

BVDW gründet Lab Real Time Advertising

Erster interdisziplinärer Zusammenschluss soll marktadäquate Entwicklung des automatisierten Handels digitaler Medien fördern

Düsseldorf, 15. März 2013 – Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hat das Lab Real Time Advertising gegründet. Das interdisziplinäre Gremium setzt sich aus Mitgliedern des Online-Vermarkterkreises (OVK), der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) und der Fachgruppe Performance Marketing zusammen. Der BVDW bestellt Oliver Busch (Spree7) und Nicolas Clasen (digicas) als ehrenamtliche Leiter. Das Lab soll die marktadäquate Entwicklung des automatisierten Handels digitaler Medien in Deutschland unterstützen. Weitere Details stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.

Arndt Groth, Präsident des BVDW: „Erstmals vereint der BVDW alle relevanten Marktakteure im Real Time Advertising an einem Tisch. Damit tragen wir der Entwicklung in einem rasant wachsenden Segment des digitalen Werbemarktes Rechnung. Als größte Interessenvertretung der digitalen Wirtschaft werden wir mit Vorurteilen in der Branche aufräumen und den automatisierten Handel digitaler Medien aktiv begleiten.“

BVDW erhöht Markttransparenz für Real Time Advertising

Die Neugründung des Lab Real Time Advertising im BVDW bringt Agenturen, Publisher, Spezialdienstleister, Technologieanbieter und Vermarkter zusammen. Der Verband will die Markttransparenz erhöhen und die Entwicklung des automatisierten Handels digitaler Medien in Deutschland fördern. In weiteren Schritten plant der BVDW die Vereinheitlichung von Begrifflichkeiten sowie die Entwicklung von Rahmenbedingungen, Selbstverpflichtungen, Richtlinien und Qualitätsstandards.

Was ist Real Time Advertising?

Real Time Advertising bezeichnet die automatisierte Aussteuerung digitaler Werbung auf Basis einzelner Werbekontaktchancen in Echtzeit. Die verfügbaren Werbeplätze werden über sogenannte Demand Side Plattformen (DSP) auf Basis von Erfahrungswerten und spezifischen Eigenschaften bewertet. Letztere können bei der Buchung von Werbemitteln bereitgestellt werden, um den Einkauf der Werbemittel zu optimieren. Werbeträger benötigen wiederum Supply Side Plattformen (SSP), um Werbekontaktchancen zur Verfügung zu stellen und spezifische Daten, präferierte Kunden und Abrechnungsmodelle zu verwalten.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_real_time_advertising/

Ansprechpartner für die Presse:

Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 211 600456-25, E-Mail: schnoor@bvdw.org

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**