

07.12.2017 – 15:08 Uhr

Mobile Transparenz: Smaato verbessert Messung der In-App-Sichtbarkeit für iOS und Android

Kalifornien (ots) -

Smaato baut Sichtbarkeitsmessung mit neuer Moat-Integration und Unterstützung durch Open Measurement Working Group des IAB Tech Lab aus.

In-App Sicherheit hat für Werbetreibende Priorität

Smaato, die führende globale, Real-Time Advertising Plattform für mobile Publisher und App-Entwickler, präsentiert zwei Initiativen zur Optimierung der Messung von In-App-Sichtbarkeit. Durch die Integration von Oracles Ad Verification-Riesen Moat in das SDK für iOS und Android bietet Smaato Werbetreibenden nun eine bewährte Methode, Transaktionen auf Basis sichtbarer In-App-Impressions für Video-, Interstitial- und Banner-Ads durchzuführen. Darüber hinaus arbeitet Smaato im Rahmen der Open Measurement Working Group des IAB Tech Lab, der auch Moat angehört, mit Branchenführern an der nächsten Verbesserung der Sichtbarkeit - einer Open-Source-Lösung zu deren Messung.

Da Smartphones mittlerweile zweifellos die zentrale Schnittstelle im Leben der Verbraucher geworden sind, stellen Apps auf Mobilgeräten nun ihr mobiles Zuhause dar. Bei der Nutzung von Smartphones verbringen Verbraucher 53 von 60 Minuten in mobilen Apps, was einem Schnitt von 2,3 Stunden täglich¹ entspricht. In Ländern wie China, Südkorea, Japan und Brasilien fällt die Zeit, die Verbraucher in mobilen Apps verbringen noch höher aus und erreicht Werte von über vier Stunden pro Tag². Im gleichen Maße, wie die Vorliebe für Apps seitens der Verbraucher zunimmt, entwickelt sich In-App-Werbung zum größten Wachstumsmotor für weltweite mobile Werbeausgaben. Dieser Trend führt bei Werbetreibenden zu einer gesteigerten Nachfrage nach einer Sichtbarkeitsverifizierung von In-App-Werbung sowie verbesserter Transparenz.

"Werbetreibende verlagern ihre digitalen Werbeausgaben sehr schnell in den In-App-Bereich. In-App-Sichtbarkeit ist für sie zur Priorität geworden", so Georg Fiegen, COO von Smaato. "Die Einbindung der Viewability in Smaatos SDK vereinfacht die Messung der Sichtbarkeit des Werbeinventars, was ein Schlüsselaspekt für Publisher darstellt, die größere Einkommenspotenziale bei Premiummarken erschließen möchten."

Smaatos neue Sichtbarkeitsoptimierung wird durch das akkreditierte Messinstrument des Media Rating Council (MRC) von Moat gestützt und ist die neueste Errungenschaft des Unternehmens im Rahmen seines fortlaufenden Engagements für mehr Transparenz und Offenheit für Smaato's wachsende weltweite Publisher-Basis. Durch über 90.000 mobile Publisher erreicht die Smaato-Plattform monatlich über eine Milliarde Unique Mobile Users weltweit. Smaato und Moat arbeiten bereits seit Juni 2017 zusammen.

"Wir sind begeistert von der Zusammenarbeit mit Smaato und freuen uns auf ein zukünftiges Engagement als Teil einer größeren Branchenpartnerschaft, um sicherzustellen, dass die Open-Source-Initiativen, die wir unterstützen, hochwertige Messungen bereitstellen", berichtet Jonah Goodhart, Senior Vice President (SVP) von Oracle Data Cloud und Mitgründer von Moat.

Als Mitglied der Open Measurement Working Group des IAB Tech Lab unterstützt Smaato auch die Entwicklung eines Open-Source-SDK, das Publishern die Möglichkeit gibt, mit verschiedenen Sichtbarkeitsanbietern zusammenzuarbeiten, ohne dabei mehrere SDK-Integrationen zu benötigen. Die vollständige Integration mit dem Open Measurement (OM) SDK ist für Anfang 2018 vorgesehen und wird der Branchenstandard für die Messung der In-App-Sichtbarkeit werden.

Sources:

1 eMarketer, September 2017

2 App Annie, Juni 2017

Über Moat

Moat ist ein globaler Analytikanbieter, der seinen Fokus auf die Effizienzverbesserung von Marken und Publishern legt. Von Echtzeit-Aufmerksamkeitsmetrik und -informationen bis hin zu plattformübergreifender Messung und neuen Währungen bietet Moat Lösungen, mit denen sich Markenbildung und Storytelling verbessern lassen. Zu den angebotenen Produkten zählen Moat Pro, das Nutzern detaillierte Abbildungen von Werbeaktivitäten im Netz liefert, sowie Moat Analytics, eine Messplattform, die über klassische Messgrößen wie Impressions oder Klicks hinausgeht und den Fokus auf Aufmerksamkeit legt. Moat wurde 2017 von Oracle übernommen und wird als unabhängige Plattform innerhalb der Oracle Data Cloud geführt, die Daten und Analytik nutzt, um Media für führende Vermarkter und Publisher zu verbessern. Die führenden Marken und Publisher der Welt stützen sich auf Moat als verlässlichen Partner. Für weitere Informationen über Moat besuchen Sie bitte <http://www.moat.com>.

Handelsmarken

Oracle und Java sind eingetragene Marken von Oracle und/oder seinen Tochterunternehmen.

Über Smaato

Smaato ist die führende unabhängige globale Real-Time Advertising Plattform und verbindet über 10.000 Advertiser, darunter 91 der Top 100 Ad Age-Marken, mit über 90.000 App-Entwicklern und mobilen Web-Publishern. Smaato managt bis zu 19 Milliarden mobiler Ad Impressions täglich und erreicht pro Monat über eine Milliarde Unique Mobile Users. Smaato wurde 2005 von den mobilen Pionieren Ragnar Kruse und Petra Vorsteher gegründet und verfügt neben seinem internationalen Hauptsitz in San Francisco über Niederlassungen in Hamburg, Singapur, Shanghai, sowie New York und beschäftigt insgesamt 230 Mitarbeiter. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.smaato.com

Folgen Sie Smaato auch auf Twitter unter @Smaato sowie auf Facebook unter www.Facebook.com/Smaato

Kontakt:

Petra Rulsch PR
Strategische Kommunikation +
c/o Hogarth Worldwide GmbH
Große Bleichen 34
20354 Hamburg
Mobil: +49 160 944 944 23
Tel.: +49 40 4321 88 93
Email: pr@petra-rulsch.com
www.petra-rulsch.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057347/100810163> abgerufen werden.