

Presseinformation

Titel:

ADITION technologies gibt die Integration des deutschen RTB-Spezialisten Yieldlab bekannt / zwei der führenden deutschen Technologieunternehmen im Onlinemarketing vereint

Düsseldorf, 07. September 2012. Die ADITION technologies AG, hat als erster Adserver-Anbieter die Yieldlab-Publisher-API umgesetzt und somit die Supply Side Platform des deutschen RealTimeBidding-Spezialisten vollständig in das eigene System integriert.

Beim RealTimeBidding handelt es sich um die Versteigerung eines einzelnen AdRequests, welcher in Echtzeit an den Höchstbietenden verkauft werden soll. In diesem Auktionsprozess wird zwischen der Anbieterseite und der Bieterseite unterschieden.

Yieldlab hat sich auf die Anforderungen von Premium-Publishern fokussiert und bietet in der komplett in Deutschland entwickelten und betriebenen Plattform granulare Kontrolle und große Transparenz zu jeder einzelnen Transaktion. Durch Realtime Bidding verbunden mit verschiedenen Methoden zur Yield-Optimierung kann Yieldlab den Ertrag des Publishers deutlich erhöhen. Über die Yieldlab RTB-API sind derzeit mehr als 30 relevante DSPs wie z.B. Adform, Metrigo, Sociomantic oder Turn angeschlossen.

Mit der Anbindung an die SSP von Yieldlab können Vermarktungs- und Websitekunden von ADITION für die Versteigerung von AdRequests individuelle Auktionssetups direkt innerhalb des Adservers auf die eigenen Wünsche abstimmen. Das Inventar der Anbieterseite wird dann mit allen relevanten Media-Agenturen, ReTargeting- und Performance-Dienstleistern im deutschen Markt verbunden. Über die Eingabe eines Mindestgebots und die Konfiguration von Black- und Whitelists können dann zum einen angebotene AdRequests vor dem unterpreisigen Verkauf geschützt und zum anderen eine individuelle Selektion der Auktionsteilnehmer vorgenommen werden.

Um den Wert und somit den möglichen Erlös eines zu versteigernden AdRequests zu erhöhen, können ADITION-Kunden zudem über die Yieldlab-Integration ihren Auktionsteilnehmern erlauben, verschiedene Informationen wie die Webseite, den vom User verwendeten Browser oder nutzerbasierte Bewegungsdaten für eine tiefergehende Bewertung einzusehen. Diese können darauf basierend und unter Berücksichtigung eigener gesammelter Targetinginformationen den AdRequest auf eine höhere Relevanz Ihrer laufenden Kampagnen prüfen und damit die Höchstgrenze ihrer Gebote im gegenseitigen Interesse anheben.

„Schon jetzt gehören wir zu den führenden SSPs in Deutschland. Die Integration zwischen Adition und Yieldlab wird das Handelsvolumen auf der Yieldlab-Plattform noch einmal deutlich erhöhen. Mit Adition und Yieldlab verbinden sich zwei Technologien made in Germany um den Vermarktern eine unabhängige und starke Komplett-Lösung im Bereich der Inventar-Optimierung zu bieten.“ erklärt Marco Klimkeit, Gründer und Geschäftsführer Yieldlab GmbH.

„Wir freuen uns ganz besonders, die SSP-Integration pünktlich zum Branchenevent des Jahres bekannt geben zu können. Damit tragen wir den Anforderungen unserer Kunden Rechnung, neue Ertragskanäle direkt aus unserer Adserverlösung heraus erschließen zu können. Und auch für die Zukunft versprechen wir uns schon aufgrund des gemeinsamen Verständnisses des deutschen Onlinemarktes viele weitere innovative Weiterentwicklungen zusammen mit unserem Partner Yieldlab“, so Jörg Klekamp, Vorstand Sales ADITION technologies AG.

ADITION und Yieldlab auf der dmexco 2012: Halle 8, Stand E-061

Über die ADITION technologies AG:

Die ADITION technologies AG, Düsseldorf, ist eine 100%-ige Tochter der virtual minds Gruppe, Freiburg, und auf die Entwicklung und den Vertrieb der unternehmenseigenen Adservertechnologie ADITION adserving spezialisiert.

Die Erfolgsgeschichte von ADITION adserving beginnt 2001, als die grundlegende Technologie für das Vermarktungsportfolio der heutigen virtual minds AG konzipiert und umgesetzt wurde. Früh erkannte man das Potenzial der Eigenentwicklung und verfolgte mit der Gründung der ADITION technologies AG im Jahre 2004 das Ziel der Kommerzialisierung dieser Adservertechnologie. Heute liefert die ADITION technologies AG als einer der letzten von großen Netzwerken unabhängigen Technologiedienstleistern Adserving made in Germany: Unter strenger Einhaltung der deutschen und europäischen Datenschutzbestimmungen bietet ADITION neben dieser Rechtssicherheit ein in Sachen Leistungsfähigkeit, Performance und Stabilität führendes Adserversystem an. Die einheitliche Lösung bedient die Adservinganforderungen sowohl von Publishern und Vermarktern als auch von Agenturen, Direktkunden und Spezialanbietern (z.B. Performance-Marketeers) an. Damit ist ADITION segmentübergreifend der Technologiepartner Nr.1 im Adserving-Bereich.

Mit dem Wechsel von United Internet Media, einer der Top 3 Digitalvermarkter im deutschsprachigen Raum, auf ADITION adserving liefert ADITION ab Juli 2012 nahezu 56 Milliarden AdRequests pro Monat aus. Damit ist die ADITION technologies AG der nach DoubleClick / Google und noch deutlich vor ADTECH zweitgrößte Adservinganbieter im deutschsprachigen Online-Markt. Mit über 100 Kunden im DACH-Bereich, darunter 1&1, adverServe, Advertising Alliance, explido, Immowelt, Kupona, mediascale, Otto, Performance Media, PLAN.NET, Swisscom, Unister, unikedigital und United Internet Media zählt ADITION zu den führenden Technologieunternehmen im Wachstumsmarkt digitales Marketing.

Pressekontakt:

ADDITION technologies AG

Steffen Pramel

Tel.: +49 / (0) 211 987400 - 30

Fax.: +49 / (0) 211 987400 - 33

Mail: presse@ADDITION.com

Web: www.ADITION.com