



„Splicky“: Jaduda und Sponsormob entwickeln neue Mobile Demand-Side-Plattform

- Kooperation der Mobile-Marketing-Spezialisten für mehr Transparenz und Automatisierung des Werbemarkts für mobile Endgeräte
- Ab heute Voranmeldung für Open Beta der Demand-Side-Plattform für mobiles Realtime Advertising möglich, aktuell läuft die Closed-Beta-Phase mit Bestandskunden
- Self-Service-System gewährt erstmals Einblick in genaue Kampagnenausspielung

Berlin, 02.07.2013 – Sponsormob, einer der führenden Anbieter im Mobile Performance Advertising, und die Berliner Jaduda GmbH, Full Service Dienstleister für Mobile Marketing, präsentieren die erste in Deutschland entwickelte Mobile Demand-Side-Plattform (DSP) „Splicky“ (www.splicky.com). Die auf Splicky eingesetzten Algorithmen für die Kampagnenoptimierung legen andere Schwerpunkte bei der Kaufentscheidung von Inventar als gängige RTA-Systeme der Onlinebranche: Insbesondere die technischen Datenpunkte wie das Gerätemodel, dessen Betriebssystem sowie Orts- und Zeitangaben werden intelligenter gewichtet und führen zu einer präzisen Ansprache der Zielgruppen. Advertiser können auf Splicky selbst entscheiden, auf welchen Seiten sie ihre mobilen Werbemittel schalten möchten und sogar Kampagnen nur für bestimmte mobile Endgeräte oder Devices entwerfen.

„Der echtzeitbasierte, transparente Einkauf von Werbeplätzen besitzt im mobilen Marketing eine immer größere Relevanz. Vor allem durch die intelligentere Gewichtung von Nutzungszeitpunkt, Nutzungsort und der Art des Endgeräts eröffnen sich neue Dimensionen für eine gezielte Werbeansprache. Unser System ermöglicht darüber hinaus erstmals die am Markt geforderte volle Transparenz“, sagt Heiko Kasper, Director Business Development bei Sponsormob.

Kooperation für eine Vereinfachung des mobilen Werbemarkts

Mobile Realtime Advertising ermöglicht Werbetreibenden und Agenturen ein automatisiertes und zielgerichtetes Bieten auf einzelne Ad Impressions in Echtzeit speziell für den mobilen Kanal. In Abgrenzung zum Realtime Advertising für den Online-Kanal und den hier gängigen Systemen werden auf Splicky lediglich solche

Werbeeinblendungen gehandelt, die von Usern mit mobilen Geräten wie Smartphones und Tablets erzeugt werden. Basierend auf einer eigenen, proprietären Technologie haben die beiden Berliner Unternehmen ein Angebot geschaffen, das den Mobile-Werbemarkt für Werbetreibende vereinfacht und ihnen den Zugang zu verschiedensten Ad Exchanges und Sell-Side-Plattformen über eine einzige Plattform ermöglicht. Zudem arbeitet Splicky mit einer mobil optimierten Tracking- und Targeting-Technologie und setzt zukünftig auf zudem auf die Integration mit am Markt bestehenden Third-Party-Tracking Lösungen.

„Die Partnerschaft zwischen Sponsormob und Jaduda basiert auf einer gemeinsamen Vision: Wir sind überzeugt, dass der skalierbare, datengetriebene und transparente Mediaeinkauf den mobilen Werbemarkt nachhaltig verändern und prägen wird. . Sponsormobs Performance-Marketing-Expertise und das Know-how von Jaduda beim automatisierten, netzwerkbasierten Einkauf ergänzen sich perfekt. Mit Splicky streben wir eine führende Rolle im wachsenden Mobile-RTA-Markt in Europa an“, beschreibt Sven Ruppert, Co-Gründer und Leiter Sales, Marketing und BizDev bei Jaduda, das gemeinsame Projekt.

