



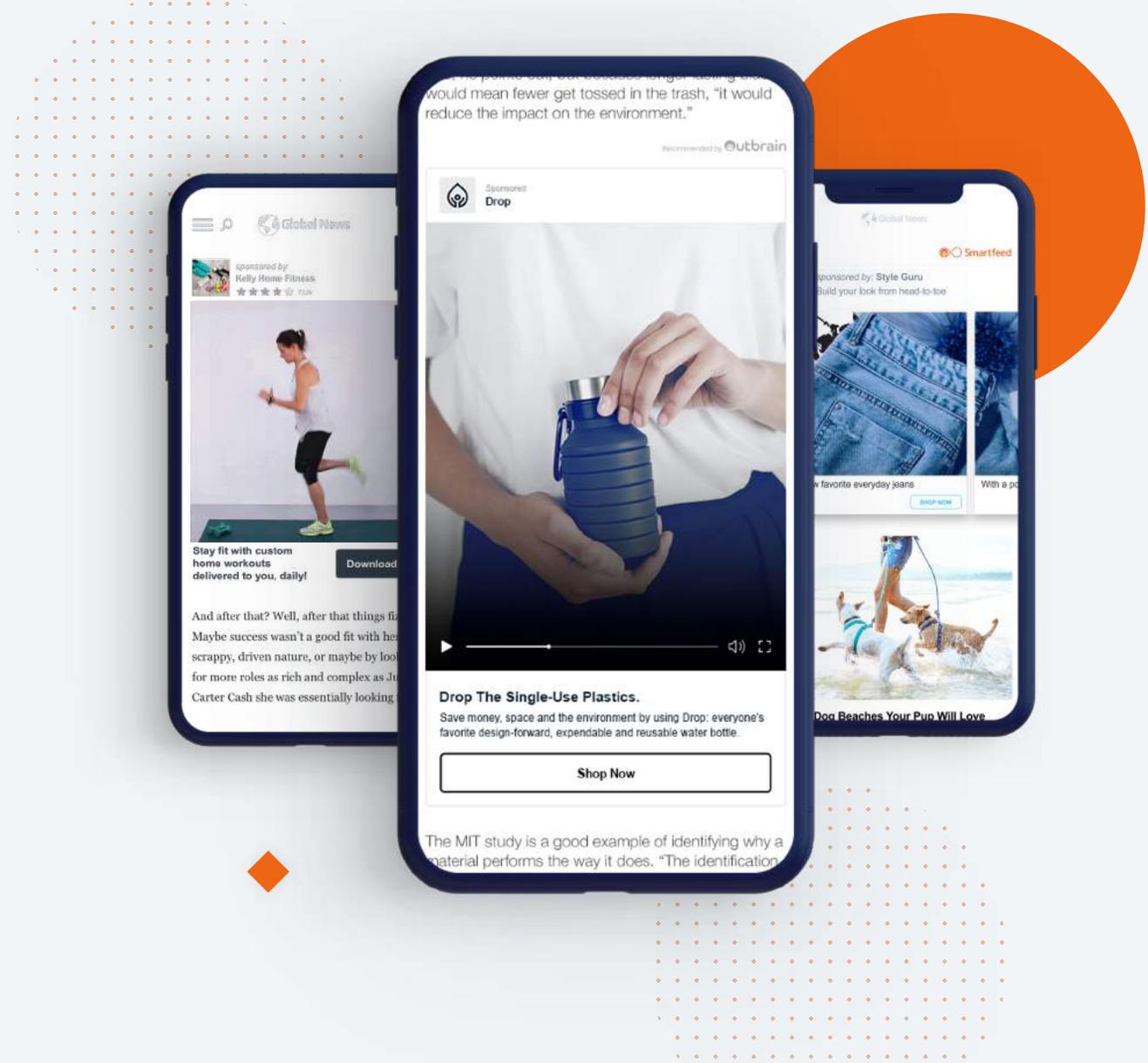
Programmatic Native für Agenturen und Brands



Bastian Krüger
Director Campaign Management
Outbrain



Till Derksen
Senior Account Manager
Outbrain



Agenda

- I. Was bewegt die Branche?
- II. Was ist Programmatic Native?
- III. Outbrain Programmatic Access
- IV. Zemanta One
- V. Was kommt nach den Cookies?

