



Reduzierung der Komplexität im AdTech Bereich durch Meta Konzepte

Frederike Voss
CEO & Co-Founder orbyd GmbH

orbyd Team



FREDERIKE VOSS

CEO & Co-Founder
Sprecherin der GF, Marketing,
PR & HR



SEBASTIAN SACHS

CRO & Co-Founder
Partner-Management, Vertrieb,
Consulting



ROBERT SCHARNI

COO & Co-Founder
Platform-Operations, Finance,
Controlling

orbyd GmbH

2015
gegründet

Absolut
unabhängig

100%
Real Time Advertising



Unsere Mission

Wir von orbyd sind angetreten, um den Markt für Realtime Advertising auf das nächste Level zu heben. Wir sind der Überzeugung, dass für den langfristigen Erfolg im programmatischen Media-Handel die richtige Technologie, das notwendige Know How und ein schlagkräftiges Team zusammen kommen müssen.

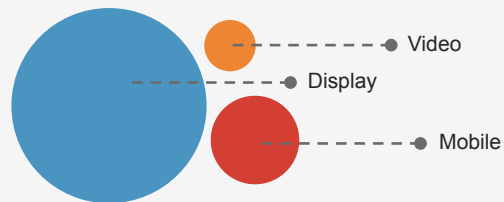
Wir unterstützen unsere Kunden bei der strategischen Ausrichtung und operativen Umsetzung Ihrer individuellen RTA-Strategie. Ob **Trainings und Schulungen, Managed Service für SSPs oder Self Service Zugang über die orbyd Technologie**, wir machen RTA einfach.

100%
RTA

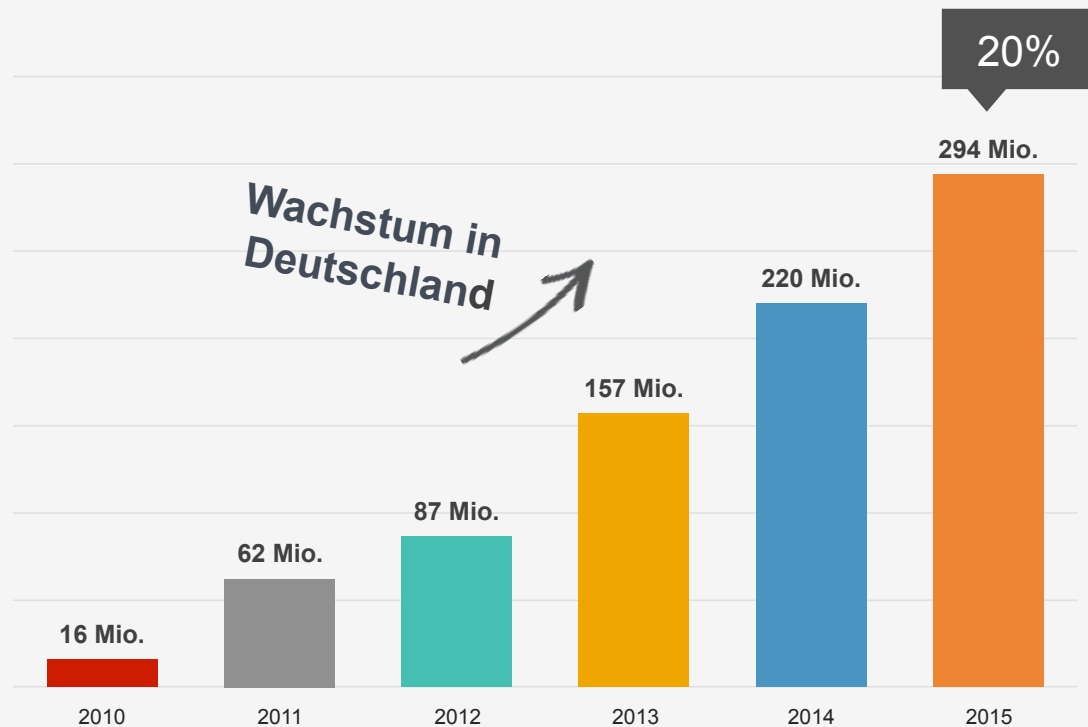
Programmatic Advertising wächst rasant

2015 wurden bereits 20% der digitalen Medien über RTA gehandelt.

