



Publicitas AG
Mürtschenstrasse 39
P.O.BOX
CH-8010 Zurich

Phone: +41 44 250 38 88
Fax: +41 44 250 38 89
pr@publicitas.com

www.publicitas.ch
www.publicitas.com

Publicitas kündigt beim Digital Forum 2012 in Berlin eine Premium Sell Side Plattform Initiative an

Berlin, 21.06.2012 - Im Rahmen des Digital Forums 2012 haben Publicitas und das Schwesterunternehmen Adnative den Launch einer Initiative für eine internationale Sell Side Plattform (SSP) angekündigt, die sich an Publisher im Premium-Segment richtet. Die Plattform wird Premium-Medienanbieter dabei unterstützen, ihr digitales Werbeinventar besser zu monetarisieren und zu verwalten. Über 60 ausgewählte Medienanbieter aus ganz Europa nehmen an dem zweitägigen Event teil und treffen dabei auf Unternehmen mit innovativen Ansätzen zur Generierung von Content und Umsatz.

Das Digital Forum 2012, das am 21. und 22. Juni in Berlin stattfindet und von Publicitas sowie dem Schwesterunternehmen Adnative ausgerichtet wird, gewährt ausgewählten Medienanbietern einen Einblick in die Premium SSP-Initiative, die vom führenden internationalen Mediendienstleistungsunternehmen gestartet wird. Die innovative SSP bietet Medienanbietern eine technologisch und dynamisch getriebene Plattform, auf der sie bei voller Kontrolle ihr nicht abverkauftes Werbeinventar dem automatisierten Ad-Trading-Markt zur Verfügung stellen können. Medienanbieter können Real Time Bidding Käufern so einen Zugang zu diesem Inventar gewähren und zudem geschlossene und private Marktplätze einrichten. Sie behalten dabei vollständig die Kontrolle darüber, wie und wem sie ihr wertvolles Werbeinventar zu welchen Preisuntergrenzen zur Verfügung stellen.

Das Online Display Advertising ist zunehmend datengetrieben. Medienanbieter, die ihr Inventar auf der Publicitas SSP vermarkten, können dank der Partnerschaft von Publicitas mit der Data Management Firma Visual DNA ihre Werbeplätze besser verkaufen und so hochwertigere TKP/CPM (Tausender-Kontakt-Preise/Cost-per-Mille) erzielen und wichtige Einblicke in die eigene Zielgruppe gewinnen. Visual DNA ermöglicht mit seiner marktführenden Data Enrichment Technologie Medienanbietern, ihre Zielgruppe on-site und off-site optimal zu monetarisieren.

Neben der Publicitas SSP-Initiative stellen Vertreter innovativer Unternehmen den Teilnehmern des Digital Forums 2012 die Welt des Real-Time-Ad-Tradings vor. Dr. Robert Mayer-Uellner, Managing Director bei Xaxis Deutschland, zeigt auf, wie Demand Side Plattformen (DSP) und das Aufkommen des automatisierten Mediaeinkaufs eine Schlüsselrolle für die Zukunft der digitalen Medien spielen können. Noch kaufen Media-

Planer zwar in großen Mengen direkt und persönlich ein, zielen aber schon längst darauf ab, ihre Kampagnen zu optimieren, indem sie ihr Publikum zielgenau adressieren und ohne Mediastreuverluste einkaufen.

Martin van der Meij von der niederländischen Telegraaf Media Groep zeigt aus der Sell-Side-Perspektive die Herausforderungen für Medienhäuser im automatisierten Werbehandel auf.

Am zweiten Tag des Events erhalten die teilnehmenden Kunden von Publicitas und Adnative die Möglichkeit, verschiedene Unternehmensvertreter persönlich zu treffen und sich mit diesen in Eins-zu-Eins-Meetings direkt auszutauschen. Medienanbieter profitieren hier von den tief gehenden Kenntnissen zu Themen, die von lokaler Werbung auf mobilen Geräten (Geovendo), über die zu überwindende „Banner-Blindheit“ (Respond), bis hin zu dem Wandel von Social Media Feeds zu individualisierten interaktiven Newsportalen (Paper.Li) reichen.