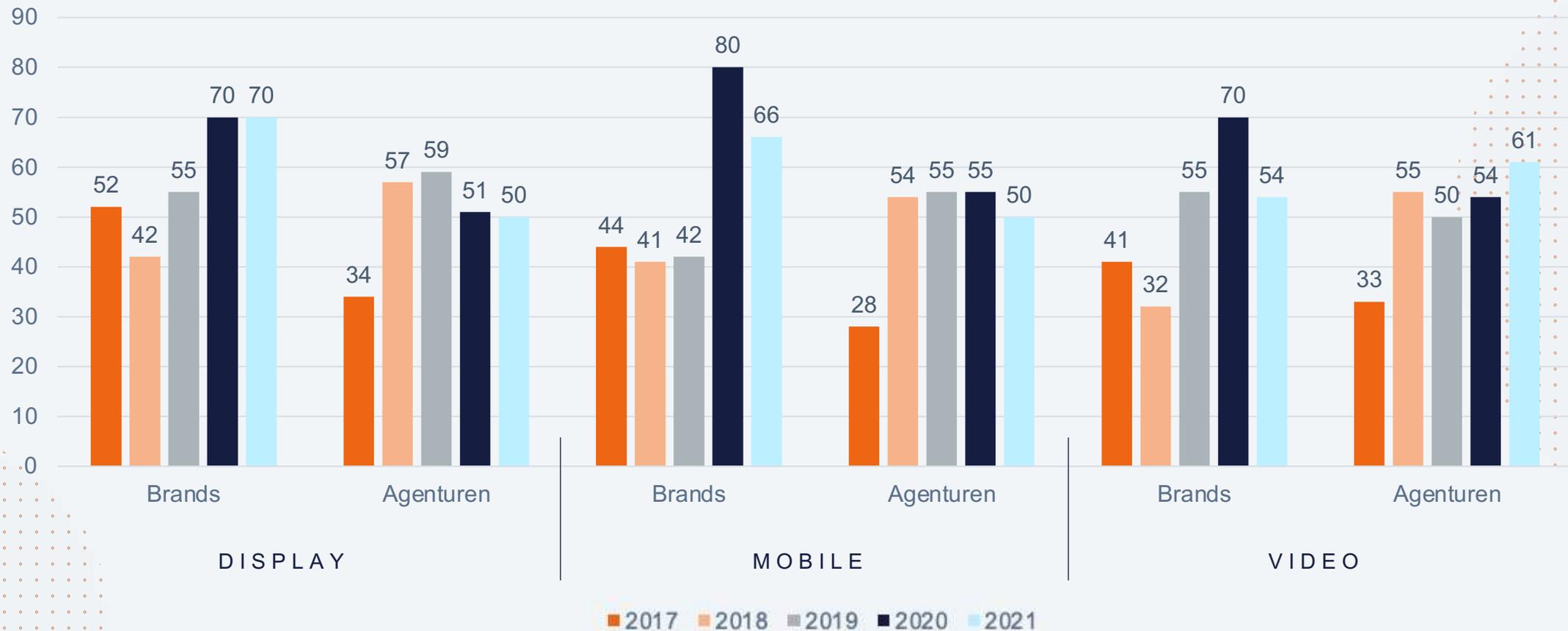


Was bewegt die Branche?



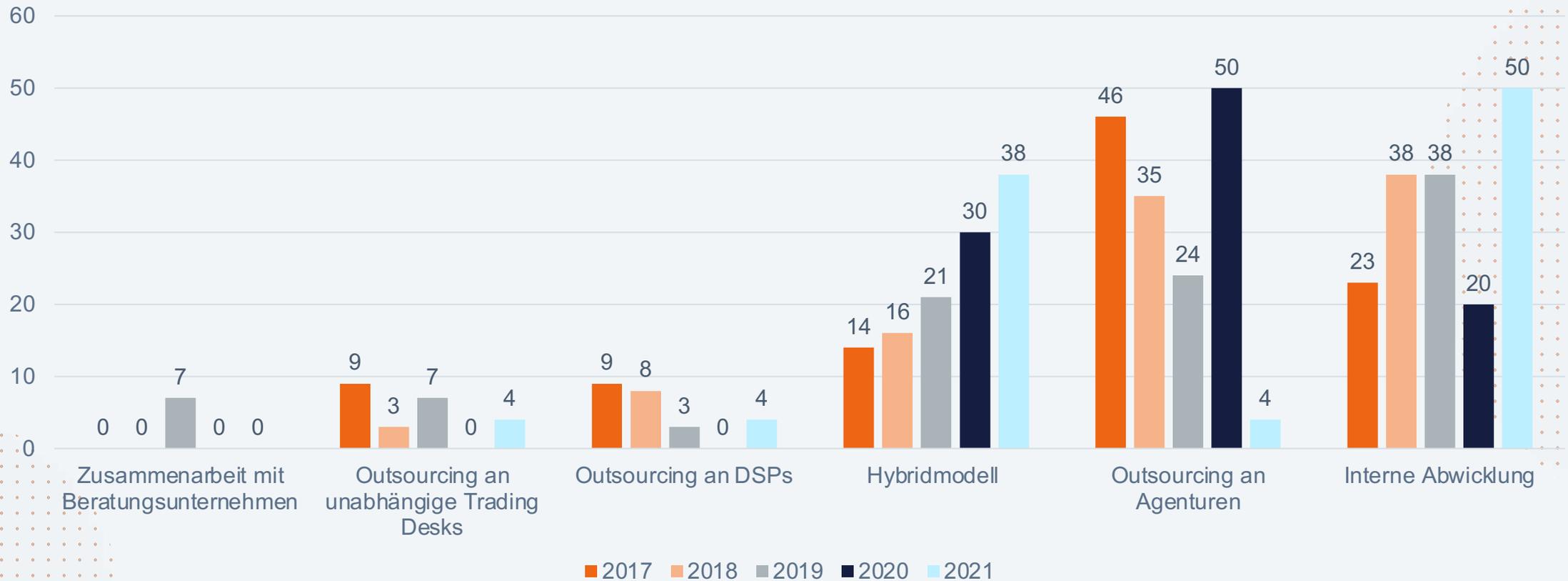
WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

