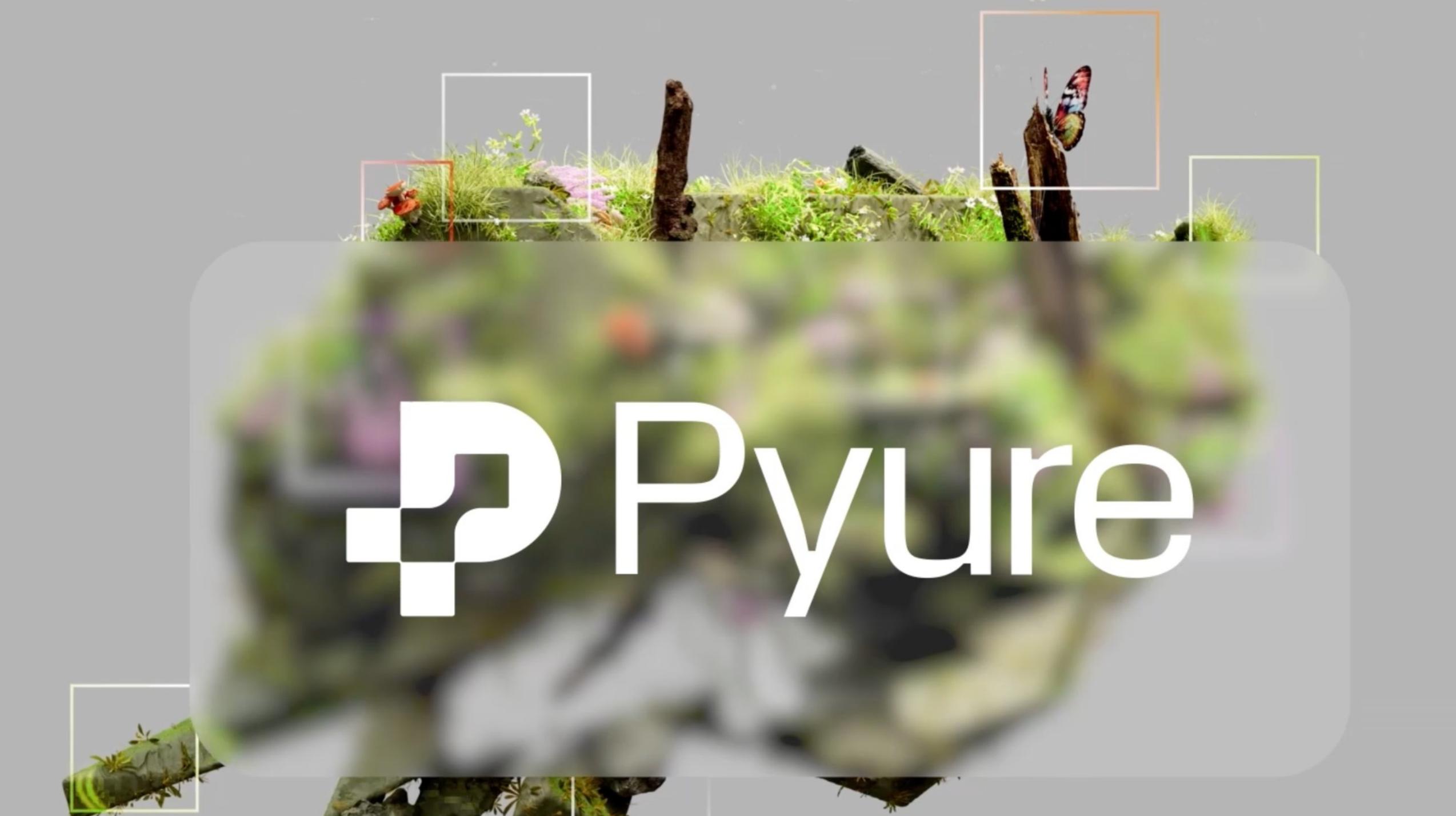


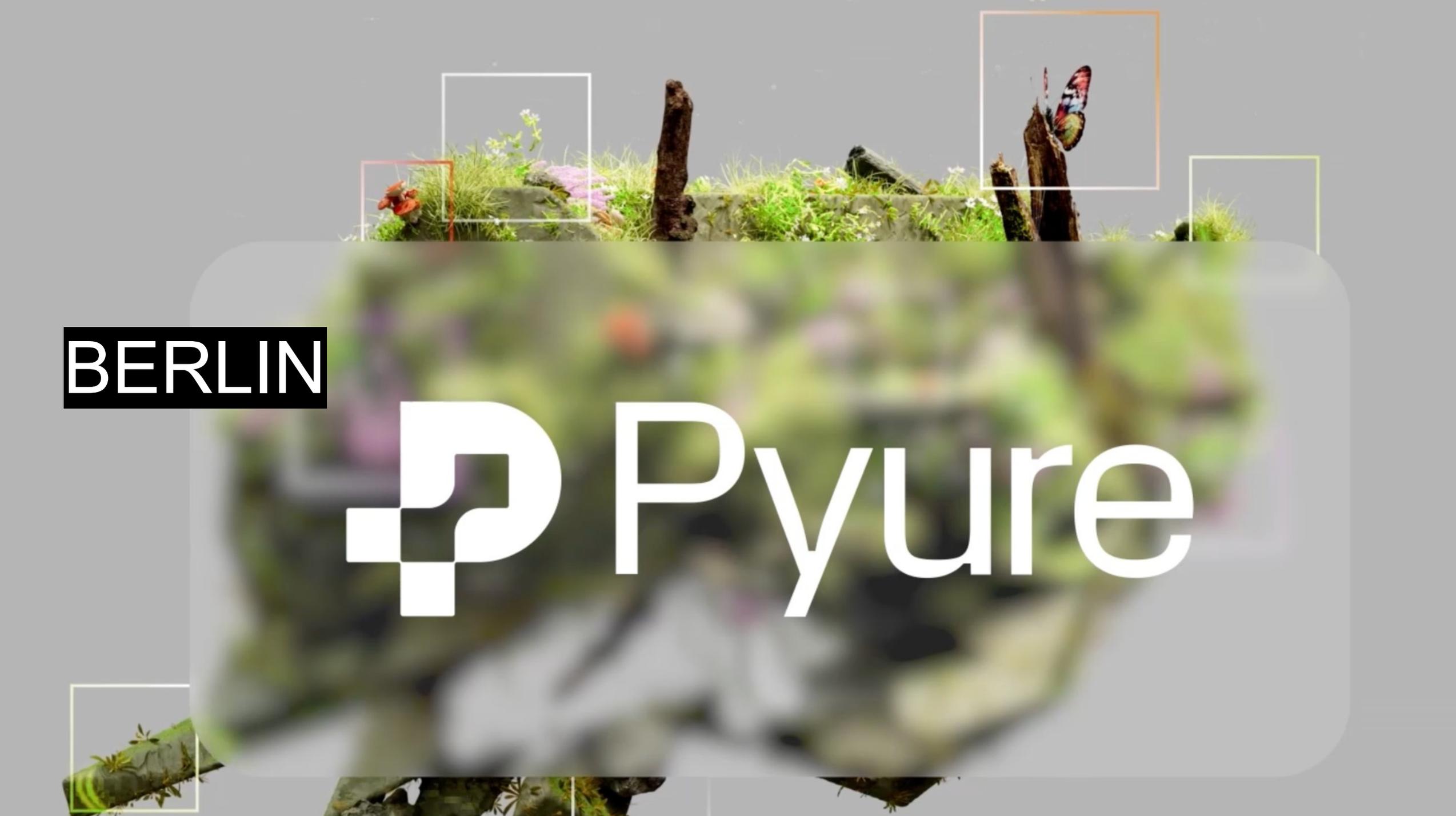


ECO – HACKING [IN] ADVERTISING

