



Criteo investiert 20 Millionen Euro in KI-Zentrum für die Werbetechnologien der Zukunft

Das „Global Research and Innovation Hub“ in Paris ist ein gezieltes Investment in fortschrittliche Machine-Learning-Technologien

München / Paris, 28. Juni 2018 – [Criteo](#), die Werbeplattform des offenen Internets, startet heute in Paris sein Criteo AI Lab (Criteo Artificial Intelligence Lab). Dedizierte Aufgabe dieses Center of Excellence ist es, neue Machine-Learning-Technologien zu entwickeln, zu testen und großflächig auszurollen. Das Zentrum betreibt Forschung zum Aufbau interpretierbarer, transparenter und nutzerzentrierter Deep Models. Criteo wendet dafür 20 Millionen Euro über einen Zeitraum von drei Jahren auf.

Criteo investiert in Mitarbeiter und Infrastruktur mit dem Ziel, zum führenden Unternehmen für Deep Learning im Advertising zu werden. Experimente im Criteo AI Lab sollen Branchenstandards für Performance-Messung und Best Practices definieren; zudem wird das AI Lab die Diskussion über einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten vorantreiben. Das Team wird unter der Führung von Suju Rajan, Vice President, Head of Research bei Criteo, eng mit Kunden und Partnern zusammenarbeiten. Dabei wird Criteo weiterhin eine Kultur der Offenheit pflegen und seine Forschungsergebnisse veröffentlichen, um Innovationen branchenweit zu befeuern.

„Criteo verfügt über umfassende Datensets und enorme Rechenleistung. Darüber hinaus pflegen wir eine Unternehmenskultur der Innovation und können uns auf unsere talentierten Mitarbeiter stützen. Damit haben wir in unseren Augen die idealen Voraussetzungen, um im Bereich der Künstlichen Intelligenz erfolgreich zu sein“, sagt Jean-Baptiste Rudelle, Chief Executive Officer bei Criteo. „Ich bin stolz darauf, dass Criteo Paris zu einem internationalen Knotenpunkt für KI-Forschung in der Advertising-Technologie gemacht hat.“

Mit dem AI Lab wird Criteo neue Maßstäbe bei Deep Learning und KI setzen. Der Hub unterstreicht die Anstrengungen des Unternehmens, bei KI und Machine Learning branchenführend zu werden. Dazu entwickelt Criteo Schulungs- und Trainingsmaterial sowie Forschungsberichte. Um die Branchenziele zu unterstützen, werden die Criteo-Experten Ergebnisse in verschiedenen öffentlichen Foren publizieren und auf Open-Source-Tools setzen.

„Online-Advertising ist das zentrale Business-Modell des Internets und ändert sich derzeit massiv. Wollen wir diesem Wandel erfolgreich begegnen, brauchen wir leistungsstarke Grundlagenforschung, die neue

Richtlinien, Modelle und Algorithmen hervorbringt“, erklärt Suju Rajan, Vice President, Head of Research, Criteo.

Criteo wird seine Präsenz in Frankreich weiter ausbauen und außergewöhnliche Talente anwerben, um die Ziele des Labs zu erfüllen und KI weiterzuentwickeln. Das Criteo AI Lab wird die Interaktion zwischen Konsumenten, Werbetreibenden und Publishern verändern. Criteo verbindet Theorie und Praxis und schafft so die digitalen Werbetechnologien der nächsten Generation, die mehr als eine Milliarde Internetnutzer sinnvoll erreichen können.

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist die Werbeplattform des offenen Internets, ein Ökosystem, das Neutralität, Transparenz und Teilhabe forciert. 2.700 Criteo-Mitarbeiter arbeiten mit über 18.000 Kunden und tausenden Publishern weltweit an einem effektiven Advertising über alle Kanäle hinweg. Dafür verbindet Criteo fortschrittliches Machine Learning mit einzigartigen Datensets. Criteo bietet Unternehmen aller Größen die nötige Technologie, um ihre Kunden besser zu kennen und zu bedienen. Mehr Informationen unter www.criteo.com/de.

Criteo:

Florian Herzing
Senior PR Manager Central Europe
f.herzing@criteo.com

+49-89-189285-159

PR-Agentur von Criteo:

Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru
HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom
martin_stummer@hbi.de / andrej_kornienko@hbi.de /
duygu_duru@hbi.de

+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44