Stakeholder, die mehr als 41% ihres Display-, Mobile- oder Video-Inventars programmatisch buchen (in Prozent)



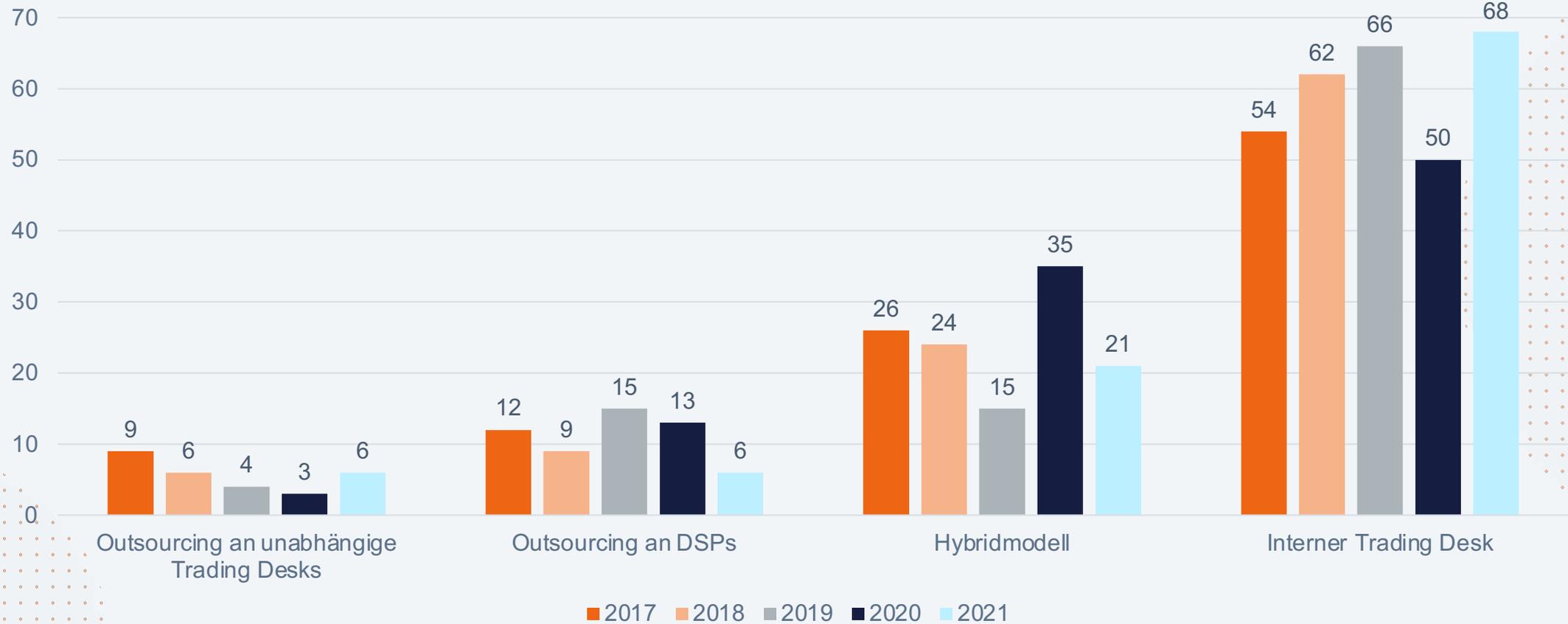
WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