Aktuelle Lösungen für Responsible Media und Sustainable Media

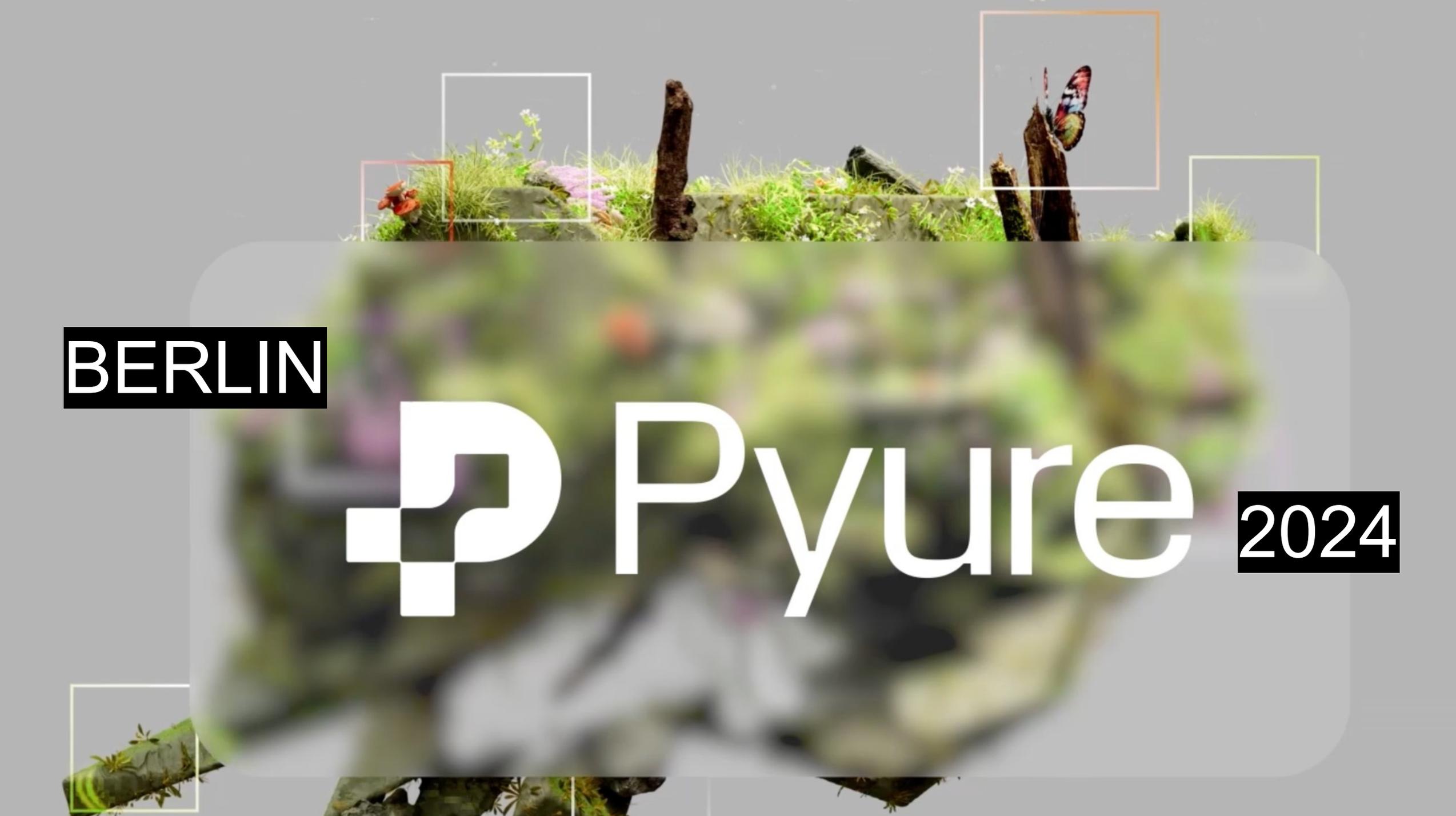


