

Pressemitteilung

Gegengewicht zu US Giants: Madvertise bietet In-App Header Bidding auf eigener Ad-serving-Plattform BlueStack

- SaaS-AdServing-Plattform mit integrierter SSP
- Einzige europäische Lösung für In-App Header Bidding
- Verwertung von Geo-Daten dank DSGVO-konformer CMP
- Langfristig: Full-Stack-Lösung für Publisher und Advertiser

Berlin, 10. März 2020 – Madvertise Media, Premium-Vermarkter und First-Mover im In-App Header Bidding in Europa, baut mit der eigenen Plattform BlueStack sein AdTech-Angebot in Richtung Self-Service aus. Als ersten Schritt in 2020 öffnet Madvertise die Plattform im Bereich SaaS-AdServing für seine bestehenden und neuen Publisher-Mandanten, weitere Entwicklungen sollen sukzessive realisiert werden.

Die AdServing- und Monetarisierungs-Plattform mit integrierter SSP (Supply Side Platform) ermöglicht Publishern die autarke, direkte und programmatische Monetarisierung ihrer eigenen digitalen Werbeflächen in mobilen Apps und Websites. Neu ist zudem der in Europa bisher einzigartige, optionale Service der GPS-Daten-Monetarisierung, der Publishern eine zusätzliche Erlösmöglichkeit losgelöst von Werbekampagnen ermöglicht. Dank In-App Header Bidding werden App Publisher zunehmend unabhängiger vom Markteinfluss US-amerikanischer Tech-Konzerne. Mittels einer separaten SDK-Schnittstelle können App Publisher dabei entscheiden, ob sie die verfügbaren und vom Nutzer aktiv für Marketingzwecke freigegebenen Daten monetarisieren möchten.

Perspektivisch soll BlueStack um die Funktionen einer Self-Service DSP (Demand Side Platform) erweitert werden, sodass Werbekunden, Agenturen und Werbenetzwerke bei der Verwendung sowohl die eigenen Netzwerk-Reichweiten vermarkten als auch erreichbare Zielgruppen durch programmatische Inventarzukäufe veredeln können.

Erste europäische Plattform für In-App Header Bidding

Als erste europäische Lösung ermöglicht BlueStack seinen Nutzern den programmatischen Verkauf von digitalen Werbeflächen über In-App Header Bidding (Parallel Bidding). Damit verschafft Madvertise teilnehmenden Publishern neben höheren Erträgen und überdurchschnittlichen Füllraten von 80 Prozent und mehr auch einen zentralen strategischen Vorteil: Zunehmende Unabhängigkeit von marktdominierenden US-Giganten wie Google, Facebook und Amazon, insbesondere für kleinere und mittlere Einzelpublisher. Zugleich sind vorgenannte Ad Exchanges oder Netzwerke Teil der BlueStack-Technologie. Netzwerke, die aktuell kein Header Bidding in Apps unterstützen, werden in der klassischen Wasserfalllogik weiterhin angefragt, um die verfügbaren Werbeflächen zu füllen. Darüber hinaus ist BlueStack die erste datenbasierte SSP, die Publishern die direkte Verwertung von Geodaten aus ihren Apps ermöglicht und gleichzeitig DSGVO-konform ist. Die Plattform ist aktuell neben Deutschland auch in Frankreich und Italien im Einsatz und wurde bereits in mehr als 200 europäischen Premium-Anwendungen aus dem Madvertise-Netzwerk, wie Zeitschriften der Funke-Mediengruppe, MTV, Rakuten oder Météo France, eingebettet.

An den Entwicklungen des Marktes orientiert

Mit der Weiterentwicklung von BlueStack antizipiert Madvertise die aktuellen Entwicklungen des digitalen Werbemarktes: „Während Programmatic Advertising ungebrochen an Bedeutung gewinnt, ist besonders bei großen Publishern eine zunehmend stärkere Inhousing-Tendenz erkennbar. Gleichzeitig lassen uns viele Kunden wissen, dass sie nicht auf die Hebelwirkung einer starken Vermarktungsplattform verzichten wollen. Mit BlueStack bringen wir einen perfekten, DSGVO-konformen Service für Programmatic Advertising in Stellung“, erklärt Francois Roloff, CEO von Madvertise Media.

Schrittweiser Ausbau zur Full-Stack-Plattform für Publisher und Advertiser

BlueStack soll kontinuierlich ausgebaut werden und bildet einen der Angelpunkte in der Unternehmensstrategie, sich in einem schnelllebigen Geschäftsumfeld zunehmend breiter aufzustellen und Innovationen voranzutreiben. „Wir wollen in den kommenden Monaten das Portfolio der AdServing-Plattform stetig erweitern und perspektivisch Publisher und Advertiser in einer Full-Stack-Plattform miteinander verbinden – mit dem Ziel, dass die Monetarisierung durch den Wegfall der üblicherweise zwischengeschalteten Akteure für Publisher auf breitere Füße gestellt wird“, erläutert Roloff. „Für uns ist Mobile Marketing ein Omnichannel-Ansatz. Langfristig sollen daher auch Angebote für eine Verzahnung mit anderen Gattungen wie Digital out of Home sowie für das Influencer Marketing in BlueStack integriert werden.“ Die nächsten Schritte im Ausbau von BlueStack sind die Integration neuer Datenpartner für geospezifische Informationen und Marktdaten sowie die Ergänzung weiterer Header Bidding Layer. Außerdem sollen die Echtzeitoptimierung der Open-Market-Monetarisierung verbessert und weitere Abnehmer für die Monetarisierung von verfügbaren Geodaten angebunden werden.

Über Madvertise Media

Der Mobile-Ad-Tech-Pionier Madvertise agiert seit 2008 am Markt. Als Premium-Vermarkter ist Madvertise spezialisiert auf innovative Branding-Lösungen mit aktivierenden Werbeformen inklusive Video und exklusiven Sonderplatzierungen für mobile Endgeräte. Dank der Inhouse-Kreationsabteilung liegt der Fokus auf lebendiger Mobile-Konzeption mit außergewöhnlichen Special-Formaten und interaktiven Video-Lösungen. Seit dem Launch der proprietären Technologie BlueStack stellt madvertise die erste europäische DSGVO-konforme in-App-Header-Bidding-Plattform für Publisher und Vermarkter bereit. Werbetreibende erreichen im Madvertise Premium-Netzwerk rund 25 Millionen Unique User monatlich, Das ausgewählte Portfolio umfasst eine Vielzahl von hochwertigen Publishern aus dem Nachrichtenumfeld sowie dem Lifestyle & Entertainment-Segment mit hoher Einzelreichweite. Der Hauptsitz befindet sich in Berlin-Kreuzberg, ein weiteres Büro gibt es in Düsseldorf. Zudem ist der Mobile-Pionier in Paris und Mailand mit eigenen Büros vertreten. Madvertise vermarktet unter anderem das Portfolio von Toralarm, MTV Networks, HÖRZU und weiteren Teilen des Funke Digital Portfolios. Madvertise arbeitet für nahezu alle Agenturnetzwerke und Mediaagenturen, wie GroupM, Havas, OMD und Pilot.

Weitere Informationen unter: <https://madvertise.com/de/>

Pressekontakt

Jasmin Weber | Agentur Frische Fische | +49 (0)351 21522 9712 | jw@frische-fische.com