

AppNexus + Axel Springer

Transparenz, Unabhängigkeit und Yield Optimierung:
So unterstützte AppNexus das Verlagshaus Axel Springer bei seinem Unternehmenswachstum

DIE HERAUSFORDERUNG

Axel Springer war auf der Suche nach einem transparenten Partner zum Aufbau eines zukunftsfähigen digitalen Ökosystems

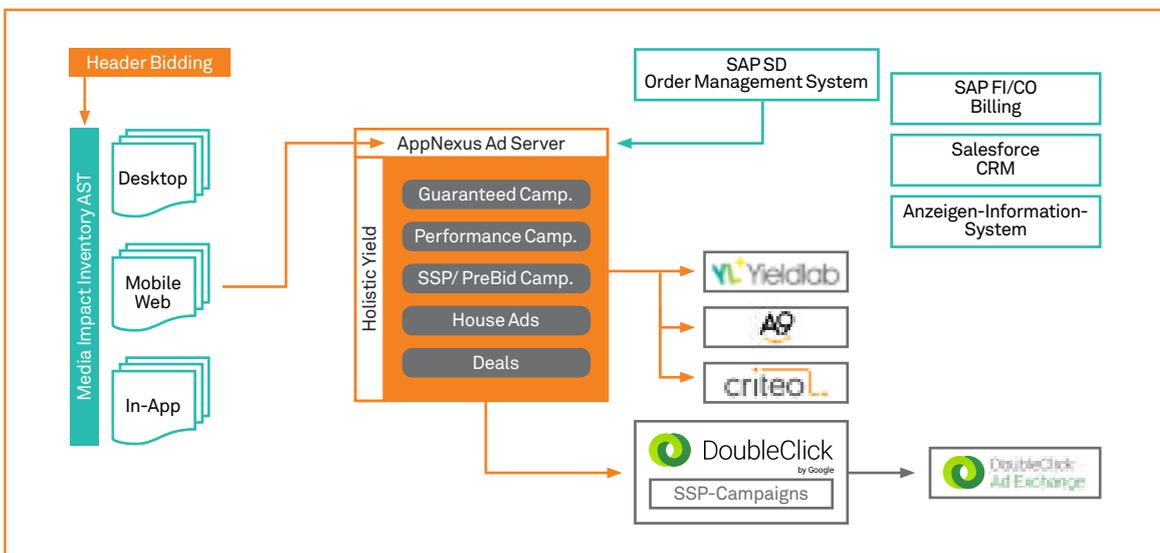
Die Axel Springer SE ist ein deutsches Medienunternehmen und eines der größten digitalen Verlagshäuser in Europa. Dazu gehören Marken wie Bild, Die Welt und Business Insider, über die monatlich hunderte Millionen Leser und Zuschauer erreicht werden.

Da Axel Springer viele verschiedene Marken und Geschäftsmodelle umfasst, sind die Anforderungen an moderne Technologien hoch. Damit jeder dieser Bereiche sein volles Potenzial ausschöpfen und maximieren kann, brauchte das Unternehmen einen strategischen Partner, der vielfältige Produkte wie Adserver, SSPs, SDKs und DSPs zur Verfügung stellen kann. 2017 machte sich Axel Springer deshalb auf die Suche nach einer passenden Lösung, die allen seinen Marken sowohl auf der Buy- als auch auf der Sell Side zum Erfolg verhelfen sollte, und zwar in Desktop-, Mobile- und In-App-Umgebungen.

Bei dem Auswahlverfahren lag der Fokus auf Transparenz, Unabhängigkeit und Flexibilität. Aus diesem Grund beschloss Media Impact, der Vermarkter von Axel Springer, auf eine Alternative zu den Walled Gardens zu setzen.

*Media Impact, setzt als eine Alternative zu Googles Walled Garden auf **eine offene Full-Stack-Lösung, die die Integration zahlreicher Demand-Quellen holistisch abbildet und eine transparente Sicht auf die Monetarisierung bietet.***

Media Impact – Holistic Yield enables up to 13%+ pr. Revenue



Durch den Einsatz einer offenen Full-Stack-Lösung sollte die Integration zahlreicher Demand-Quellen holistisch abbildbar sein und eine transparente Sicht auf die Monetarisierung bieten.

