



Criteo erhält Zertifizierungen für Anti-Ad-Fraud- und Brand-Safety-Maßnahmen

München, 16. Juli 2019 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO) hat seine Maßnahmen gegen Ad Fraud sowie für Transparenz und Brand Safety durch die Trustworthy Accountability Group (TAG) prüfen und zertifizieren lassen. Für ihre Bemühungen gegen Invalid Traffic wurde die Advertising-Plattform mit dem Label „Certified Against Fraud“ ausgezeichnet. Damit bestätigt TAG Criteos Arbeit rund um ein wichtiges Anliegen des deutschen Werbemarkts, dem Eindämmen ungültigen Traffics. Im Marktdurchschnitt liegt der Anteil an ungültigem Display-Traffic am Desktop-PC bei 0,9 Prozent und mobil bei 0,4 Prozent, sogar mit einer Anti-Fraud-Technologie (Media Quality Report H2 2018, MQR*). Das entspricht rund 8,3 Millionen Euro Werbeausgaben (berechnet nach OVK-Report 02/2018)**. Insgesamt verzeichnete Invalid Traffic einen Anstieg um 30 Prozentpunkte vom ersten zum zweiten Halbjahr 2018.*

Für TAGs Signet „Certified Against Fraud“ hat Criteo seine Plattform einem Audit durch den unabhängigen Assurance-Service BPA Worldwide unterziehen lassen. Das Unternehmen stellt sicher, dass anspruchsvolle und strenge Maßnahmen zur Überwachung, Erkennung und Blockierung von ungültigem Traffic getroffen werden.

Darüberhinaus erhielt Criteo die Zertifikate „Inventory Quality Guidelines“ und „Certified Against Piracy“ für seine transparente Arbeitsweise gegenüber Werbenden und seinen Maßnahmen für mehr Brand Safety. Denn zuletzt stieg im Markt gerade bei Display-Kampagnen das Risiko, in markenunsicheren Umfeldern ausgespielt zu werden. Laut MQR liegt das Brand-Safety-Risiko für den PC bei 12 Prozent und für mobile Endgeräte bei 18 Prozent.*

„Ad Fraud und Brand Safety bleiben zentrale Herausforderungen für die Branche. Sie kosten Marken jährlich Milliarden von Dollars und untergraben das Vertrauen der Verbraucher“, sagt Marc Grabowski, EVP of Global Supply & Business Development, Criteo. „Deshalb setzt sich Criteo für ein besseres Werbe-Ökosystem heute und in Zukunft ein. Unsere Zertifizierungen bekräftigen unser Engagement und stellen nur eine von vielen Investitionen für die Traffic- und Inventarqualität dar.“

*Media Quality Report H2 2018 (Integral Ad Science, 2019): <https://go.integralads.com/de-mqr-2018-h2.html>

**OVK-Report 02/2018 (Online-Vermarkterkreis, Bundesverband Digitale Wirtschaft BVDW e.V., 2018): https://www.bvdw.org/fileadmin/user_upload/OVK_Report_2018_02.pdf

Errechnet anhand der OVK-Prognose für 2018. Der OVK-Report rechnet mit 2,063 Milliarden Euro Nettowerbevolumen für Display und Search, 0,4 Prozent davon sind 8,3 Millionen Euro.

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.

Kontakte

Criteo:

Florian Herzing

Senior PR Manager

f.herzing@criteo.com

+49-89-189285-159

PR-Agentur:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Kristin Steppeling / Susanne Hohenschuh

criteo@frauwenk.de

+49-40-32904738-0