 Pyure



BERLIN

 Pyure



BERLIN

Pyure

2024



BERLIN

Pyure

2024

WE  ADS





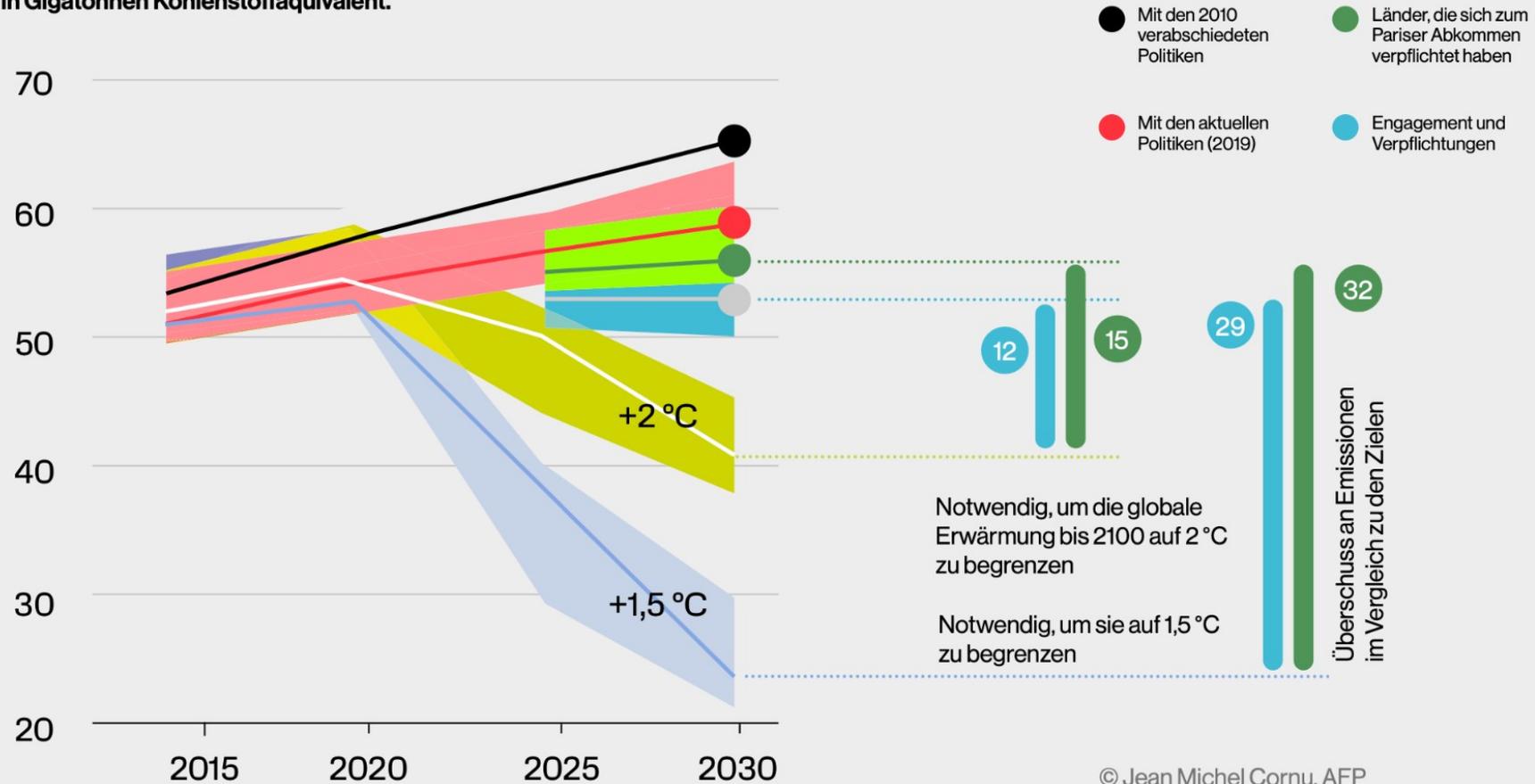
BERLIN

Pyure

2024

WE  ADS BETTER WHEN THEY ARE NET-ZERO!