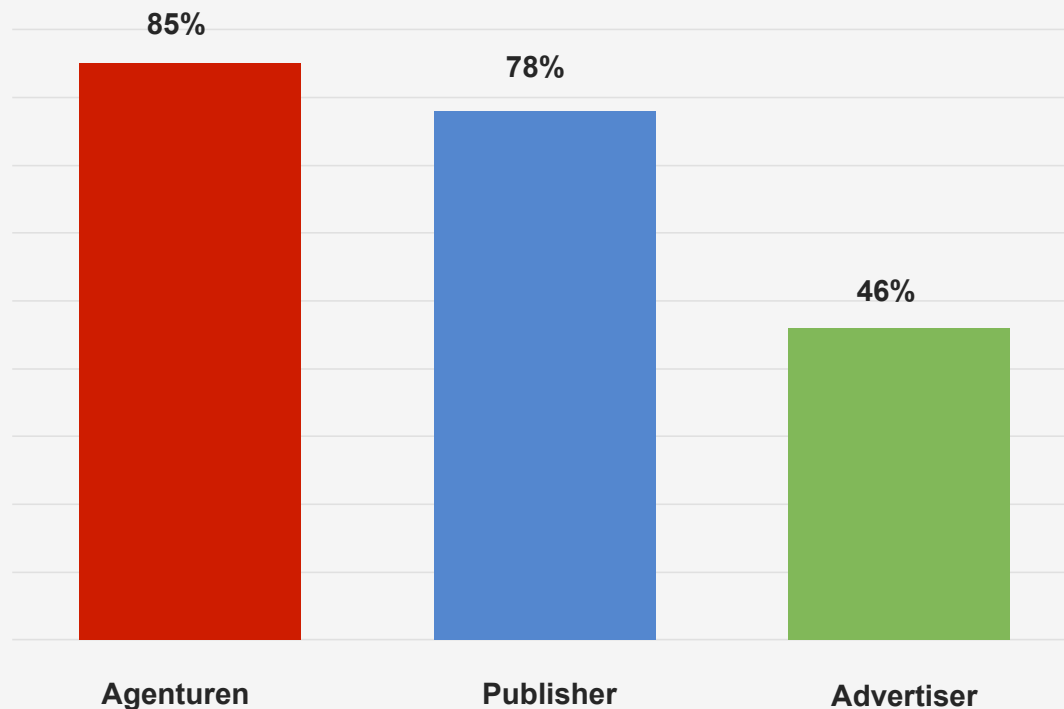
Große Agentur-Gruppen und Werbekunden haben eine langfristige RTA-Strategie und handeln schon heute einen signifikanten Anteil ihrer Display-, Mobile- und Video-Spendings über programmatische Plattformen.



Quelle: IDC Report 2014



Prioritäten der Markt-Teilnehmer



Quelle: IAB Europe: Road to Programmatic Advertising 2015

Ist Programmatic Advertising Bestandteil Ihrer Top 5 Unternehmens-Strategien?

Befragt wurden Agenturen, Publisher und Advertiser. In Europa sind bereits 85% der Agenturen vom programmatischen Media-Handel überzeugt und haben diese in der Unternehmensstrategie entsprechend hoch priorisiert

