28.08.2018 – 09:00 Uhr

Neuzugänge von Branchenexperten: In-App-Advertising-Spezialist Smaato beschleunigt Wachstum in APAC-Region

Kalifornien (ots) -

Alex Khan wird Managing Director APAC, Toby Williams Senior Director Demand Business Development APAC

Smaato, führende globale Real-Time Advertising Platform für mobile Publisher und App-Entwickler, hat zwei für seine Expansion im Wirtschaftsraum Asien-Pazifik strategisch wichtigen Führungskräfte an Bord geholt.

Als Managing Director APAC fungiert ab sofort Alex Khan. Der ehemalige Managing Director of Platforms APAC für Oath verfügt über umfangreiche Erfahrung in der Entwicklung programmatischer Lösungen für In-App-Publisher, Medieneinkäufer und Agenturen in der gesamten Region. Daneben konnte Smaato Toby Williams als Senior Director Demand Business Development APAC gewinnen. Er blickt auf einen umfassenden Erfahrungsschatz aus seiner Zeit als Head of Exchange Demand bei Oath zurück. Williams wird für den Aufbau von Agentur- und Markenbeziehungen in der Region verantwortlich sein. Khan und Williams werden von Smaatos Niederlassung in Singapur aus agieren.

"Ich freue mich darauf, die nächste Phase der regionalen Expansion von Smaato zu leiten", sagt Khan. "Smaatos Fokus auf In-App-Werbung eignet sich besonders gut für den APAC-Markt, der durch globale Marken ein explosives Wachstum in Sachen Nachfrage erlebt.

"Wir freuen uns, dass wir zwei führende Experten des digitalen Marketings für uns gewinnen konnten und diese uns nun bei der weiteren Expansion in der APAC-Region unterstützen", so Glenn Fishback, Chief Revenue Officer von Smaato. "Über die vergangenen acht Jahre hinweg konnte sich Smaato eine starkes Fundament in der APAC-Region aufbauen. Wir verfügen nun über eine einzigartige Position, um mit diesen neu besetzten Schlüsselfunktionen auf dem Erfolg aufzubauen."

Da sich die Nutzungszeit mobiler Geräte zunehmend auf Apps konzentriert, verzeichnet die In-App-Werbung in der APAC-Region weiterhin ein beeindruckendes Wachstum. Im Laufe der vergangenen beiden Jahre haben sich die Ausgaben für mobile Werbung in der APAC-Region stark verändert, wobei seitens der Verbraucher zunehmend Apps bevorzugt werden. In der ersten Hälfte des Jahres 2018 entfielen 95 % der über die Smaato-Plattform getätigten Ausgaben für mobile Werbung in der APAC-Region auf den In-App-Bereich und lediglich 5 % auf das mobile Web.

Smaato verfügt in der gesamten APAC-Region, insbesondere aber in China, über eine starke Präsenz. Das 2016 an die in Peking ansässige Spearhead Marketing Communications Group verkaufte Unternehmen verfügt dort über ein Datenzentrum sowie einen wachsenden Partner- und Kundenstamm. Der Ausbau der Niederlassung in Singapur setzt die Strategie fort, in Ländern zu investieren, in denen das Unternehmen weiteres Wachstum sowie eine verstärkte Nachfrage für seine mobile Werbetechnologie erkennt, die hochwertigen Demand für eine wachsende Basis mit über 90.000 Apps und mobilen Websites bietet.

Über Smaato

Smaato ist die führende unabhängige globale Real-Time Advertising Platform 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 20 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 250 Mitarbeiter. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.smaato.com

Folgen Sie Smaato auch auf Twitter unter @Smaato sowie auf Facebook unter https://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
E-Mail: pr@petra-rulsch.com
www.petra-rulsch.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100057347/100819113 abgerufen werden.