



PRESSEINFORMATION

Plista launcht SSP Integration: Publisher maximieren Revenue künftig weltweit programmatisch im eigenen Look & Feel

- Server-Side-Header-Bidding-Solution zur dmexco 2017
- Programmatischer Handel von Recommendation Ads, Outstream Ads und In-Feed
- Brand Safety via Similar-Key-Funktion sowie Keyword Blacklisting

Berlin, 13.09.2017 – Künftig können Publisher wie Medienhäuser ihre Werbeflächen automatisiert und im eigenen CI vertreiben, ohne dafür eine eigene Technologie entwickeln zu müssen. In Kooperation mit AppNexus und Criteo geht plista zur dmexco 2017 mit einer Server-Side-Header-Bidding-Solution live und launcht die programmatische SSP Integration.

Publisher optimieren durch die Nutzung des Angebots ihren Revenue, da Gebote per Header Bidding schneller und nutzerfreundlicher abgewickelt werden können. Bisher nutzen Publisher häufig diverse Tags, über die die passendsten Werbeanzeigen für den jeweiligen User gefunden werden sollen. Die Anfragen unterschiedlichster Anbieter müssen über den Browser des Users abgewickelt werden, was die Ladezeit erhöht und die User Experience verschlechtert. Insbesondere, wenn mehr als ein Ad pro Seite geladen werden muss, nimmt die Komplexität des Vorgangs, und damit die benötigte Bearbeitungszeit exponentiell zu. "Die SSP Integration von Plista reduziert alle Anfragen auf eine einzige, die dann per Multiplexing Technology in Millisekunden bearbeitet wird. An den User wird lediglich das erfolgreiche Gebot zurückgeliefert, was die Prozesse beim Konsumenten maximal beschleunigt", sagt Michael Gagnon, Global Managing Director bei Plista.

Recommendation Ads, Outstream Ads und In-Feed

Die von Plista entwickelte Lösung ist besonders auf native Formate wie Recommendation Ads, Outstream Ads sowie In-Feed Ads ausgelegt und orientiert sich an den IAB-Standards. Die ausgelieferten Werbeformate können entsprechend angepasst an das Look and Feel des jeweiligen Publisher verfügbar gemacht werden. Exklusive Gebotsvereinbarungen werden über den Partner AppNexus realisiert. "Viele Publisher sind noch immer in der Testphase, wie sie ihre digitalen Inhalte sinnvoll monetarisieren. Eine besondere Herausforderung ist der mobile Kanal, da die Bildschirme klein sind und Nutzer in ihrer "Me-Time" am Smartphone nicht aus den von ihnen gerade konsumierten Inhalten gerissen werden möchten. Entsprechend muss Advertising non-invasiv sein und sich in das Branding des Publisher nahtlos einfügen. Genau diese Leistung bietet die SSP Integration von Plista, und geht so den entscheidenden Schritt hin zu einer Programmatic Native Company", sagt Gagnon.

Extras: Similar-Key-Funktion sowie Keyword Blacklisting

Für die Publisher ermöglicht das Angebot von Plista nicht nur Verbesserungen bei der User Experience der Kunden, sondern auch weniger laufenden Aufwand, da nicht mehr diverse unterschiedliche Tags regelmäßig aktualisiert werden müssen. Für Publisher besonders interessant

sind zudem die Funktionen Similar Key und Keyword Blacklisting. Similar Key verhindert, dass Anzeige gleichzeitig doppelt angezeigt oder Anzeigen aus der Gruppe, etwa von Wettbewerbern, zur selben Zeit angezeigt werden. Das Keyword Blacklisting sichert Publishern Brand Safety zu, indem bestimmte Worte in Ads oder auch bestimmte Werbetreibende ausgeschlossen werden können.

Über plista

plista ist eine globale Plattform für datengetriebenes Native Advertising in redaktionellen Premium-Umfeldern und bietet Werbetreibenden und Publishern direkten und zentralen Zugang zu einem breiten Portfolio von nativen Lösungen. Durch seine proprietäre Echtzeit-Empfehlungstechnologie ist plista in der Lage, Inhalte und Werbung passend zu den individuellen Interessen des einzelnen Nutzers auszuliefern – über alle Kanäle und Endgeräte hinweg.

plista's native Werbeformate heben sich durch ihren ausgeprägten Engagement-Charakter ab und ermöglichen es den Werbetreibenden, die Zielgruppe über den gesamten Sales Funnel effizient zu erreichen. Gleichzeitig arbeiten tausende von Premium-Publishern erfolgreich mit plista zusammen, um eine optimale Monetisierung des Contents zu erreichen, die Stickiness auf der Webseite zu verbessern und nachhaltige Traffic-Steigerung zu generieren.

plista beschäftigt derzeit über 200 Mitarbeiter weltweit und bietet seine nativen Lösungen auf vier Kontinenten an.

Pressekontakt:

Andrea Petzenhammer | Agenturkontakt | ap@frische-fische.com |

Tel: +49 30 62901174

Lina Wölm | Global Head of Marketing & Communications | lina.woelm@plista.com

Tel: +49 30 4737537-4781

plista.com | [Blog](#) | [Facebook](#) | [Google+](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#)