

Spree7 setzt auf adscale RTB-Plattform und läutet damit eine neue Runde im Real-Time Advertising ein

Berlin, 03.09.2012 – Ab sofort wird das umfangreiche Inventar von adscale, dem führenden Marktplatz für digitale Werbung, in der Kampagnenplanung bei Spree7 eingesetzt. Der Münchner Marktplatz bringt seine enorme Reichweite von 75 Prozent der deutschen Internetnutzer auf deutschsprachigen Websites ein. Damit hat sich bei Spree7 das für den datenbasierten Mediaeinkauf zur Verfügung stehende Inventar auf AGOF-Websites mehr als verdoppelt. Oliver Busch, Geschäftsführer des Real-Time-Advertising-Spezialisten Spree7 sieht mit adscale Marktanbindung einen bedeutenden Meilenstein für die Adaption der neuen Technologie nun auch in Deutschland.

„Die Logik, jede Werbekontaktchance vor dem Kauf anhand harter Daten zu bewerten, gewinnt auch hierzulande die volle Aufmerksamkeit der Werbetreibenden. In den USA, UK und anderen europäischen Ländern wie beispielsweise Holland sind die technischen Möglichkeiten längst adaptiert und feste Komponente der digitalen Mediaplanung. Doch im Ingenieursland Deutschland adaptiert man Innovationen behutsam: Während absatzorientierte Werber schon an der Skalierung tüfteln, setzen sich deutsche Markenartikler derzeit strategisch mit den Potentialen der Technik auseinander. Die Rahmenbedingungen müssen stimmen, insbesondere in Bezug auf das Werbeplatzinventar“, so Busch. „Die Bedeutung von adscale für den technologischen Wandel im Mediaeinkauf war wenige Stunden nach Start in harten Zahlen ablesbar. Kampagnen qualitätsbewusster Brand- sowie auch Performancekunden skalierten umgehend. Als hätte man den Deckel vom Topf gelupft“, kommentiert er. „Die Anbietertests der Medienhäuser hierzulande gehen derzeit in eine finale Phase. Eine derart signifikante Erweiterung des automatisiert erwerbbaaren Inventars werden wir in den nächsten Wochen und Monaten noch mehrfach erfahren. Real-Time Advertising ist keine Schäppchenjagd. Mittelfristig gibt es keine Veranlassung, Standardformate ohne impressionweise Bewertung zu belegen. Werbetreibende werden gerade die Selektierbarkeit der hochpreisigen Flächen einfordern. Mit den Kunden konzeptionell über den Status quo hinaus zu denken und die Wertschöpfung für beide Seiten zu steigern ist die Chance, die damit nun einhergeht.“

Über adscale:

adscale ist der in Deutschland führende Marktplatz für digital Werbung, der Werbetreibende und Webseitenbetreiber zusammen bringt. Werbetreibende und Webseitenbetreiber kaufen und verkaufen auf adscale Video-, Display- und Textanzeigen bzw. Werbeflächen. Das Unternehmen bietet ein Portfolio mit derzeit über 5.000 Webseiten jeglicher Größe, das Advertiser über eine einzige Plattform selbst buchen können. Publishern und Vermarktern dient adscale als wichtiges Tool, um ihr Inventar optimaler auszulasten (Yield Management). Seit Mai bietet adscale zudem den Handel in Echtzeit (Real-Time-Bidding) an. Laut comScore erreicht der Marktplatz rund drei Viertel aller deutschen Internetnutzer mit Online-Displaywerbung (74,8 Prozent oder 42,6 Mio. Unique Visitors im Juli 2012) und liefert monatlich knapp 11 Milliarden Ad Impressions aus. Die Werbeflächen werden für jede Ad Impression neu versteigert. Dadurch erzielt adscale faire Preise und schafft gleichzeitig Transparenz. Die Geschäfte werden von Matthias Pantke (Sprecher) und Stephan Kern geführt. Mehr Informationen finden Sie unter www.adscale.de.