Um dann in einer diversifizierten Nachfragestruktur die größtmögliche Konkurrenz zu schaffen, musste zudem die bestehende Wasserfallstruktur aufgelöst werden, die einen preisbasierten Kampf um die Impression verhindert. Das neue System sollte die hochwertigen, programmatischen Gebote erkennen und gegen die Direktgebote kalkulieren, um eine optimale Monetarisierung zu sichern.

Darüber hinaus sollte der neue Technologiepartner auch über ein erstklassiges Service Team verfügen, um die Migration, der komplexen Adserver-Abläufe und internen Revisionsanforderungen, auf eine neue Plattform reibungslos umzusetzen. Immerhin verwaltete der bestehende Adserver zum Zeitpunkt der Umstellung mehr als 30.000 Werbeplatzierungen.

DIE LÖSUNG

Axel Springer implementierte Header Bidding mit der AppNexus Publisher Suite

Nach einem intensiven Auswahlverfahren entschied sich Axel Springer für die Publisher Suite von AppNexus – eine umfassende Lösung für den Advertising-Stack von Media Impact. Herzstück ist die neue offenen, dynamische und konkurrieren Berücksichtigung von rivalisierenden Demand-Quellen.

Durch die Integration der AppNexus Publisher Suite mit prebid.js, werden jetzt alle Demand-Quellen, direktes- und programmatisches Geschäft, berücksichtigt. Dabei profitiert Media Impact von dem auf Impression basierenden AppNexus Forecasts, um die Inventarverwaltung so effizient wie möglich zu gestalten. Hinzu kommen ständige Kontrollmöglichkeiten u.a. durch Log-Level-Daten wodurch eine Überprüfung und Anpassungen im Yield- und Deal Management ermöglicht wird. Im Ergebnis sieht Media Impact wesentlich verbesserte CPMs im programmatischen Bereich.

Das AppNexus Team konnte die komplexe Adserver-Entscheidungslogik von Media Impact in der vorgegebenen Zeit auf seine Plattform übertragen. In nur drei Monaten (und noch vor der geschäftsrelevanten Weihnachtszeit) war der gesamte Display-Advertising-Stack auf AppNexus verfügbar – für Desktop-, Mobile- und In-App-Inventar.

Media Impact profitiert dabei im Ergebnis u.a. von der Video-SSP. Die SSP-Komponente hat wichtige programmatische Videokäufer für das Video-Angebot des Publishers erschlossen. Der Adserver seinerseits ermöglicht wiederum den Direktvertrieb von Kampagnen für bedeutende Video-Werbetreibende. So kann Media Impact seine Videoinhalte im Desktop-, Mobile- und In-App-Inventar erfolgreich monetarisieren.

*“Viele digitale Publisher sind häufig verunsichert, wenn es um das **Ändern des eigenen Tech-Stack** geht. Unsere schnelle Implementierung ist aber der Beweis dafür, dass man vor einer **Adserver Migration** keine Angst haben muss - solange Sie den richtigen Technologiepartner an Ihrer Seite haben.”*

Carsten Schwecke

Managing Director of Media Impact, Axel Springer's Sales House



„AppNexus stellte uns alle Werkzeuge zur Verfügung, die wir zum Aufbau eines umfassenden, transparenten und unabhängigen Ansatzes für den Verkauf von digitaler Werbung brauchten“, sagt Carsten Schwecke, Managing Director bei Media Impact, dem Werbevermarkter von Axel Springer. „Die Idee, den kompletten Technologie-Stack auf eine neue Plattform zu verlagern, jagt vielen digitalen Publishern Angst ein. Doch unsere schnelle Implementierung zeigt, dass es keinen Grund dafür gibt solange man den richtigen Technologiepartner an seiner Seite hat.“

ERGEBNISSE

Anstieg der eCPMs am offenen Markt von mehr als 13 Prozent

Die Migration auf die AppNexus-Plattform hat Media Impact unabhängig von Google gemacht. Der Publisher ist jetzt in der Lage, Header Bidding und offene dynamische Zuordnung einzusetzen, um jede Impression bestmöglich zu monetarisieren. Seit der Migration zu AppNexus sind die eCPMs von Axel Springer am offenen Markt um über 13 Prozent angestiegen.