Operative Modelle – Brands (in Prozent)



WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

Operative Modelle – Agenturen (in Prozent)



WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

Die wichtigsten Faktoren für programmatische Investitionen (2020-2021)

BRANDS

AGENTUREN

	2020	2021	2020	2021
Bessere Datennutzung	80%	58%	75%	94%
Effizientes Targeting	70%	57%	80%	71%
Zugang zu Premium-Inventar	20%	50%	43%	41%
Niedrigere Kosten	60%	42%	30%	38%

WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

Die Top 3 Metriken der Stakeholder (2021)

BRANDS

Verkaufs-KPIs
48%

Markenwahrnehmung
43%

Anstieg direkter Website-Besucher
23%

AGENTUREN

Reichweite und Frequenz
55%

Verkaufs-KPIs
50%

Markenwahrnehmung
35%



WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

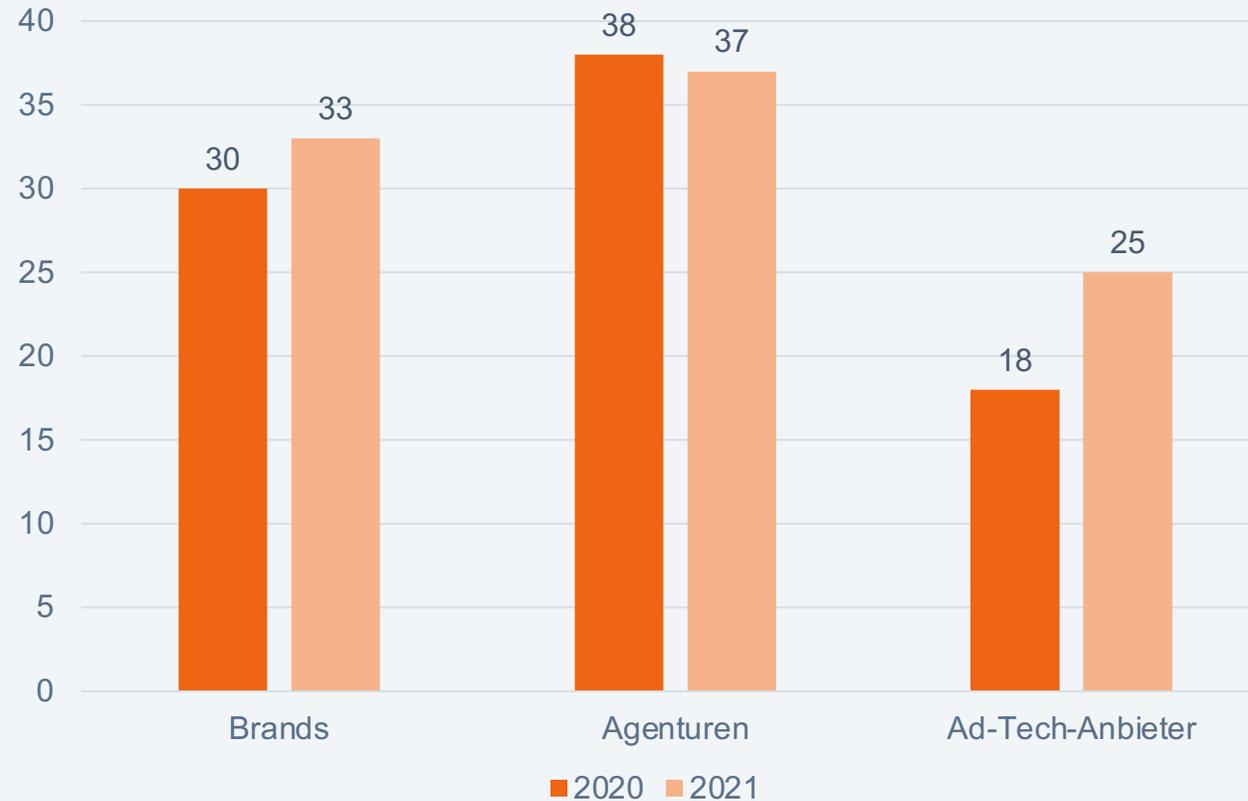
Die größten Hindernisse bei der Adaption von Programmatic Trading (2020-2021)