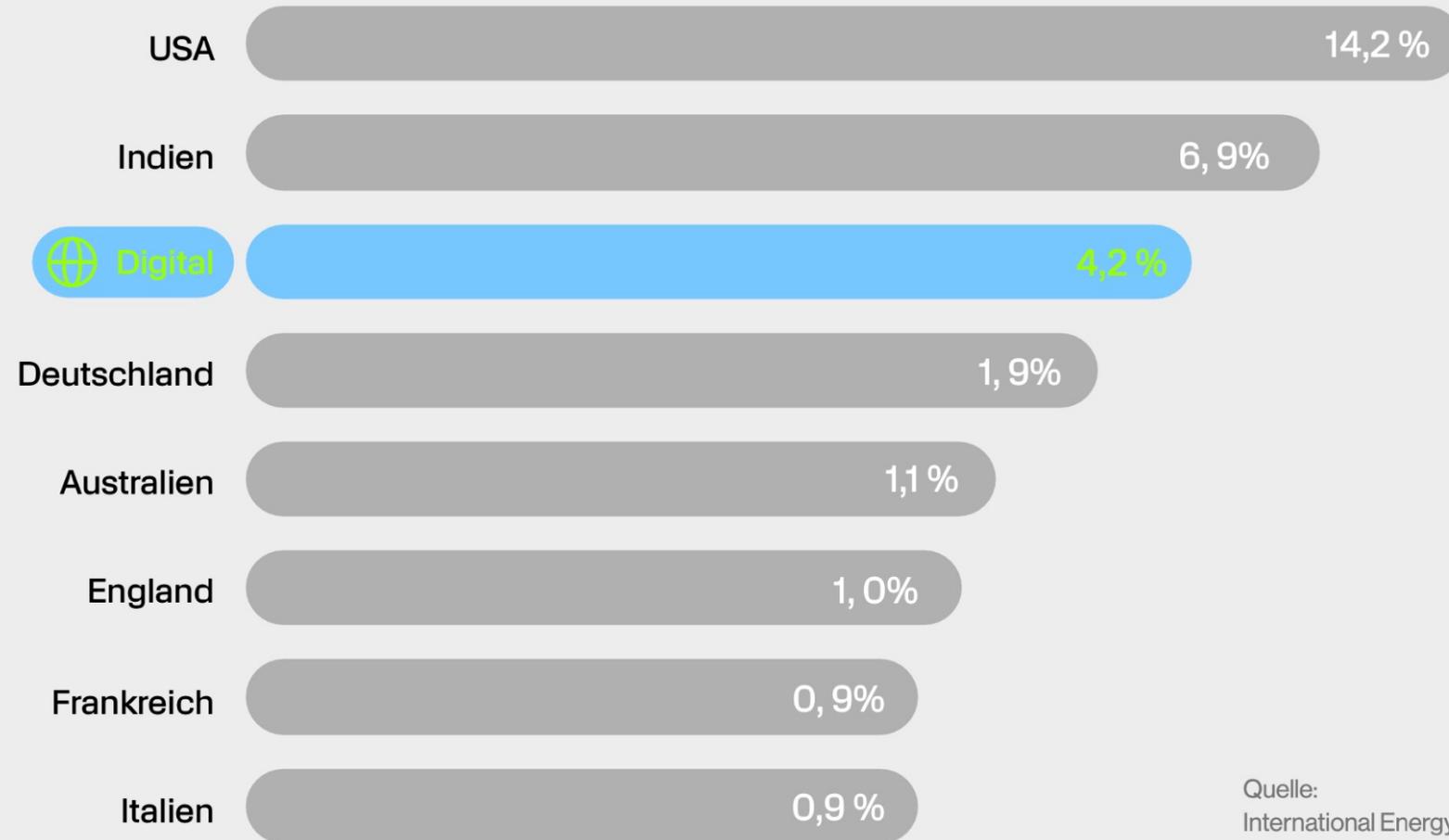
**Jährliche Prognose der Treibhausgas-Emissionen
in Gigatonnen Kohlenstoffäquivalent.**



i Derzeit steuert die Welt, trotz eines kurzzeitigen Rückgangs der Treibhausgasemissionen während der COVID-19-Pandemie, weiterhin auf einen Temperaturanstieg von über 3 °C in diesem Jahrhundert zu. Die Folgen wären katastrophal.

© Jean Michel Cornu, AFP
Quelle: Global Energy Review: CO2 Emissions in 2020 – IAE

Anteil der globalen digitalen Treibhausgas-Emissionen
im Vergleich zu Gesamtemissionen bestimmter Länder.



Quelle:
International Energy Agency, GreenIT

ECO – EFFICIENT ADVERTISING! [bam!]

