



## **Criteo ermöglicht Header Bidding für Accelerated Mobile Pages**

**München, 25. Juni 2019** – Drei Jahre nach dem Launch von Googles Accelerated Mobile Pages (AMP) sind inzwischen mehr als 5 Milliarden AMP-Seiten verfügbar. Die Möglichkeiten zur Monetarisierung haben sich jedoch nicht mit derselben Geschwindigkeit entwickelt. Nun unterstützt [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), die offene Advertising-Plattform, die bessere Vermarktung von AMP-Inventar. Die Header-Bidding-Lösung Criteo Direct Bidder (CDB) ist eine der ersten von AMP akzeptierten Lösungen für das Bietprinzip in der Branche.

AMP ist ein Webkomponenten-Framework für eine schnellere und nahtlosere Erfahrung im mobilen Internet. Criteos AMP-Lösung bietet sowohl Publishern und Werbetreibenden als auch Konsumenten viele Vorteile. Publisher profitieren von den Werbeausgaben von Criteos 19.000 Werbetreibenden und erzielen zusätzliche Einnahmen, weil ihre Ads im mobilen Bereich schneller ausgeliefert werden. Durch den verbesserten Zugriff auf das Inventar von AMP-Seiten erreicht Criteo mehr mobile Benutzer in ansprechenden Nutzungsumgebungen und sorgt für eine höhere Kampagnenperformance für Werbetreibende. Schließlich profitieren Konsumenten von relevanteren Anzeigen in der optimierten AMP-Umgebung ohne lange Ladezeiten.

„Die Unterstützung von AMP ist ein Meilenstein in unserem Produktportfolio. Fast 4.000 Premium-Publisher haben unser Produkt inzwischen eingeführt“, sagt Marc Grabowski, Executive Vice President, Global Supply, Criteo. „Wir haben uns für eine Investition in AMP entschieden und wollen unseren Partnern dabei helfen, die Erwartungen der Nutzer an das mobile Web zu erfüllen und Nutzer auch in diesen Umfeldern aufmerksamkeitsstark anzusprechen.“

Criteo wird als anerkannter Anbieter von AMP-Echtzeitkonfigurationen aufgeführt und erfüllt die Anforderungen des Projekts, eine schnelle und nahtlose Benutzererfahrung zu bieten. Mit dem AMP-Framework dauert es nur wenige Minuten, um Anzeigen-Tags zu aktualisieren und auf die Demand Side von Criteo zuzugreifen. Dadurch konnten Publisher bereits einen raschen Umsatzanstieg verzeichnen.

„Als wir uns entschlossen, unser AMP-Inventar besser für Werber zugänglich zu machen, wandten wir uns an Criteo“, sagte Sven Heller, Managing Director des AGOF Top-20 Publishers Urban Media. „In enger Zusammenarbeit mit Criteo haben wir die Header-Bidding-Lösung und unser AMP-Inventar abgestimmt. Deshalb waren wir der erste deutsche Publisher mit einer entsprechenden Lösung und konnten seitdem den Umsatz auf unseren AMP-Werbeflächen um 100 Prozent steigern.“

## **Über Criteo**

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist eine offene Advertising-Plattform, ein Ökosystem, das Neutralität, Transparenz und Teilhabe forciert. 2.800 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit über 19.000 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](http://www.criteo.com/de).

## **Kontakte**

### **Criteo:**

Florian Herzing  
Senior PR Manager  
[f.herzing@criteo.com](mailto:f.herzing@criteo.com)  
+49-89-189285-159

### **PR-Agentur:**

Agentur Frau Wenk +++ GmbH  
Kristin Steppeling / Susanne Hohenschuh  
[criteo@frauwenk.de](mailto:criteo@frauwenk.de)  
+49-40-32904738-0