

18.12.2018 – 08:54 Uhr

## Mobile programmatische Werbung: Neues hybrides Auktionsmodell von Smaato erhöht Rendite für Publisher und steigert Flexibilität für Käufer

Kalifornie (ots) -

Smaatos Hybridlösung erfüllt Marktbedürfnisse für den Übergang von Second-Price- zu First-Price-Auktionen

Smaato, die führende globale Real-Time Advertising Plattform für mobile Publisher und App-Entwickler, hat ein hybrides Auktionsmodell für ein flexibleres und profitableres programmatisches Umfeld für Publisher und Medienkäufer vorgestellt. Mit einer einzigartigen Auktionsmechanik, bei der Gebote sowohl anhand von First- als auch von Second-Price-Bietern abgeglichen werden, garantiert dieses hybride Auktionsmodell einen optimalen und kosteneffizienten eTKP für Publisher. Medienkäufer können zudem für jede Gebotsanfrage auswählen, an welchen Auktionstypen sie teilnehmen wollen.

"Mit Smaatos hybridem Auktionsmodell können Medienkäufer entsprechend ihres bevorzugten Auktionsmodells bieten", sagt Arndt Groth, Präsident von Smaato. "Diese Technologie garantiert Käufern vollständige Transparenz und Kontrolle über die Auktionsarten, an denen sie teilnehmen - Publishern wiederum bietet sie erhöhte Renditen und Erträge."

Laut Berichten von eMarketer machten First-Price-Auktionen im Dezember 2017 noch einen Anteil von 10 Prozent der gesamten digitalen Ad-Impressions aus, im März 2018 jedoch bereits 43 Prozent. Diese Verlagerung kommt Publishern in großem Maße zugute, da First-Price-Auktionen in der Regel für gesteigerte eTKP-Werte sorgen und ein klareres Bild über den tatsächlichen Marktwert einer Impression abgeben. First-Price-Auktionen erfreuen sich auch bei Käufern zunehmender Beliebtheit, weil sie diesen mehr Transparenz und Kontrolle bieten. Da die Vorteile von Second- und First-Price-Auktionen der Branche nun bekannt sind, ist ein hybrides Modell die faireste Lösung für alle.

Wie funktioniert eine hybride Auktion?

Der Plattform-Release verbessert die Transparenz sowohl für Käufer als auch für Verkäufer. Wie das Ganze funktioniert? Bei einer hybriden Auktion können Partner entsprechend ihres bevorzugten Auktionsmodells bieten, wenn sie auf einen Bid Request reagieren. Smaato führt dann zeitgleich zwei separate Auktionen durch - eine für First-Price-Bieter und eine für Second-Price-Bieter. Im Anschluss daran werden die siegreichen Gebote aus diesen beiden Pools verglichen. Über den endgültigen Gewinner entscheidet dann die beste Rendite für den Publisher. Dies garantiert Käufern nicht nur verbesserte Erfolgsquoten, sondern auch höhere Erträge, da diese stets die höchstmögliche Rendite für ihr Inventar erhalten.

"Wie sind der Ansicht, dass der Markt am besten funktioniert, wenn Exchanges über transparente Auktionsmechaniken verfügen. Soweit wir wissen, sind wir die erste Exchange, die eine echte Hybridlösung anbietet und damit die Möglichkeiten für Käufer sowie den Ertrag für Verkäufer optimiert", so Freddy Friedman, Chief Product Officer von Smaato. "Dieser technische Fortschritt wird allen Branchenpartnern zugutekommen. Dass wir unseren Partnern diese Flexibilität und Transparenz bieten, ist ein wichtiger Schritt in Richtung einer für die nahe Zukunft absehbaren Lösung für Header-Bidding."

Für weitere Informationen nehmen Sie gern am Dienstag, den 18. Dezember 2018 um 10:30 Uhr EST an Smaatos Webinar teil: <https://smaa.to/2Pykaih>.

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 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](http://www.smaato.com)

Folgen Sie Smaato auch auf Twitter unter @Smaato sowie auf Facebook unter <https://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  
E-Mail: [pr@petra-rulsch.com](mailto:pr@petra-rulsch.com)  
[www.petra-rulsch.com](http://www.petra-rulsch.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057347/100823341> abgerufen werden.