Vorteile von Programmatic Advertising für Publisher

1

Kontrolle

2

Automatisierung

3

Echtzeit

4

Partnerschaft

5

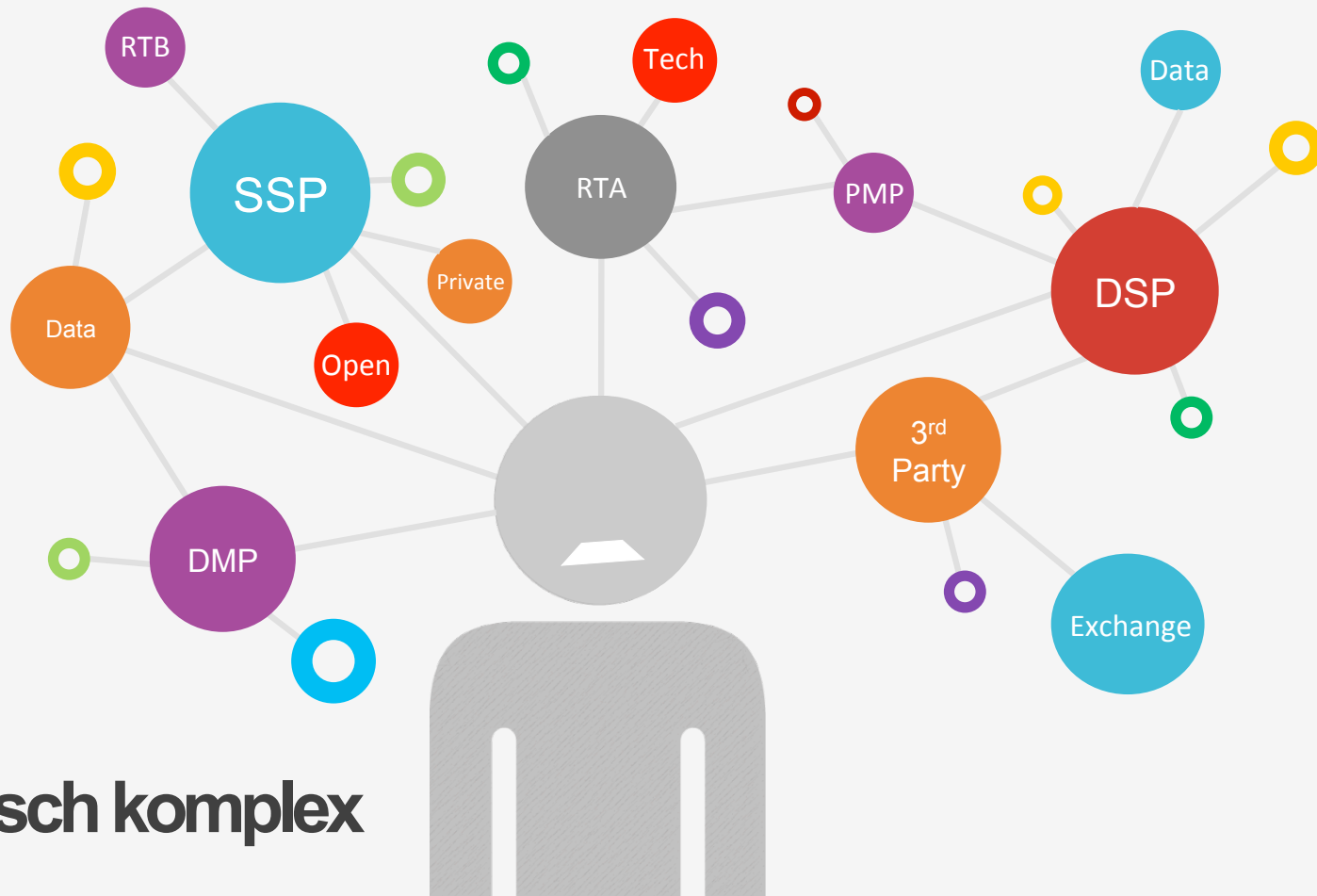
Optimierung

6

Effizienz

Ein theoretisch einfacher Markt...





...ist praktisch komplex

Aktuelle Fragestellungen

Datenverwendung-, Kontrolle- und Schutz

Wollen Agenturen direkt mit Publishern arbeiten?

Ist mein Team richtig aufgestellt?

Kann ich meinen Profit erhöhen?

Macht ein Direktvertrieb Sinn?

Reicht das interne KnowHow?

Self Service?

Wie kontrolliere ich meine Daten?

Brauche ich ein AdManagement Team?

Habe ich die Ressourcen SSP Technologien zu bedienen?

Welche Technologie(n) sollte zum Einsatz kommen?

