

BurdaForward wechselt zu AppNexus

AdModell 3.0 und neue „Curation Engine“ sichern Qualität, Unabhängigkeit und Flexibilität

- Ab April 2019 nutzt BurdaForward die Ad-Technologie von AppNexus
- Im Rahmen des *AdModell 3.0* launcht das Unternehmen eine neue AdTech-Architektur, die zu mehr Unabhängigkeit und Flexibilität führen soll
- Neues Modul „Curation Engine“ soll zukünftig steuern, welches Werbeformat auf Basis von Nutzerdaten angezeigt wird
- Neues Set-up stellt ein hohes Maß an Brand Safety sicher und macht Ausspielung von Werbung möglich, ohne personenbezogene Daten zu erheben und Cookies zu setzen

München, 27. Feb 2019 - Das Publishing-Haus BurdaForward gestaltet für die Vermarktung seiner Portale wie unter anderem CHIP und FOCUS Online die AdTech-Architektur neu und arbeitet dabei zukünftig mit AppNexus, a Xandr Company, zusammen. Die Kooperation mit AppNexus und der damit einhergehende Wechsel des Ad-Servers und der SSP ist Teil des *AdModell 3.0*. Darunter versteht BurdaForward neben der Nutzung der Technologie von AppNexus auch die komplette Neugestaltung der Ad-Architektur sowie die Einführung der „Curation Engine“. Dieses neue Modul steuert nach dem Wechsel die Entscheidungsprozesse zur datenbezogenen Ausspielung von Werbung. Gleichzeitig macht das System Online-Werbung möglich, ohne personenbezogene Daten zu erheben oder Cookies zu setzen und stellt dabei zugleich ein hohes Maß an Brand Safety für die beworbenen Marken sicher.

Diese Maßnahmen knüpfen an das *AdModell 2.0* an, mit dem das Unternehmen unter dem Ansatz „Goodvertising“ bereits 2016 smart-loading Ads eingeführt, die Anzahl an Werbeplätzen auf den Seiten reduziert und Overlay-Werbeformate eliminiert hat. Die Weiterentwicklung dieses nutzerorientierten Modells schließt nun die Ansprüche der Nutzer und der Gesetzgebung an datenschutzkonforme Ausspielung von Werbung ein und ist zugleich ein großer Schritt in Richtung einer flexibleren Nutzung verschiedener Ad-Technologien.

Technologische Freiheit durch Partnerschaft mit AppNexus

Die Werbetechnologie von AppNexus umfasst alle digitalen Kanäle (Desktop, Mobile, Connected TV) und Formate wie Display, Video, Native. Das System ermöglicht es der Burda-Tochter, alle im Markt verfügbaren Demand-Quellen anzuschließen und – ob programmatisch oder direkt gebuchte Werbung betreffend - sowohl die Bedürfnisse der Werbekunden als auch die der Nutzer zu erfüllen. Gleichzeitig sind das *AdModell 3.0* und die Technologie-Partnerschaft mit AppNexus wichtige strategische Meilensteine, um zukünftig noch unabhängiger von einem reinen Google Ecosystem agieren zu können.

Die Unternehmensentscheidung für den Partner AppNexus ist dabei keine ganzheitliche Abkehr von den Google Ad-Systemen. So setzt BurdaForward den AdManager von Google im Zuge der Veränderungen primär als eine der SSPs ein.

„Die neue Lösung gibt uns deutlich mehr technologische Freiheit und vor allem Platz für Innovationen, die wir zukünftig noch schneller und effizienter umsetzen können. Schon jetzt gibt uns die innovationsfreudige Zusammenarbeit einen Ausblick darauf, wie wir gemeinsam in diesem Jahr völlig neue Ansätze für die Werbeauslieferung entwickeln werden – alles im Sinne unseres Anspruchs an Goodvertising“, sagt Martin Lütgenau, Geschäftsführer bei BurdaForward Advertising.