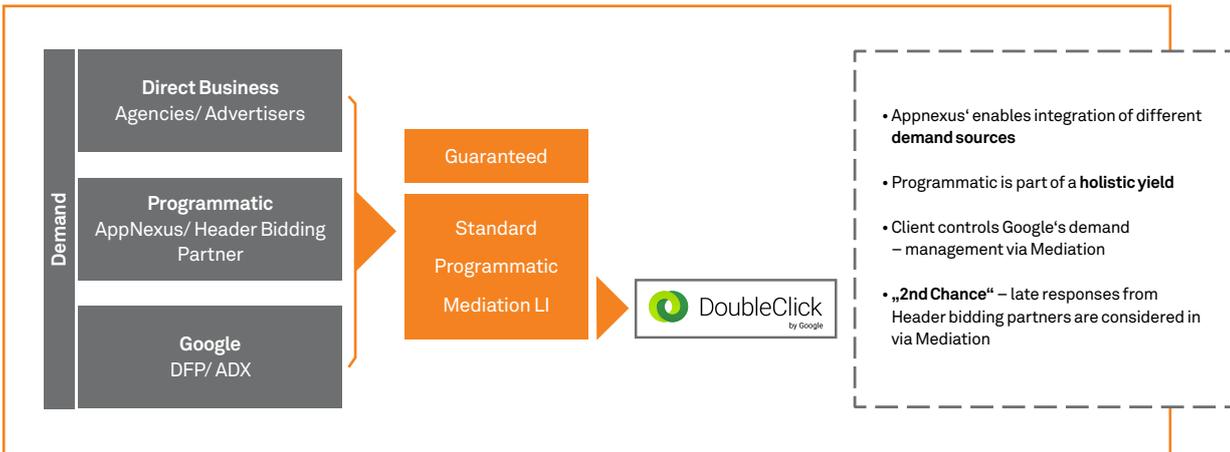
Durch den nun offenen und transparenten Advertising-Stack ist auch gesichert, dass Axel Springers Inventar wie geplant verkauft wird. Dank umfassender Erkenntnisse in interne Entscheidungslogiken und Gebotsdaten kann Media Impact die Abläufe seiner Anzeigenverkäufe optimal kontrollieren.

Schwecke fasst zusammen: „Unsere Partnerschaft mit AppNexus zeigt, dass ganzheitliches Marketing auch ohne Googles Werbetechnologie möglich ist. Wir möchten alle Publisher ermutigen, den offenen Markt zu erkunden.“

“Unsere Partnerschaft mit AppNexus sollte allen Publishern als Beispiel dienen, dass es auch ohne Google als führenden Ad-Tech-Stack Alternativen für ganzheitliches Marketing geben kann. Wir ermutigen alle Publisher, die sich ebenfalls in unserer Situation befinden, den offenen Markt zu erkunden.”

Carsten Schwecke
Managing Director of Media Impact, Axel Springer’s Sales House

Transparency and Holistic Yield – eCPMs increased by 13%





About Axel Springer

Die Axel Springer SE ist eines der größten Verlagshäuser in Europa mit einer Reihe multimedialer Medienmarken wie Bild, Die Welt und Fakt und hat mehr als 15.000 Mitarbeiter. Axel Springer's business is divided into three segments: paid models, marketing models, and classified ad models.

Das Unternehmen hat seinen Sitz im Axel-Springer-Haus in Berlin und ist mit Tochtergesellschaften, Joint Ventures und Lizenzen in mehr als 40 Ländern aktiv.

Für weitere Informationen besuchen Sie Axel Springer SE www.axelspringer.de



Über Media Impact

Media Impact vermarktet starke Marken aus einer Hand. Sie bündeln die Vermarktung der nationalen Medienangebote der Axel Springer SE und der FUNKE MEDIENGRUPPE sowie weiterer Partner – Print, Online, Mobile. Damit sind sie der größte crossmediale Vermarkter Deutschlands.

Für weitere Informationen besuchen Sie www.mediaimpact.de



About AppNexus

AppNexus ist ein Unternehmen für Internet-Technologie, das den Echtzeit-Kauf und -Verkauf von digitaler Werbung ermöglicht und optimiert. Auf der leistungsfähigen Plattform für Echtzeit-Entscheidungen laufen Anwendungen, die die Erlöse von Publishern maximieren. Werbetreibende und Agenturen nutzen Daten und Machine Learning für intelligente und individuelle Kampagnen. AppNexus hat seinen Hauptsitz in New York City und beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter in Büros über 5 Kontinente hinweg.

Für weitere Informationen folgen Sie [@AppNexus](https://twitter.com/AppNexus) auf Twitter oder besuchen Sie appnexus.com.