**Digitale Werbung verursacht keine CO₂-
Emissionen**

Digitale Werbung verursacht keine CO₂-Emissionen

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Digitale Werbung ist keine CO₂-

BUSTED

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Nachhaltige digitale
Werbung bedeutet einfach
nur CO₂-Kompensation

Digitale Werbung ist keine CO₂-

BUSTED

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

**Nachhaltige digitale
Werbung bedeutet einfach
nur CO₂-Kompensation**

CO₂e-Kompensation macht
Werbung nicht nachhaltig, da
Offsetting endlich ist.
Nachhaltigkeit in der digitalen
Werbung benötigt Reduktion von
Emissionen durch energetische
Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-

BUSTED

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom –
in Rechenzentren, bei der Datenübertragung,
Darstellung auf Endgeräten und “embodied
Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht
zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig
von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Nachhaltige Werbung ist nicht nachhaltig, da nur CO₂-Kompensation



CO₂e-Kompensation macht Werbung nicht nachhaltig, da Offsetting endlich ist. Nachhaltigkeit in der digitalen Werbung benötigt Reduktion von Emissionen durch energetische Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-



Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Nachhaltige Werbung ist nicht nachhaltig, da nur CO₂-Kompensation



CO₂e-Kompensation macht Werbung nicht nachhaltig, da Offsetting endlich ist. Nachhaltigkeit in der digitalen Werbung benötigt Reduktion von Emissionen durch energetische Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-



Nachhaltige Werbung schränkt Reichweite und Performance ein

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Nachhaltige Werbung ist nicht nachhaltig, wenn sie nur CO₂-Kompensation



CO₂e-Kompensation macht Werbung nicht nachhaltig, da Offsetting endlich ist. Nachhaltigkeit in der digitalen Werbung benötigt Reduktion von Emissionen durch energetische Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-



Nachhaltige Werbung schränkt Reichweite und Performance ein

Mit **Umwelt-KPIs** optimierte Kampagnen sind effizienter, durch **Reduktion** von unnötigen Ad-Impressions, Vermeidung von **digital Waste**, optimiertes **Targeting** und **Creatives**. Das **senkt Sunk Cost** Kosten und verbessert die User Experience.

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Nachhaltige Werbung ist nicht nur CO₂-Kompensation



CO₂e-Kompensation macht Werbung nicht nachhaltig, da Offsetting endlich ist. Nachhaltigkeit in der digitalen Werbung benötigt Reduktion von Emissionen durch energetische Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-



Nachhaltige Werbung ist nicht nur Reichweite und Performance ein



Mit **Umwelt-KPIs** optimierte Kampagnen sind effizienter, durch **Reduktion** von unnötigen Ad-Impressions, Vermeidung von **digital Waste**, optimiertes **Targeting** und **Creatives**. Das **senkt Sunk Cost** Kosten und verbessert die User Experience.

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Video-Werbung
braucht nur minimal
mehr Energie als
statische Ads

Nachhaltige Werbung ist nicht nur CO₂-Kompensation

CO₂e-Kompensation macht Werbung nicht nachhaltig, da Offsetting endlich ist. Nachhaltigkeit in der digitalen Werbung benötigt Reduktion von Emissionen durch energetische Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-

Nachhaltige Werbung ist nicht nur CO₂-Kompensation

Mit **Umwelt-KPIs** optimierte Kampagnen sind effizienter, durch **Reduktion** von unnötigen Ad-Impressions, Vermeidung von **digital Waste**, optimiertes **Targeting** und **Creatives**. Das **senkt Sunk Cost** kosten und verbessert die User Experience.

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Video-Werbung braucht nur minimal mehr Energie als statische Ads

Video-Ads verbrauchen ein Vielfaches an Energie im Vergleich zu statischen Bannern. Ein 30-sekündiges Video kann bis zu 40-mal mehr CO₂ verursachen

Nachhaltige Werbung ist nicht nur CO₂-Kompensation

CO₂e-Kompensation macht Werbung nicht nachhaltig, da Offsetting endlich ist. Nachhaltigkeit in der digitalen Werbung benötigt Reduktion von Emissionen durch energetische Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-

Nachhaltige Werbung ist nicht nur Reichweite und Performance ein

Mit **Umwelt-KPIs** optimierte Kampagnen sind effizienter, durch **Reduktion** von unnötigen Ad-Impressions, Vermeidung von **digital Waste**, optimiertes **Targeting** und **Creatives**. Das **senkt Sunk Cost** kosten und verbessert die User Experience.