„Wir freuen uns sehr, dass sich mit Burda Forward einer der führenden Digitalvermarkter in Deutschland für den AppNexus Ad-Server und die SSP entschieden hat“, ergänzt Marius Rausch, VP & Managing Director Central Europe bei AppNexus. „Diese Partnerschaft unterstreicht, wie wichtig eine ganzheitliche und offene Plattform für das digitale Werbe-Ökosystem in Deutschland ist. Gemeinsam werden wir innovative Lösungen für die digitale Vermarktung entwickeln.“

Wie die Entscheidungsmaschine tickt

Die „Curation Engine“ ist das Modul hinter der datenbasierten Werbe-Ausspielung und das Herzstück des *AdModell 3.0*, mit dem BurdaForward jetzt auf die im Markt bestehenden Anforderungen reagiert. Innerhalb dieser „Curation Engine“ arbeiten verschiedene Module integriert zusammen. So prüft beispielsweise ein Prozess den Consent Status des Nutzers und damit, ob innerhalb der Maschine überhaupt Annahmen auf Basis der Nutzerdaten getroffen werden dürfen. Nur wenn diese Frage positiv beantwortet wurde, sucht die „Curation Engine“ die Verfügbarkeit von Informationen zu dem jeweiligen Nutzer innerhalb des BurdaForward-Netzwerks und entscheidet, welche Art der Werbung der Nutzer erhalten soll.

Sollte der Nutzer keinen Consent übergeben haben, so ermöglicht das auf unternehmenseigenen Algorithmen basierende System die Anzeige von Werbung, ohne dabei Cookies zu setzen oder personenbezogene Daten zu speichern. Durch die ausgefeilten Machine Learning Methoden der „Curation Engine“ sorgt das System außerdem dafür, dass Werbekampagnen nur in Umfeldern ausgeliefert werden, die als „Brand Safe“ gelten.

„In nur drei Monaten haben wir mit einem hochagilen Team die Migration durchgeführt und unser inhouse entwickeltes Tag Management System komplett neu entwickelt. Dabei haben wir großen Wert auf die Modularität des Modells gesetzt. Das Zusammenspiel der technologischen Komponenten ist auf höchste Performance-Ansprüche ausgerichtet und zahlt zudem auf die sich stetig verändernden Anforderungen aus dem Markt, der Gesetzgebung und vor allem unserer Nutzer ein“, sagt Carsten Sander, Director Product & Development bei BurdaForward Advertising.

Über BurdaForward

Das Portfolio des Publishing-Hauses BurdaForward umfasst die reichweitenstarken Marken FOCUS Online, CHIP, HuffPost, Finanzen100, NetMoms, The Weather Channel, Cardscout und seit Juli 2018 auch das selbst gegründete Special-Interest-Portal für Elektro-Mobilität, EFahrer.com. Mit dieser Auswahl an journalistischen Angeboten erreichen wir pro Monat knapp 32 Millionen Menschen. Dabei ist unsere hauseigene Advertising-Unit die erste Anlaufstelle, wenn ganzheitliche Digital-Kampagnen im vertrauensvollen Umfeld hochwertiger Medienmarken gefragt sind. Auf unseren Portalen können werbetreibende Unternehmen Nutzern an jeder Stelle der Customer Journey als wertvoller Berater zur Seite stehen. Die innovativen Integrationsmöglichkeiten sind dabei so vielfältig wie die Portale selbst, denn unser Portfolio enthält neben userfreundlicher Displaywerbung, automatisierten Buchungsmöglichkeiten per Programmatic, kreativen Videoformaten und verkaufsfördernden Performance-Lösungen auch emotionalen Branded Content. Die hauseigene Content-Schmiede, das BurdaForward Partner Studio, betreut Kampagnen im Rundum-Service und sorgt dafür, dass jede dieser Geschichten zu einem vollwertigen Baustein unseres News-Netzwerkes und damit ein voller Erfolg wird. Gemeinsam mit den starken BurdaForward-Marken und einem Portfolio aus renommierten Partnermarken wie FIT FOR FUN, XING und TV Spielfilm erreichen wir über 38 Millionen Unique User und damit mehr als zwei Drittel aller Internetnutzer.

Folgen Sie BurdaForward Advertising auf [Facebook](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#) | [YouTube](#) | [kununu](#) | [XING](#) | [LinkedIn](#)

Über AppNexus

AppNexus ist ein Unternehmen für Internet-Technologie und Teil von Xandr. AppNexus betreibt einen globalen Marktplatz für digitale Werbung sowie leistungsstarke Enterprise-Technologie für Einkäufer und Verkäufer digitaler Anzeigen. 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. www.appnexus.com

Pressekontakt

Johanna Schallehn
BurdaForward GmbH
Corporate Communications
Tel.: +49 89 9250-1657
E-Mail: johanna.schallehn@burda-forward.de