

adverserve und Content Garden auf der DMEXCO 2015

„More than Google“: Content Driven Advertising führt Konsumenten und relevante Werbeinhalte automatisiert zusammen

Wien / Köln, am 10. September 2015 – Studien zeigen, dass Werblocker-Technologien und die mobile Internet-Nutzung enormen Druck auf den wachsenden Online-Werbemarkt* ausüben und bereits über ein Fünftel der Österreicher (ein Viertel der Deutschen / rund ein Sechstel der Schweizer)** nicht mehr über klassische Werbeformen und -technologien erreichbar ist. adverserve, eines der führenden Beratungs- und Technologieunternehmen für digitale Kampagnen, und sein Partner Content Garden raten Kunden und Publishern deshalb, vermehrt auf native Werbeformen zu setzen. Bei der DMEXCO 2015 präsentieren die Unternehmen ihre technischen Werbe-Lösungen im Bereich Content Driven- und Native Advertising.

„Das Online-Werbeumfeld ist hart: Der Kampf um die Aufmerksamkeit wird immer größer, die Abneigung der Nutzerinnen und Nutzer gegen klassische Banner-Werbung steigt. Was es heute braucht, ist Werbung, die durch Inhalt überzeugt und Mehrwert bietet. Und das punktgenau und relevant für den jeweiligen Nutzer. Wir nennen das Content Driven Advertising“, erklärt Lucas Schärf, CEO von Content Garden.

Die Content Driven Advertising Lösung von Content Garden führt den interessierten Leser mit dem richtigen Inhalt zusammen: Die gewünschte Zielgruppe wird dank Algorithmus automatisch über redaktionelle, neutrale Inhalte selektiert und vorgefiltert. Durch die Einbettung von redaktionell gestalteten Teasern und Texten in das Content Umfeld verschiedener Medienpartner, wird ein besonders nahtloses Nutzererlebnis und eine dadurch wesentlich bessere Werbewirkung erzielt. Auch das Bildformat spielt bei einer nativen Werbeform weniger Rolle – redaktionelle Inhalte passen sich responsiv an Smartphone oder Desktop an.

Verbesserte Datenerkenntnisse, Targeting und ROI dank adverserve Technologie

„Je genauer wir die Zielgruppe definieren können, desto größer ist der Return-on-Investment für unsere Kunden“, so Lucas Schärf. Dafür setzt das junge Unternehmen auf die Technologie „Contented Technologies“ seines Partners adverserve. Diese hat adverserve in Zusammenarbeit mit dem CMS Experten strg.at entwickelt und patentiert.

adverserve kann durch seine fortschrittlichen Datenmanagement-Lösungen über die Kampagne gesammelte Nutzerdaten intelligenter bündeln als die Konkurrenz. Indem der Werbetechnologie-Experte die Daten laufend in den Kampagnenzyklus einspielt, wird das Targeting verbessert und die Effizienz steigt. Das Datenmanagement von adverserve ist im Gegensatz zu dem von Anbietern wie Google transparent und die Datenhoheit bleibt immer in der Hand der Werbekunden.

„Mit dem Messeslogan ‚More than Google‘ unterstreichen wir, dass unser Produkt die bessere Alternative zur Datengenerierung und datenbasierten Auslieferung von Werbekampagnen ist“, sagt Boris Schärf, Gründer und CEO von adverserve. Besonders bei spitzeren Zielgruppen und Kundensegmenten stoßen große Anbieter wie Google schnell an ihre Grenzen. „Mit Content Driven Advertising erheben wir das bis zu 500-fache Datenvolumen von Google und gewährleisten unseren Kunden flexibel definierbare Zielgruppenfilter“, erläutert Boris Schärf weiter.

adverserve & Content Garden auf der DMEXCO 2015

adverserve und Content Garden sind auf der DMEXCO 2015. Der Messestand der Unternehmen befindet sich in Halle 7 Stand E 060/E062.

* PWC Outlook Studie 2015: <http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/>

** Studie Adobe / PageFair 2015: <http://blog.pagefair.com/2015/ad-blocking-report/>

Über adverserve digital advertising services GmbH

adverserve digital advertising services GmbH ist ein führendes Beratungs- und Technologieunternehmen für digitale Kampagnen. Schon seit Gründung 2001 lizenziert das Unternehmen modernste Ad Server Technologien für Werbekunden, Verlage und Publisher sowie Agenturen. adverserve bietet Kunden die Rundum-Betreuung für digitale Kampagnen: vom klassischen Setup der Kampagnen, über Tracking und Reporting bis hin zu Analyse und Optimierung. Zudem entwickelt und implementiert adverserve digitale Strategien in den Bereichen Business Development, Programmatic Marketing und Data Management. Neben dem Hauptsitz in Wien führt adverserve eine Niederlassung in Kroatien und in der Schweiz. adverserve operiert derzeit in 7 europäischen Ländern und beschäftigt 35 Mitarbeiter.

Pressekontakt:

Mag. Kathrin Steininger
Marketing Manager adverserve
press@adverserve.com
+43 1 522 7 220 72

adverserve digital advertising services GmbH
Gumpendorfer Straße 132/9
1060 Wien