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

Video-Ads verbrauchen ein Vielfaches an Energie im Vergleich zu statische Ads

Video-Ads verbrauchen ein Vielfaches an Energie im Vergleich zu statischen Bannern. Ein 30-sekündiges Video kann bis zu 40-mal mehr CO₂ verursachen

Nachhaltige Werbung ist nicht nur CO₂-Kompensation

CO₂e-Kompensation macht Werbung nicht nachhaltig, da Offsetting endlich ist. Nachhaltigkeit in der digitalen Werbung benötigt Reduktion von Emissionen durch energetische Sanierung der Ad-Auslieferung.

Digitale Werbung ist keine CO₂-neutrale

Nachhaltige Werbung ist nicht nur Reichweite und Performance ein

Mit **Umwelt-KPIs** optimierte Kampagnen sind effizienter, durch **Reduktion** von unnötigen Ad-Impressions, Vermeidung von **digital Waste**, optimiertes **Targeting** und **Creatives**. Das **senkt Sunk Cost** kosten und verbessert die User Experience.

Jede digitale Werbeanzeige braucht Strom – in Rechenzentren, bei der Datenübertragung, Darstellung auf Endgeräten und “embodied Emissions”. Jede Ad-Impression verbraucht zwischen 0,1 und 1 Gramm CO₂e, abhängig von Faktoren wie Format und Serverstandort.

**ECO – EFFICIENT
ADVERTISING!** [bam!]

ECO – EFFICIENT ADVERTISING BRAUCHT ...



Bilder & Grafiken: Datenmenge reduzieren, Ladezeiten optimieren

- Sind Bilder und grafische Elemente auf das Wesentliche reduziert?
- Sind die visuellen Elemente in einer angemessenen Größe für Zielmedien und Endgeräte?
- Wurden Bilder komprimiert, um die Dateigröße zu reduzieren?
- Haben Sie, wenn möglich, Illustrationen oder Glyphen anstelle von Fotos verwendet?
- Haben Sie das richtige Dateiformat für jedes Element gewählt (.jpeg für Fotos, .svg oder .png für Illustrationen, Glyphen oder CSS für Icons)?

ECO – EFFICIENT ADVERTISING BRAUCHT ...



Bilder & Grafiken: Datenmenge reduzieren, Ladezeiten optimieren

- Sind Bilder und grafische Elemente auf das Wesentliche reduziert?
- Sind die visuellen Elemente in einer angemessenen Größe für Zielmedien und Endgeräte?
- Wurden Bilder komprimiert, um die Dateigröße zu reduzieren?
- Haben Sie, wenn möglich, Illustrationen oder Glyphen anstelle von Fotos verwendet?
- Haben Sie das richtige Dateiformat für jedes Element gewählt (.jpeg für Fotos, .svg oder .png für Illustrationen, Glyphen oder CSS für Icons)?



Videos: Effiziente Kompression und ressourcenschonender Einsatz

- Ist die Nutzung und Dauer von Videos auf das Nötigste beschränkt?
- Wurde das Video komprimiert und an das Nutzungsszenario angepasst (Mobil vs. Desktop)?
- Ist der Sound notwendig oder können Untertitel ihn ersetzen?
- Kann die Audioqualität reduziert werden, z. B. durch den Wechsel von Stereo auf Mono?

ECO – BIDDING

[NEW GUY IN TOWN!]

ECO – BIDDING!!!



ECO – BIDDING!!!



Results example



Desperados 'Drive to Store' Campaign
22 July till 19 August 2024



ECO – BIDDING!!!



HEINEKEN - Frankreich reduziert Treibhausgas-Emissionen um über **25%** ohne Performance Verluste!

Results example



Desperados 'Drive to Store' Campaign
22 July till 19 August 2024



ECO – BIDDING!!!



HEINEKEN - Frankreich reduziert Treibhausgas-Emissionen um über **25%** ohne Performance Verluste!

Results example



Desperados 'Drive to Store' Campaign
22 July till 19 August 2024



Jetzt Termin sichern und
CO2-Transparenz für
Ihre Kampagnen erleben!

