



Header Bidding: Criteo generiert mit neuem Criteo Direct Bidder mehr Umsatz für Publisher

Die neue Lösung von Criteo schafft eine Win-win-Situation: Publisher können nun den Wert ihres Inventars voll ausschöpfen, Werbetreibende profitieren von besserer Performance

München, 23. Mai 2017 - [Criteo](#) (CRTO), das Technologieunternehmen für Performance Marketing, stellt den Criteo Direct Bidder vor. Die neue Lösung verbindet das Inventar von Online-Publishern direkt mit dem Werbetreibenden-Netzwerk von Criteo. Publisher erhalten somit den vollen Wert der Impressions, die Criteo einkauft. Der hochvolumige und hochqualitative Demand stammt aus dem Werbetreibenden-Netzwerk von Criteo mit mehr als 15.000 Kunden weltweit. Mehr als 250 Publisher haben den Criteo Direct Bidder bereits eingebunden.

Criteo Direct Bidder nutzt das Potenzial von Criteos Demand voll aus, eliminiert Third-Party-Kosten und hilft Publishern, ihr Inventar bestmöglich zu monetarisieren. Dabei steigen weder die TKPs von Criteo, noch verringert sich der Return on Investment der Werbetreibenden. Criteo kauft weiterhin Inventar direkt ein, kann darüber hinaus aber Kaufinteressierte in Echtzeit besser einschätzen und höherwertige Nutzer besser adressieren. Dadurch sind 20 bis 40 Prozent höhere Umsätze für Publisher möglich.

„Criteo war bereits früher ein Pionier beim Thema Header Bidding. Mit dem nun verfügbaren Produkt steigern wir den Wert für Publisher und Werbetreibende noch weiter“, erklärt Marc Grabowski, Executive Vice President Global Supply & Business Development bei Criteo die Markteinführung. „Wir verlagern unseren Einkauf verstärkt hin zu dieser neuen Lösung und gehen davon aus, dass unsere Werbekunden dank des effizienten Mediaeinkaufs deutlich bei ihrer Kampagnenperformance profitieren werden. Publisher erzielen schon jetzt 20 bis 40 Prozent höhere Umsätze auf dem Criteo-Spend. Der Criteo Direct Bidder schafft damit eine Win-Win-Win-Situation für Publisher, Werbetreibende und uns.“

„Criteo war eines der ersten Unternehmen am Markt, das Header Technologie einsetzte. Nun macht Criteo den nächsten Schritt und erfüllt so die Best Practices des Header Biddings. Wir sind begeistert“, kommentiert Stephanie Layser, Director bei Advertising Technology, NewsCorp. „Die Lösung gibt Publishern viel Kontrolle zurück, sorgt für mehr Wettbewerb auf der Demandseite und optimiert sehr effizient den Yield.“

„Header Bidding hat in den USA und in Westeuropa in diesem Jahr bereits die kritische Masse erreicht und wir rechnen für dieses Jahr mit 100-prozentigem Wachstum für das Segment“, berichtet Karsten Weide, Program Vice President Media & Entertainment bei IDC. „Publisher möchten die Webseiten-Performance mit Header Bidding ausbalancieren. Deshalb müssen sie bei der Auswahl der Bieter im Header besonders vorsichtig vorgehen. Publisher werden sich für die Partner entscheiden, die Transparenz, starke Nachfrage, technische Effizienz und bessere TKPs bieten.“

Criteo Direct Bidder liefert Publishern die folgenden Vorteile:

- **Bessere Umsätze für Display und Native.** Publisher müssen sich hinsichtlich Gebühren von Drittanbietern keine Sorgen mehr machen und erhalten den vollen Wert der Display und Native Ads, die Criteo direkt bei ihnen einkauft.



- **Schnelligkeit und Umfang.** Angebunden an die Criteo Programmatic Plattform, die mehr als 150 Milliarden Requests pro Tag blitzschnell beantwortet.
- **Flexible Konfigurationen für maximalen Ertrag.** Vereinfacht das AdServer Setup , damit Publisher noch höhere Erträge aus dem hochwertigen Criteo Netzwerk mit weltweit über 15.000 Werbetreibenden generieren können.
- **User Matching in Echtzeit.** Matcht umgehend die Cookies der Nutzer, darunter auch die des Safari Browsers. Dies generiert durchschnittlich 20 Prozent mehr Ausgaben von Criteo.
- **Nahtlose und flexible Integration.** Zugriff auf die einzigartige Nachfrage von Criteo erhalten Publisher entweder durch die Criteo eigene Standalone-Lösung oder über einen schon integrierten Header Bidding Wrapper wie Prebid oder Index.

Mehr Informationen zu Criteo Direct Bidder sind verfügbar unter <http://www.criteo.com/products/criteo-direct-bidder/>.

##

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) liefert individualisierte Performance-Werbemittel bei ungeschlagener Reichweite. Das Unternehmen misst Erfolg hinsichtlich Post-Click-Sales, macht den ROI transparent und leicht zu messen. Criteo beschäftigt über 2.500 Mitarbeiter in über 30 Büros in Amerika, Europa, Afrika und Asien, bedient über 15.000 werbetreibende Unternehmen und unterhält direkte Beziehungen mit 17.500 Publishern weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter www.criteo.com/de/.

Kontakte

Criteo:

Florian Herzing
Senior PR Manager Central Europe, Eastern Europe, MEA
f.herzing@criteo.com
+49-89-189285-159

PR-Agentur:

HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom
Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru
martin_stummer@hbi.de / andrej_kornienko@hbi.de / duygu_duru@hbi.de
+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44