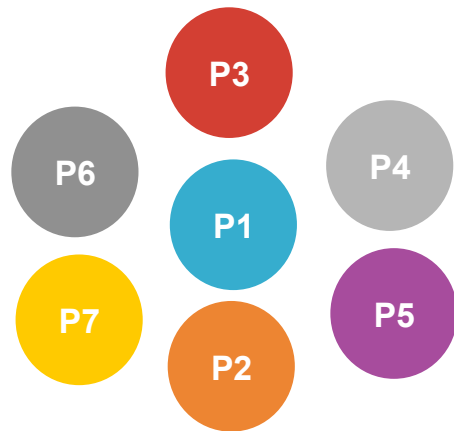
Habe ich die Ressourcen SSP Technologien zu bedienen?

Managed Service?

Hat Programmatic Advertising überhaupt Potential?

Wie ist mein Vermarkter programmatisch aufgestellt?

Technische Entscheidungen Stand 2010

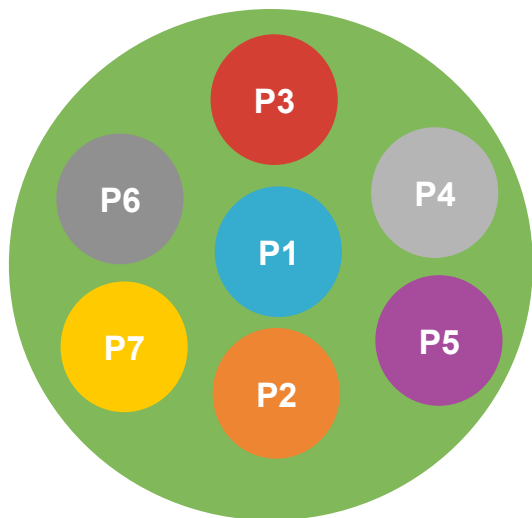


	Direktgeschäft	Netzwerk
Adserver	✓	✓
SSP	X	X
DMP	?	X

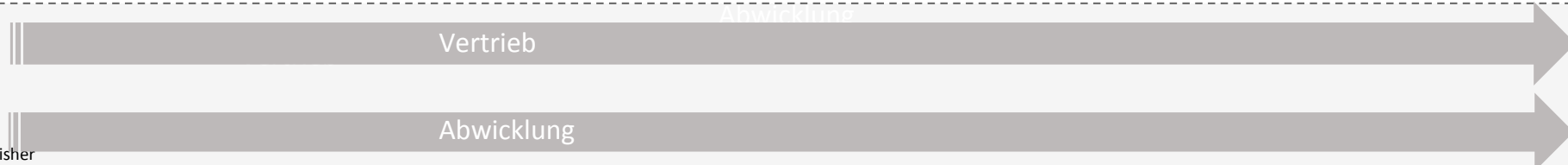


P = Publisher