Mehr Transparenz und volle Kontrolle dank Self-Service-System

Die neue Splicky-DSP bietet Advertisern und Agenturen dank des Self-Service-Systems, welches es dem Kunden gestattet seine eigenen Gebote zu definieren, volle Kontrolle und eine äußerst skalierbare Technologie, die sich an Kundenbedürfnisse anpasst. Splicky verfügt bereits jetzt über eine Vielzahl an Inventarpartnerschaften beispielsweise mit MoPub, Mobclix und Nexage. Durch das hohe Maß an Transparenz bei Preisen, Effizienz-Analysen und Reports erhalten Kunden einen vertieften Einblick in die eigenen Mobile-Werbekampagnen.

Aktuell befindet sich Splicky in der Closed Beta für ausgewählte Kunden beider Unternehmen. Ab heute können sich Interessenten unter <http://www.splicky.com/register> für die Open Beta der DSP registrieren, die voraussichtlich Mitte Juli startet. Bis September werden schrittweise zusätzliche technische Features insbesondere zu Targeting, Tracking und Rich Media Ads eingeführt; zudem sind Third-Party-Datenpartnerschaften fest eingeplant.

Über Splicky

Splicky ist die erste in Deutschland entwickelte Mobile Demand-Side-Plattform (DSP) und ist in der Lage, über eine Milliarde Ad Impressions am Tag abzuwickeln. Eine DSP ist eine Handelsplattform, auf der Werbetreibende und Mediaagenturen über ein einziges Interface auf digitale Werbeflächen für ihre Werbemittel bieten können. Dank der zugrunde liegenden Realtime-Bidding-Technologie läuft dieser Buchungsprozess automatisiert und in Echtzeit. Einkaufspreise werden durch das Gebotsverfahren optimiert und das Reporting vereinfacht. Splicky setzt spezielle Algorithmen für bessere Resultate von mobilen Kampagnen ein und arbeitet mit eigens für den mobilen Kanal entwickelten Tracking- und Targeting-Technologien. Als Kooperationsprojekt der beiden unabhängigen, inhabergeführten Unternehmen Sponsormob und Jaduda setzt Splicky auf langfristige Partnerschaften mit Advertisern und Agenturen.

Über Sponsormob

Sponsormob ist ein international tätiges CPA-Netzwerk für das mobile Web und einer der führenden Anbieter im Mobile Performance Advertising mit Hauptsitz in Berlin. Das Unternehmen generiert dank exzellenter Technologie optimale und messbare Resultate für Werbetreibende, Agenturen und Publisher.

Das Expertenteam um die CEOs Peter Gläser und Jet Patel arbeiten daran, das traditionelle Paid-for-Display Advertising im Mobile Bereich abzulösen und den mobilen Werbemarkt zu vereinfachen. Zu diesem Zweck nutzt die Firma seit vielen Jahren eigene Tools und Technologien.

Sponsormob hat bereits Kampagnen für ebay, Axel Springer und die Otto Gruppe umgesetzt. Bei seiner Gründung 2006 war Sponsormob das erste internationale CPA-Netzwerk für das Mobile Internet. 2012 eröffnete das Unternehmen eine Niederlassung in Austin, Texas, und ist seither auch im US-Markt operativ tätig.

Weiterführende Informationen unter: <http://www.sponsormob.com/de/>

Über Jaduda

Die Jaduda GmbH mit Sitz in Berlin ist ein Full Service Dienstleister für Mobile Marketing. Das Unternehmen wurde Anfang 2010 gegründet und bietet von der Konzepterstellung über die Kreation von Landingpages und Bannern bis hin zur Aussteuerung und Analyse komplexer Marketing-Kampagnen im mobilen Kanal alle Dienstleistungen aus einer Hand. So unterstützt Jaduda Werbetreibende und Agenturen dabei, mit individuellen Lösungen ihre Reichweite, Leads oder Downloads zu steigern. Jaduda ist Premium-Partner internationaler Netzwerke wie airpush oder Google und kooperiert eng mit internationalen Vermarktungs- und Verlagsunternehmen.

Zu den Kunden von Jaduda zählen der internationale Mediendienstleister Publicitas, Tchibo und die Goldbach Media Group.

Weiterführende Informationen unter: <http://www.jadudamobile.com/>

Pressekontakt:

Celia Gastaldi
Agentur Frische Fische
Tel.: +49(0)30/629011-72
Email: cg@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Sven Ruppert
Director Sales & Client Relations
Jaduda GmbH
Tel: +49(0)30/60940283
Email: sr@jaduda.com