

Spree7 Vision Paper: Realtime Advertising im Jahr 2020

Vorzüge des Realtime Advertisings werden langfristig nicht nur Web- und Mobile-Werbung vorbehalten bleiben

Whitepaper zur Entwicklung der klassischen Medien im Zeitalter des digitalen Marketings steht zum Download bereit

Berlin, den 22.10.2013 – Viktor Zawadzki und Oliver Busch von Spree7, der Trading-Desk-Service für die effiziente Steuerung digitaler Werbung in Echtzeit, diskutieren in einem Thesenpapier Zukunftsszenarien für klassische Medien unter dem Einfluss von Realtime Advertising. Wie digital sind die Medien, die wir noch „offline“ nennen, heute schon und welche Entwicklungen sind hier zukünftig zu erwarten?

Das Thesenpapier enthält Einschätzungen zum Digitalisierungsgrad von Außenwerbung, TV, Radio, Dialogwerbung, Print und POS in den nächsten Jahren. Es steht ab sofort unter folgendem Link zum Download bereit: www.spree7.com/whitepaper2020

Hintergrund und These

Das Verständnis für die Technologie des Realtime Advertisings in der DACH-Region hat sich gefestigt und die Standardisierung gewinnt an Fahrt. Die Zukunft überholt zumeist selbst die kühnsten Vorstellungen, die man sich von ihr macht. Die Manager vom Trading-Desk-Serviceanbieter Spree7 Viktor Zawadzki und Oliver Busch wagen trotzdem einen Ausblick in die mögliche, künftige Entwicklung der gegenwärtig vielversprechendsten Technologie des Marketings. Ihre These lautet: Die Vorzüge des Realtime Advertisings werden langfristig nicht nur Web- und Mobile-Werbung vorbehalten bleiben. Bis zum Jahr 2020 wird ein Rollout auch in den meisten klassischen Medien stattfinden.

Leseprobe: Außenwerbung

„Außenwerbung hat in den letzten zehn Jahren eine beachtliche Digitalisierung vom gedruckten Plakat zur digitalen Werbefläche vollzogen. Nahezu alle stark frequentierten Stellen an Flughäfen, Bahnhöfen und in U-Bahnstationen sowie an vielen belebten Kreuzungen und Plätzen sind durch digitale Flächen ersetzt worden (digital Out-of-Home oder kurz dOoH genannt). Die Werbung auf diesen Flächen wird mehrheitlich über Internetverbindungen eingespielt. Für die meisten Produkte wird es nicht einerlei sein, ob am Hamburger Hauptbahnhof gerade die S-Bahn mit partyhungrigen Teenies aus Pinneberg einrollt oder der ICE voll mit Geschäftsleuten aus Berlin.

In Deutschland befinden sich die Flächen überwiegend in der Hand des innovationsfreudigen Marktführers Ströer und seiner Tochtergesellschaft Infoscreen. Ströer hat vor wenigen Monaten seine Digitalvermarktungssparte (Websites) mit der Plakatsparte (OoH und dOoH) fusioniert, um zeitgleich die Akquisition des digitalen Werbemarktplatz AdScale stemmen zu können. AdScale hatte kurz zuvor seine eigene Realtime-Advertising-Technologie gelauncht und erfolgreich begonnen, Werbeplätze einzeln in Echtzeit zu vermarkten. Auch über das eigene Unternehmen hinaus treibt Ströer

die Entwicklung der Branche voran: Die Brancheninitiativen zur europaweiten Standardisierung des dOoH sowie zur Förderung der OoH-Videowerbung kommen zügig voran.

Bis zu diesen neuesten, konkreten Entwicklungen auf dem Markt erschien eine mögliche Verschmelzung von Realtime Advertising und OoH als bloße Theorie. Mittlerweile ist davon auszugehen, dass dOoH hierzulande unter den klassischen Mediengattungen schon bald den Anfang beim Einstieg ins Realtime Advertising machen wird.“

Über Spree7

Spree7 ist ein Trading-Desk-Service, der Agenturen und Werbetreibenden eine höhere Effizienz in der Steuerung digitaler Medien ermöglicht. Ein spezialisiertes Team aus Beratern und Analysten sowie Tracking-, Data- und Schnittstellenexperten konzipieren, programmieren und managen Kampagnen granularer, als es bislang realisierbar war. Das ermöglichen der Einsatz einer auf dem Weltmarkt führenden Realtime-Advertising-Technologie und Schnittstellen zu den wesentlichen Tool-, Daten- und Inventaranbietern. Bei voller Transparenz erweitern Agenturen mit Spree7 ihr Leistungsportfolio und eröffnen Werbetreibenden eine neue Welt an Möglichkeiten für die kreative Aussteuerung ihrer Brand- und Performancekampagnen.

Die Spree7 GmbH ist eine Partnerschaft zwischen der Schweizer PubliGroupe AG und dem amerikanischen Realtime-Advertising-Pionier MediaMath.

Weitere Informationen finden Sie auf www.spree7.com.

Werden Sie Teil unserer Google+ Community: [gplus.to/rtacomunity](https://plus.google.com/rtacomunity)

Besuchen Sie uns auf Facebook: facebook.com/Spree7GmbH

Oder folgen Sie uns auf Twitter: [@Spree7com](https://twitter.com/Spree7com)

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 kunden-orientierte

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 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.

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.