V = Vermarkter

Technische Entscheidungen Stand 2016

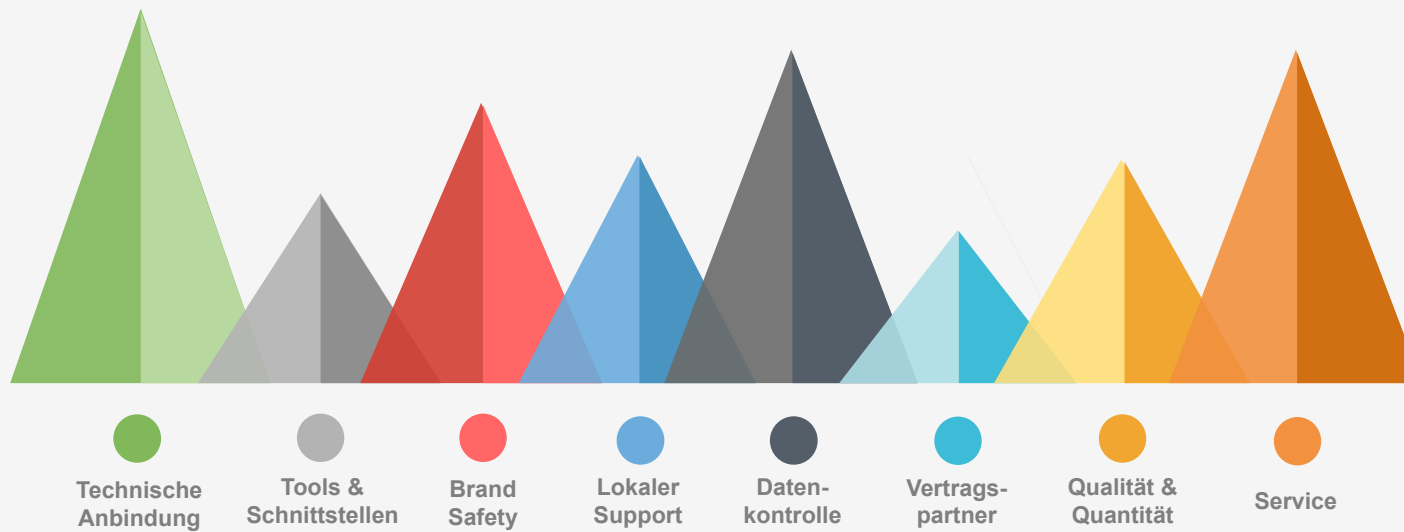


	Direktgeschäft	Programmatic	Daten
Adserver	✓	?	?
SSP	?	✓	✓
DMP	?	✓	✓

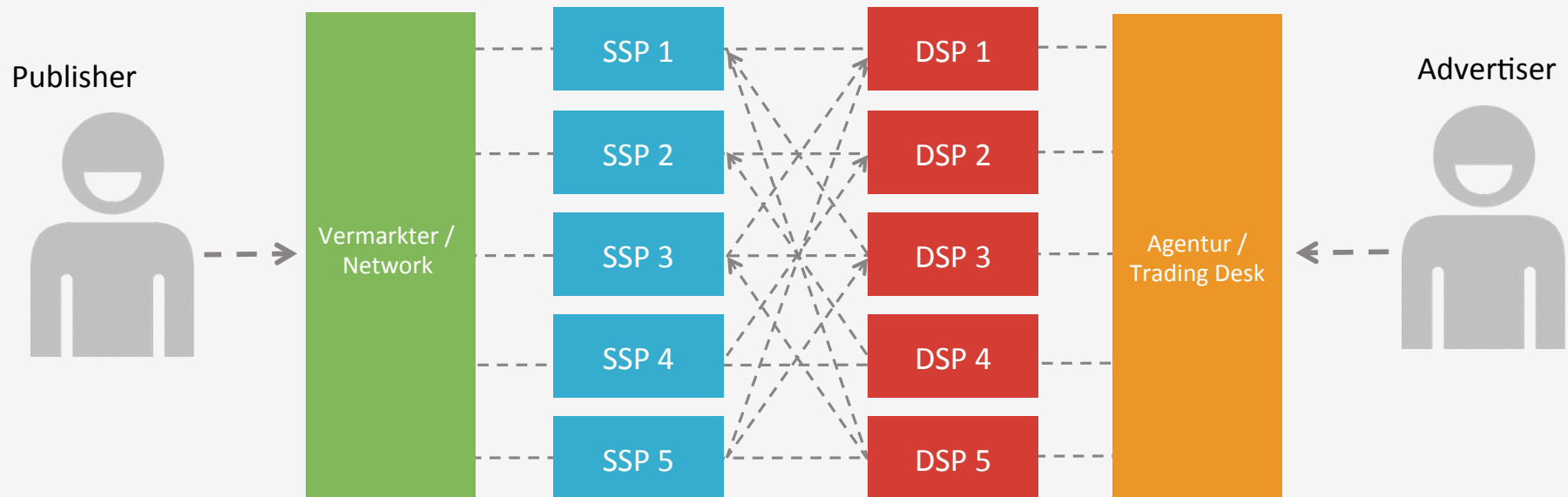


P = Publisher
V = Vermarkter

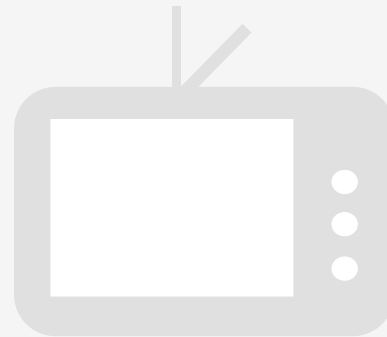
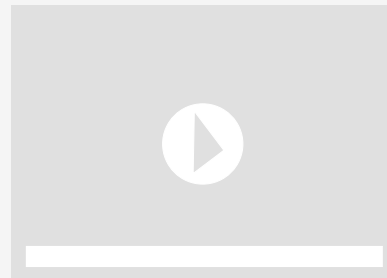
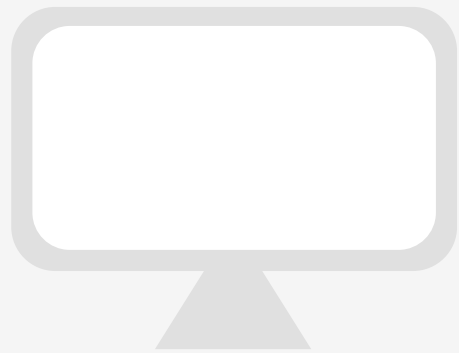
Auswahlkriterien für SSP Technologien



