

2019 Programmatic Advertising Ecosystem Germany

Data Providers & Technologies



Selling Technologies



Buying Technologies



Exchanges



Agency Trading Desks



Agencies



Sales Houses & Ad Networks



Created & Published by



Delivery Systems, Tools, Analytics, Verification & Privacy



Content Providers

Advertisers

2019 Programmatic Advertising Ecosystem Germany

Agencies

Eine Advertising Agentur oder Medienagentur ist ein Service-Unternehmen, das sich auf die Kreation, die Planung und das Management von Advertising (und auch andere Formen der Vermarktung) des Kunden konzentriert. Eine Agentur agiert unabhängig vom Kunden und bietet somit eine neue, externe Sicht auf den Verkauf der Produkte oder Dienste des Kunden. Agenturen können auch die gesamte Marketing- und Branding-Strategie der Kunden übernehmen.

Agency Trading Desks

Der spezialisierte Teil von größeren Medienagentur-Gruppen, der entweder eigene Technologien oder eine Demand Side Platform (DSP) nutzt, um Medien und Zielgruppen zu kaufen oder zu optimieren. Dies geschieht oft in Echtzeit, über Ad Exchanges, Ad Networks, Sell Side Platforms (SSPs) oder weitere verfügbare Inventarquellen, die mit den Agency Tradings Desks verbunden sind.

Buying Technologies

Eine Technologie-Plattform, die den Medien-Einkauf für Agency Trading Desks, Trading Desks, Publisher Trading Desks und/oder Advertiser zentralisiert. Die Plattformen sind mit vielen verschiedenen Inventarquellen wie beispielsweise Ad Exchanges, Ad Networks und Sell Side Platforms (SSP) vernetzt. Sie bieten Vorteile wie die Vereinfachung der Arbeitsabläufe, integriertes Reporting, algorithmische Kaufoptimierung, Optimierung von Werbemitteln, Daten-Management und Echtzeit-Kapazitäten.

Data Providers & Technologies

Data Provider sammeln und verkaufen (anonym) Daten an (Online) Kunden. Data Management Plattformen verwalten, sichern und sammeln Daten von verschiedenen Quellen und bieten diese als verwertbare Informationen an, die von Käufern und Verkäufern genutzt werden können.

Delivery Systems, Tools, Analytics, Verification & Privacy

Delivery Systems, Tools und Analytics sind Technologien, die spezifische Funktionen im Advertising Ökosystem anbieten. Sie stellen sicher, dass verschiedene Arten von Werbung ausgeliefert, gemessen und validiert werden können. Des Weiteren bieten sie dem Advertiser und Publisher Sicherheits- und Privacy-Funktionalitäten, einzigartige Targeting-Methoden, ein vereinfachtes Tag-Management und Billing Support an.

Exchanges

Eine Technologie-Plattform, die eine Verbindung zwischen Supply und Demand für den automatischen Ein- und Verkauf von Online-Medien in Echtzeit ermöglicht. Diese Technologien verfügen oft über Buy oder Sell Side Funktionen.

Sales Houses & Ad Networks

Eine Outsourcing-Möglichkeit für Advertiser, Agenturen und Publisher, um Medien einzukaufen oder zu verkaufen. Sales Houses arbeiten oft exklusiv für Publisher, indem sie sowohl Standard- als auch maßgeschneiderte Werbeformate an Advertiser und Agenturen verkaufen. Ad Networks bieten spezifische Technologien, wie beispielsweise einzigartiges Targeting, Optimierungskapazitäten oder Werbemitteloptimierung an.

Selling Technologies

Technologie-Plattform mit einer deutlichen Mission: den Umsatz von Publishern, Content Providern oder Broadcastern aus digitalen Medien, vor allem über Programmatic Advertising, zu maximieren. Sie bieten einen effizienten, automatisierten und sicheren Weg, verschiedene verfügbare Demand-Quellen zu erreichen, den Ertrag optimal zu managen und Einsichten in zahlreiche Umsatzströme und Zielgruppen zu geben.