Beat Roeschlin, CEO von Publicitas, erklärt: «Die sich schnell wandelnde digitale Medienlandschaft mit ihren neuen Technologien eröffnet aufregende neue Wege des Handels von digitalem Inventar. Publicitas möchte sich dank ihrer starken Medienkompetenz als bevorzugter Partnerin von Premium-Medienanbietern im Bereich des Real-Time-Biddings positionieren. Mit unserem Digital Forum 2012 in Berlin treiben wir unsere digitale Agenda einen gewaltigen Schritt nach vorn.»

Chris Morgan, Head of Digital bei Publicitas, fährt fort: «Mit der Schaffung einer Premium SSP werden wir Medienanbietern ein Set an Werkzeugen von höchster Qualität und Effizienz zur Verfügung stellen, mit dem sie ihre wertvollen Werbeeinblendungen/AdImpressions in einem dynamischen Markt optimal verwalten und kontrollieren können. Schließlich wollen wir sie dabei unterstützen, ihre Umsätze und Gewinne zu maximieren. Heute haben wir einen ersten Meilenstein erreicht, indem wir unseren Medien-Partnern unsere Initiative vorgestellt haben und sie dazu einladen, mit uns an Bord dieser Real-Time-Herausforderung zu kommen.»

Simon Taylor, SVP Operations Europe, ergänzt: «Dies ist eine entscheidende Investition, die unserem Netzwerk die Tür zu weiteren globalen Beziehungen öffnet. Gemeinsam mit weltführenden Media Brands bieten wir ROI-fokussierte Lösungen im digitalen Markt und in Verbindung mit anderen Medien-Kanälen.»

Die SSP soll im vierten Quartal 2012 gelauncht werden und live gehen. Für weiterführende Informationen zur Publicitas SSP-Initiative steht Antony Mures, Director of Strategic Partnerships, zur Verfügung (antony.mures@publicitas.com).

Für weiterführende Informationen zum Digital Forum 2012: www.publicitas.com/digitalforum.

Für weitere Auskünfte:

Publicitas Europe Ltd.
Silvia Torner-Bertacco
Marketing Manager – Europe
E: silvia.torner@publicitas.com
T: +44 7917 418 113

Publicitas AG
Andrea Küpfer
Manager Corporate Communication
E: andrea.kuepfer@publicitas.com
T: +41 44 250 38 88

Über Publicitas:

Publicitas ist ein international führendes Mediendienstleistungsunternehmen und weltweit in 21 Ländern vertreten. Mit unterschiedlichsten Medienkompetenzen unter einem Dach vermarktet und verkauft Publicitas Werberaum lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Medienanbieter und bietet Werbeauftraggebern und Agenturen individuelle Kommunikationslösungen an.

Publicitas umfasst in der Schweiz die Gesellschaften und Units Publicitas AG, Publicitas Publicconnect, Publicitas Cinecom AG, Publicitas Digital, Publicitas Publimag AG, Publicitas Mosse AG, Publicitas Swiss Press und im Ausland die Gesellschaften Publicitas, Adnative und Emphasis Media. Weltweit beschäftigt Publicitas rund 1.200 Mitarbeitende.

Publicitas AG ist ein Unternehmen der PubliGroupe. Weitere Informationen finden Sie unter www.publicitas.com und für die Schweiz unter www.publicitas.com.

Über Publicitas & Adnative in Europa

Mit mehr als 150 Vertriebsprofis in den wichtigsten europäischen Städten bieten Publicitas & Adnative eine hoch entwickelte und leistungsstarke medienübergreifende Sales- und Marketing-Schnittstelle zwischen Werbetreibenden und weltweit führenden Medienanbietern. Zehn Sales-Teams in Europa arbeiten unter der Dachmarke Publicitas, zusätzlich sind vier weitere Teams im Namen von Adnative tätig. Weitere Informationen über Publicitas & Adnative finden Sie unter www.publicitas.com/europe.