmodellierung bis hin zur kanalübergreifenden Mediaaktivierung.

„Wir wollen niemandem etwas wegnehmen, sondern allen Beteiligten mehr Substanz geben“, betont Schendel. „Ob Netzwerkagentur oder Werbungtreibender: Wer mit uns zusammenarbeitet, bekommt Zugang zu einer Datenintelligenz, die vorher nicht verfügbar war – und das ohne eigenes Invest.“

Ausblick: eine Datenbasis für die gesamte Unternehmensgruppe

Die gemeinsame Daten- und Technologiekompetenz soll perspektivisch gruppenweit genutzt werden, also von Weischer.OOH und Weischer.Cinema über Weischer.Media und Weischer.Connect bis zu The Ranch, um Zielgruppen präziser zu verstehen und Kampagnen wirksamer auszusteuern. „Unser Anspruch ist klar: In wenigen Jahren soll bei Weischer keine Kampagne mehr ohne Allon geplant werden“, so Udo Schendel.

Für Allon ist damit erstmals die gesamte operative Kette in einem integrierten Setup abbildbar: von der Zielgruppenanalyse über die Planung bis in die reale Aussteuerung. Genau diese Verbindung ist entscheidend, weil datengestützte Entscheidungsvorlagen heute zur gemeinsamen Ebene zwischen Strategie, Kreation, Media und Social werden.

Über Weischer

Weischer ist einer der führenden, unabhängigen Anbieter für Außen-, Kino- und Onlinewerbung in Deutschland mit Standorten in Hamburg, Frankfurt, Köln und München. Als Familienunternehmen in dritter Generation denken wir Bewährtes kreativ neu – kollaborativ, effektiv und innovativ. Unter dem Claim „Creating Trustful Media“ gestalten wir mit knapp 500 Spezialisten die Medienlandschaft von morgen: vertrauensvoll, wirkungsorientiert und unabhängig. www.weischer.net



Über ERASON / Allon

ERASON ist ein KI-Entwicklungsstudio und Science-Spin-off der Leuphana Universität Lüneburg. Mit der Flagship-KI Allon hat ERASON eine ganzheitliche Plattform für Markt- und Zielgruppenforschung sowie Mediaaktivierung entwickelt. Allon liefert kohärente, aktivierbare Markt- und Consumer-Insights für Marketing, Kommunikation und Mediaplanung und überführt Zielgruppenmodelle in direkt nutzbare Targetings. Allon SYNQ erweitert die Plattform um eine Datenintegrationsschicht für eigene Unternehmensdaten. Forschungs-, CRM-, Tracking-, Abverkaufs- und Kampagnendaten können mit den Markt-, Konsum- und Medienmodellen von Allon verbunden und als dynamische Zielgruppenmodelle für Strategie, Kreation, Media und Aktivierung nutzbar gemacht werden. Mehr Informationen unter www.ailon.io.

Pressekontakt ERASON

ERASON GmbH

E-Mail: kontakt@erason.de

Telefon: +49 4131 2270 000

www.ailon.io