



adverserve steigert Qualität und Brand Safety programmatischer Kampagnen durch Partnerschaft mit DoubleVerify â€“ BILD

ID: LCG21213 | 16.06.2021 | Kunde: adverserve | Ressort:
Wirtschaft &-sterreich | Medieninformation

Neue Partnerschaft mit DoubleVerify erhöht Brand Safety, Viewability und dezimiert Ad-Fraud-Risiken. Technologie ist nahtlos in gesamten Programmatic-Prozess eingebunden.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – adverserve setzt durch die Partnerschaft mit DoubleVerify, einer führenden Mess-und Analyseplattform für digitales Marketing, neue Qualitätsstandards für programmatische Kampagnen, die im digitalen Marketing stetig an Bedeutung gewinnen. Laut aktueller [Studie des IAB Europe](#) sind im EU-Raum mehr als zwei Drittel der Digitalen Spendings Programmatic Advertising zuzuordnen. Insgesamt wurden 2019 23 Milliarden Euro programmatisch ausgespielt – Tendenz weiterhin steigend.

Diese positiven Entwicklungen unterstreichen jedoch einmal mehr die Bedeutung von Brand Safety, Viewability oder den Schutz gegen Ad-Fraud. adverserve hat diesen bestimmenden Themen der Branche durch ein eigenes Qualittsmanagementteam bereits in der Vergangenheit große Aufmerksamkeit gewidmet. Durch die wachsende Partnerschaft mit DoubleVerify werden jetzt zusätzliche Optionen geboten, die die Kampagnenoptimierung auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse zuschneiden lässt. Es setzen bereits globale Konzerne wie Apple, Amazon, Reckitt, Marriott, Mondelez, Daimler oder Vodafone auf diese Technologie.

„DoubleVerify bietet über alle Kanäle hinweg Schutz, Transparenz und Ergebnissteigerung nach den individuellen Vorgaben von Marken. Als Technologieexperte unterstützt adserve dabei, die Möglichkeiten von DoubleVerify umfassend auszuschöpfen und die Performance programmatischer Kampagnen deutlich zu verbessern. Die Erfahrung unseres Qualitätsmanagements in Verbindung mit der DoubleVerify-Technologie löst Herausforderungen, die im Zusammenhang mit programmatischer Werbung diskutiert werden“, fasst **Georg Klauda**, Director adserve enterprise, zusammen.

Individualisierte Echtzeit-Optimierung spart Geld und schützt digitale Mediakampagnen

DoubleVerify integriert Demand-Side-Plattformen, Sell-Side-Plattformen, Ad-Plattformen und soziale Medien nahtlos und in Echtzeit in sein System, wobei die Effektivität der Kampagnen unabhängig von Format und Device bei klassischer Web-Ausspielung und in Mobile-Apps gesichert sowie die Qualitätsmessung entsprechend bereitgestellt wird. Dabei werden sowohl Brand Safety und Suitability des Werbeumfelds, Viewability des Werbemittels, Beseitigung von Fraud und geografische Treffsicherheit berücksichtigt.

Eine DoubleVerify-Case-Study mit einer großen Telekommunikations-Firma zeigt, dass sich die Conversion-Rate um bis zu 28 Prozent steigern lässt, wenn sowohl Qualität (Fraud, Viewability und Brand Safety) als auch Performance optimiert werden.

Durch die permanenten Weiterentwicklungen werden neue Fraud-Typen automatisch identifiziert und ausgeschlossen. Demand-Side-Plattformen werden bis zu 100-mal am Tag hinsichtlich Bedrohungen durch Betrüger aktualisiert. Die DoubleVerify -Technologie identifiziert und blockt Bots innerhalb von acht Minuten nach der

Erkennung. Dadurch werden Fake-Traffic und -Impressionen, vorsätzlich falsch eingepreistes Inventar und betrügerische Apps automatisch ausgeschlossen. Das granulare Brand-Safety-System klassifiziert Websites und Apps in bis zu 44 Sprachen und hilft Marken dabei, unsichere und negative Umfelder vor und nach dem Bid-Prozess zu vermeiden, indem es Website-und App-Spezifika detailliert analysiert.

Um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen, können individuelle Pre-Bid-Strategien wie das Vermeiden von Kategorien-und URL-Keywords, Inclusion/ Exclusion-Lists, Contextual Targeting und vieles andere mehr mit Post-Bid-Settings kombiniert werden, um die Berichterstattung zu maximieren. Dadurch werden die Brand Safety und die Qualität des Inventars maßgeblich verbessert und es kann sichergestellt werden, dass die Werbebotschaft die richtigen Zielgruppen erreicht. Kurz gesagt: Mit DoubleVerifys Technologie erzielen Werbekunden einen besseren Return on Invest (ROI) und setzen zugleich auf den Schutz, die Skalierung und performancegetriebene Ausspielung ihrer Kampagnen.

„2020 hat gezeigt, dass es wichtiger denn je ist, in die richtigen Lösungen zu investieren, um ein sicheres, qualitativ hochwertiges und zuverlässiges Werbeumfeld zu gewährleisten -vor allem, da Betrüger immer anspruchsvoller und die Vorschriften strenger werden. Der Datenschutz der Verbraucherinnen und Verbraucher hat zudem oberste Priorität. Wir bei DoubleVerify freuen uns daher sehr, das adserve-Team bei der Umsetzung neuer Qualitätsstandards im digitalen Marketing unterstützen zu dürfen“, sagt **Jakob Gomersall**, Director Business Sales DACH/ CEE bei DoubleVerify.

Über adserve digital advertising services

Seit 2001 ist adserve digital advertising services als Experte für Werbetechnologie tätig und hat sich bis heute als erfolgreiche Full-Service-Agentur für Digital Marketing etabliert. Als

strategischer Partner und Innovationskraft unterstützt adverterserve dabei, die Chancenpotentiale der Digitalisierung individuell für Unternehmen zu erfassen, um langfristige Werbeerfolge zu erzielen. Das vielseitige Produkt- und Leistungsportfolio erstreckt sich von der Konzeption nachhaltiger Digitalstrategien, über technologische Innovationen bis hin zur operativen Umsetzung von Digitalkampagnen – Kundenindividualität und Transparenz stehen dabei immer im Fokus. Neben dem Hauptsitz in Wien führt adverterserve digital advertising services eine Niederlassung in Kroatien und beschäftigt mehr als 50 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist eine 100-prozentige Tochter der Österreichischen Post. Weitere Informationen auf adverterserve.com

Über DoubleVerify

DoubleVerify ist eine weltweit führende Mess- und Analyse-Plattform für digitale Medien. DoubleVerify hat es sich zur Aufgabe gemacht, das digitale Werbe-Ökosystem stärker und sicherer zu machen, um den fairen Wertaustausch zwischen Käufern und Verkäufern digitaler Medien zu erhalten. Hunderte von Fortune-500-Unternehmen setzen die von DoubleVerify zur Verfügung gestellten unverfälschte Daten und Analysen ein, um die Qualität und Effektivität von Kampagnen zu steigern und die Rendite der digitalen Werbeinvestitionen weltweit zu maximieren. Weitere Informationen auf doubleverify.com

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

