

Pressemitteilung

Programmatische In-App-Werbekampagnen im Datenschutz-Zeitalter: Remerge erweitert Angebot um Nutzerakquise

- *Remerge bietet App-Vermarktern jetzt Nutzerakquise zusätzlich zu seiner Retargeting-Lösung an*
- *Mittels Causal-Impact-Analyse bringt Remerge Inkrementalitätsmessung in die Post-IDFA-Welt*

Berlin, 05. Mai 2021 – Die Berliner App-Marketing-Plattform Remerge hat ihr Lösungsangebot erweitert: Werbetreibende können ab sofort kosteneffiziente User Acquisition(UA)-Kampagnen unter Einhaltung neuester Datenschutzbestimmungen durchführen. Der Launch des neuen Produkts kommt pünktlich zu Apples Einführung des App Tracking Transparency Frameworks (ATT) in iOS 14.5.

Die neuen Kampagnenformen funktionieren unabhängig von Benutzerkennungen für Werbetreibende (IDFA) oder ID-Graphen und ermöglichen den Werbetreibenden so einen nahtlosen Übergang in eine datenschutzorientierte Zukunft. Zudem hat Remerge ein neues Tool zur Inkrementalitätsmessung von Kampagnen entwickelt, das völlig unabhängig von IDs ist. Mit dem Ausbau seines Portfolios wird Remerge zum ganzheitlichen Anbieter von programmatischen In-App-Werbekampagnen.

Skalierbare UA-Lösungen für Mobile Programmatic

Der Vorteil: Werbetreibende können sich über Remerge Anzeigenplatzierungen kosteneffizient in großem Umfang sichern. Aufgrund der proprietären DSP-Infrastruktur ist Remerge in der Lage, das verfügbare Inventar zu nutzen, indem er sich mehr relevantere Impressionen sichert – und das zu einem günstigeren Preis. Darüber hinaus hat Remerge seine Gebots-, Konversions- und Klickvorhersage-Algorithmen verfeinert, um das optimale Gebot für jede Auktion zu berechnen – unabhängig von IDs.

Als DSP ist Remerge mit allen Funktionen ausgestattet, die ein datenschutzfreundlicher Programmatic-Partner benötigt, wie z. B. SKAdNetwork-Integration, kontextbezogenes Targeting, KI-gesteuerte Lookalike Audiences und Managed Services, wie etwa eine eigene Kreativabteilung.

„Der Wegfall der IDFA-basierten Daten markiert eine Zäsur in der Mobile-App-Marketing-Branche und setzt Werbetreibende unter Druck. Wer eine hohe Rendite für seine Werbeausgaben erzielen möchte, muss Programmatic Advertising auf iOS in seinem Marketing-Mix beibehalten. Für App-getriebenes Wachstum brauchen Werbetreibende einen Partner, der sich mit Mobile Programmatic auskennt, der weiß, wie er die neuen Möglichkeiten im Markt für sie nutzen kann, und der den richtigen Technologie-Mix hat“, erklärt Pan Katsukis, CEO und Co-Founder von Remerge.

Inkrementalitätsmessung auch für No-ID Traffic zur wissenschaftlich fundierten Kampagnenauswertung

Remerge verfügt im Rahmen seines DSP-Angebots über einen weiteren entscheidenden Faktor in einer ID-losen Ära: Die Fähigkeit, die inkrementelle Wirkung von Kampagnen zu messen. Remerge leistet seit 2017 Pionierarbeit bei der Entwicklung der Inkrementalitätsmessung für Remarketing. Um auch nach IDFA weiterhin aussagekräftige Erkenntnisse zu liefern, hat Remerge ein neues Tool zur Messung der inkrementellen Auswirkungen entwickelt, das völlig unabhängig von IDs ist.

Mithilfe von Ökonometrie und Causal-Impact-Analyse – ein von Google entwickeltes Framework – ist es möglich, den Uplift von Kampagnen über verschiedene Conversion Events hinweg zu beobachten. Zusätzlich zu den SKAdNetwork-Metriken kann auch der Re-Engagement-Effekt einer Kampagne zur Nutzergewinnung aufgezeigt werden. Mit der Inkrementalitätsmessung können Werbetreibende die Effektivität ihrer Kampagnen validieren und die Leistung ihrer Werbekampagnen durch fundiertere Optimierungsentscheidungen steigern.

„Werbetreibende brauchen Orientierung in der No-ID-Welt, aber SKAdNetwork liefert nicht genügend Erkenntnisse. Wir haben unsere Inkrementalitätslösung mit dem Ziel entwickelt, Werbetreibenden einen zusätzlichen Wertnachweis für ihre Werbeausgaben zu liefern. Die Möglichkeit, den Re-Engagement-Effekt der Werbekampagne zu messen, macht Inkrementalität im No-ID-Zeitalter für Werbetreibende zu einer Notwendigkeit“, betont Katsukis.

Über Remerge

Remerge ist eine führende AdTech-Plattform mit Fokus auf App Marketing. Das 2014 in Berlin gegründete Start-up unterstützt Werbetreibende dabei, mit skalierbaren programmatischen App Kampagnen zu wachsen, den Umsatz zu steigern und die Bindung der Kunden zu stärken. Das Ziel von Remerge ist es die bestmögliche Performance zu erreichen mit wissenschaftlichen Ansätzen wie Machine Learning Optimierung und kontinuierlichen Incrementality-Messungen.

Remerge bietet volle Transparenz über die Performance und alle damit verbundenen Daten, etwa die Publisher-Informationen. Die Mobile DSP erreicht mit 26 strategischen Supply-Partner-Integrationen und der Möglichkeit, 3,3 Millionen Queries pro Sekunde über mehr als eine Million App Publisher zu verarbeiten, eine der höchsten Skalierbarkeitsraten der Industrie. Remerge wird von Pan Katsukis, CEO und Co-Founder, geführt. Das Unternehmen hat 140 Mitarbeiter an sechs Standorten in Europa, Nordamerika und Asien. Zu den nationalen und internationalen Kunden des App-Marketing-Spezialisten zählen führende Brands wie Delivery Hero, Playtika und Line Music.

<https://www.remerge.io>

Pressekontakt

Agentur Frische Fische
Rosalie Borgschulte
Tel. +49 (0)30 - 629011-74
Mail: rosalie@frische-fische.com