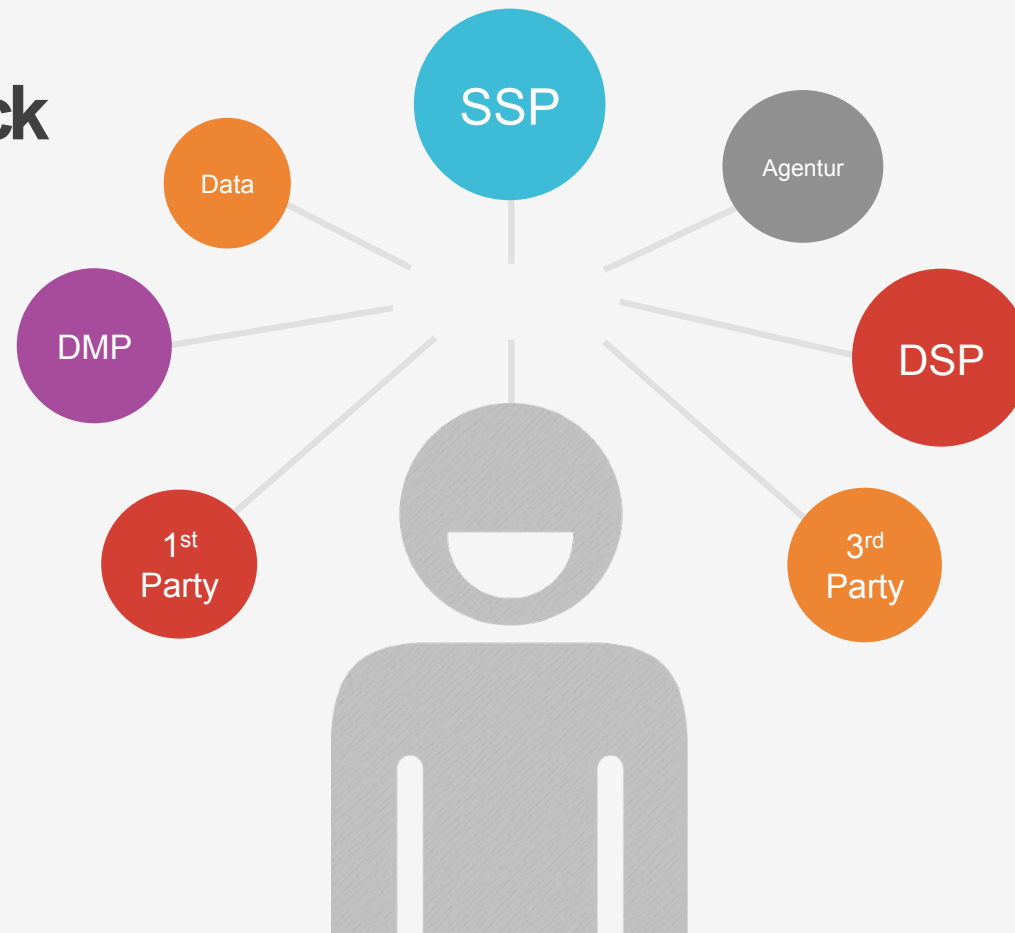
Technologie Vielfalt



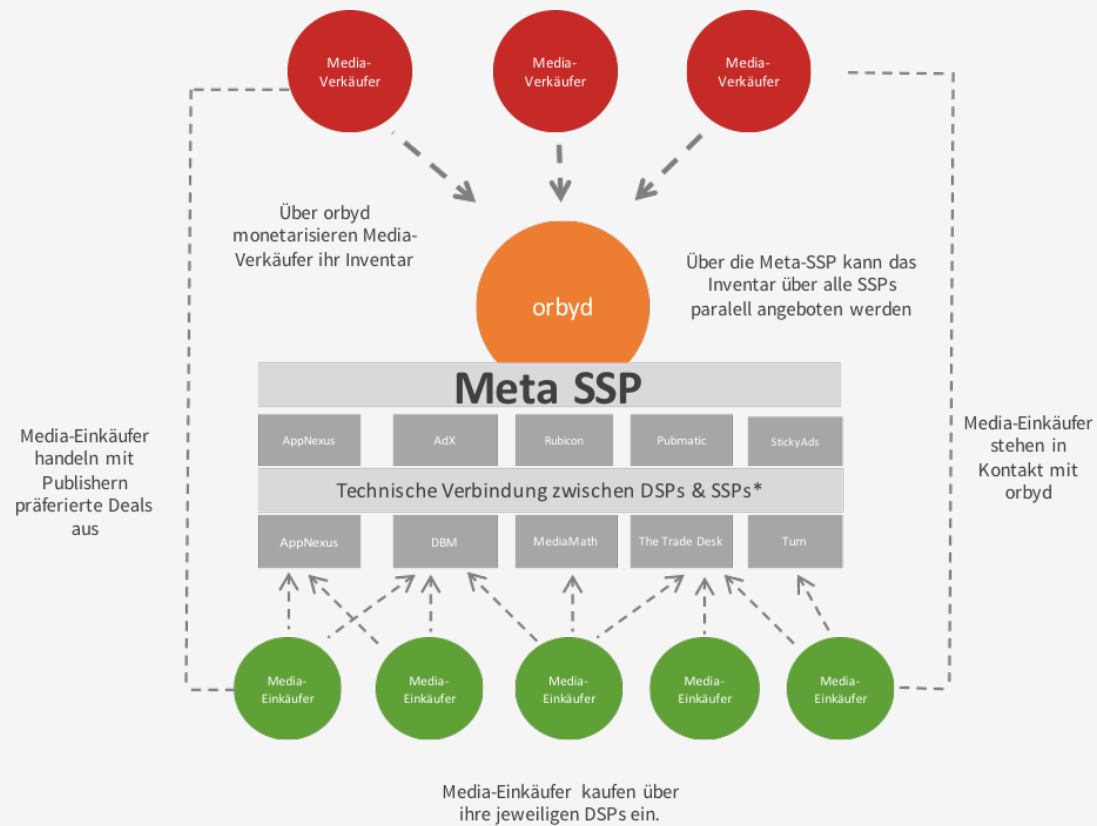
...über alle Formate



Mehr Überblick



orbyd connect – die META SSP



orbyd complete

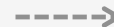


Zugang zu SSPs

AdOperations

Marketplaces

Demand Partner



100%
Operations



24/7
Reporting & Insights



Volle
Transparenz & Kontrolle

orbyd connect – die META SSP

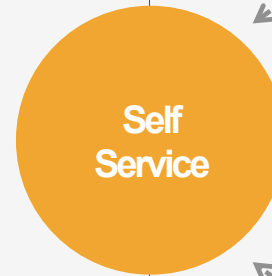


Zugang zu SSPs

AdOperations

Marketplaces

Demand Partner



100%
Operations

24/7
Reporting & Insights

Support
orbyd Experten





Herzlichen Dank!



orbyd