Über Spree7

Spree7 konzipiert, managed und optimiert Onlinewerbekampagnen mit Real-Time-Advertising-Technik. Real-Time Advertising (auch Real-Time-Bidding genannt) bezeichnet den automatisierten An- und

Verkauf digitaler Werbung in Form einer Echtzeitauktion. Anstelle des bislang statischen Einkaufs von Displaywerbung bewertet Spree7 jede einzelne Werbekontaktchance in Echtzeit vor dem Kauf. Die Kaufentscheidung jeder Bannerplatzierung basiert auf einem analytischen, datenbasierten Prozess, der transparent nachvollzogen und zur weiteren Optimierung genutzt werden kann. Gemeinsam mit Agenturen und Werbetreibenden entwickelt Spree7 so effiziente Kampagnenansätze für Display-, Mobile-, Social- und Video-Inventar, die bislang auf konventionellem Weg technisch nicht realisierbar waren. Die Spree7 GmbH ist ein Joint Venture der Schweizer PubliGroupe AG und dem amerikanischen Real-Time-Advertising-Pionier MediaMath. Weitere Informationen finden Sie auf www.spree7.com.

Pressekontakt:
Marietta Dräger
Agentur Frische Fische
Tel.: +49 30 629 011 73
E-Mail: marietta.draeger@frische-fische.com

Über PubliGroupe

PubliGroupe ist eine Gruppe von führenden Anbietern von Marketing- und Medienverkaufsdienstleistungen mit Sitz in der Schweiz. Das Unternehmen bietet ihren Kunden ein breites Dienstleistungsangebot an: es erlaubt einerseits Werbetreibenden, ihre Marketingausgaben effektiver zu gestalten und andererseits Medienunternehmen ihre Reichweite erfolgreicher zu vermarkten.

Als performance-orientierte Full-Service-Anbieterin setzt PubliGroupe modernste Datenverarbeitungs-Tools und Informationstechnologien ein mit dem Ziel, die Marketingprozesse für ihre Kunden effizienter zu machen - sowohl in traditionellen als auch in digitalen Medien. Das Unternehmen ist in drei kundenorientierte Geschäftssegmente gegliedert: 'Media Sales', 'Search & Find' und 'Digital & Marketing Services'. Jedes Segment zeichnet unternehmerisch für seine eigenen Gewinne und langfristige Performance verantwortlich. Die PubliGroupe Holding ist an der Schweizer Börse SIX (PUBN) kotiert. Weitere Informationen finden Sie auf www.publigroupe.com.

Über MediaMath

MediaMath, mit Sitz in New York, wurde im Jahre 2007 gegründet und ist der führende Anbieter im Bereich Demand-Side Plattform (DSP). Das Unternehmen kauft für Dutzende von erstrangigen Agenturen, einschließlich aller großen Agentur-Holdingsgesellschaften, monatlich Milliarden von sehr zielorientierten Anzeigen ein. Die großen Markennamen umfassen American Express, Kelloggs, Prudential und Kayak.

Die Einkaufsplattform von MediaMath, "TerminalOne", bietet Werbeagenturen und Marken zum effektiven Handel über alle führenden digitalen Werbewege die Technologie und eine technische Abwicklung von Bürovorgängen. Sie umfasst eine gemeinsame Schnittstelle und einen gemeinsamen Arbeitsablauf, ein Daten- Schichtmanagement, das Vermarkter- und Daten Dritter einbindet, durchdachte Algorithmen und Gebotsoptimierung sowie tiefe Einbindungen Tausender erstklassiger Herausgeber und Beschaffungsaggregatoren.

Im 4. Quartal 2011 kürte die Publikation AdAge MediaMath zum Gewinner des ersten Forrester Research DSP Wave Reports. <http://www.mediamath.com/solutions/forresterwave/>

MediaMath ist ein weltweites Unternehmen mit zusätzlichen Büros in London, Boston, Chicago, Los Angeles und San Francisco. Weitere Informationen finden Sie auf www.mediamath.com.