	BRANDS		AGENTUREN	
	2020	2021	2020	2021
Auswirkungen auf den Gesamtumsatz	30%	46%	33%	38%
Datenschutz	50%	42%	15%	32%
Brand Safety	10%	42%	28%	18%
Mitarbeiter mit den richtigen Fähigkeiten	20%	33%	40%	68%
Mitarbeiter entsprechend fortbilden	28%	33%	36%	47%
Transparente Supply Chain	60%	25%	33%	26%

WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

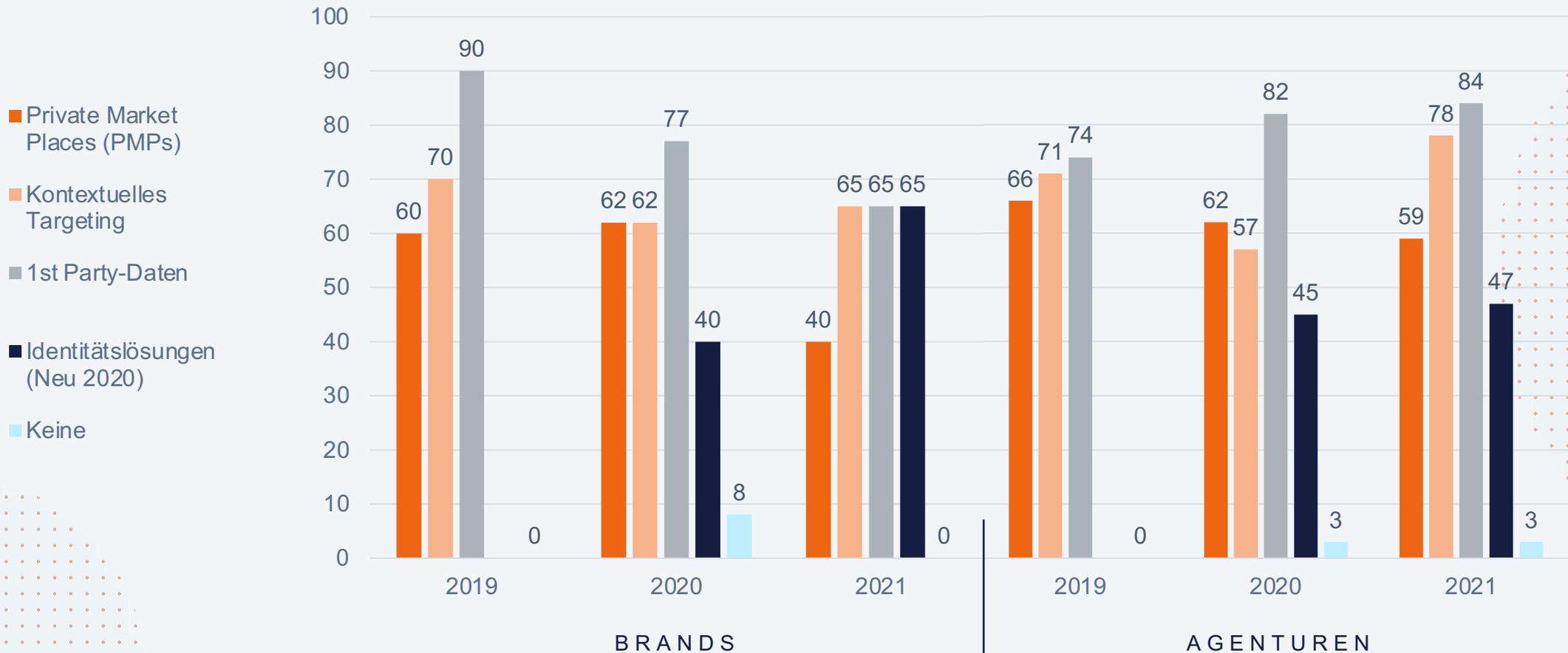
Einschränkungen für Drittanbieter-Cookies stellen ein Hindernis dar

(Anzahl der Zustimmungen in Prozent)



WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

Lösungen für den Datenschutz und Cookies (in Prozent)



WAS BEWEGT DIE BRANCHE?

Die wichtigsten Trends

- Programmatic Buying auf **Plateau**
- Trend zum **In-House- und Hybrid-Buying** bei Brands (Kontrolle und Transparenz)
- **Brand Safety** wichtige Priorität bei Brands
- **Datennutzung** stark bei Agenturen
- **Performance-KPIs** werden zur Priorität
- **Keine einheitliche Richtung** bei Lösungen für das Ende der Cookies

Was ist Programmatic Native?

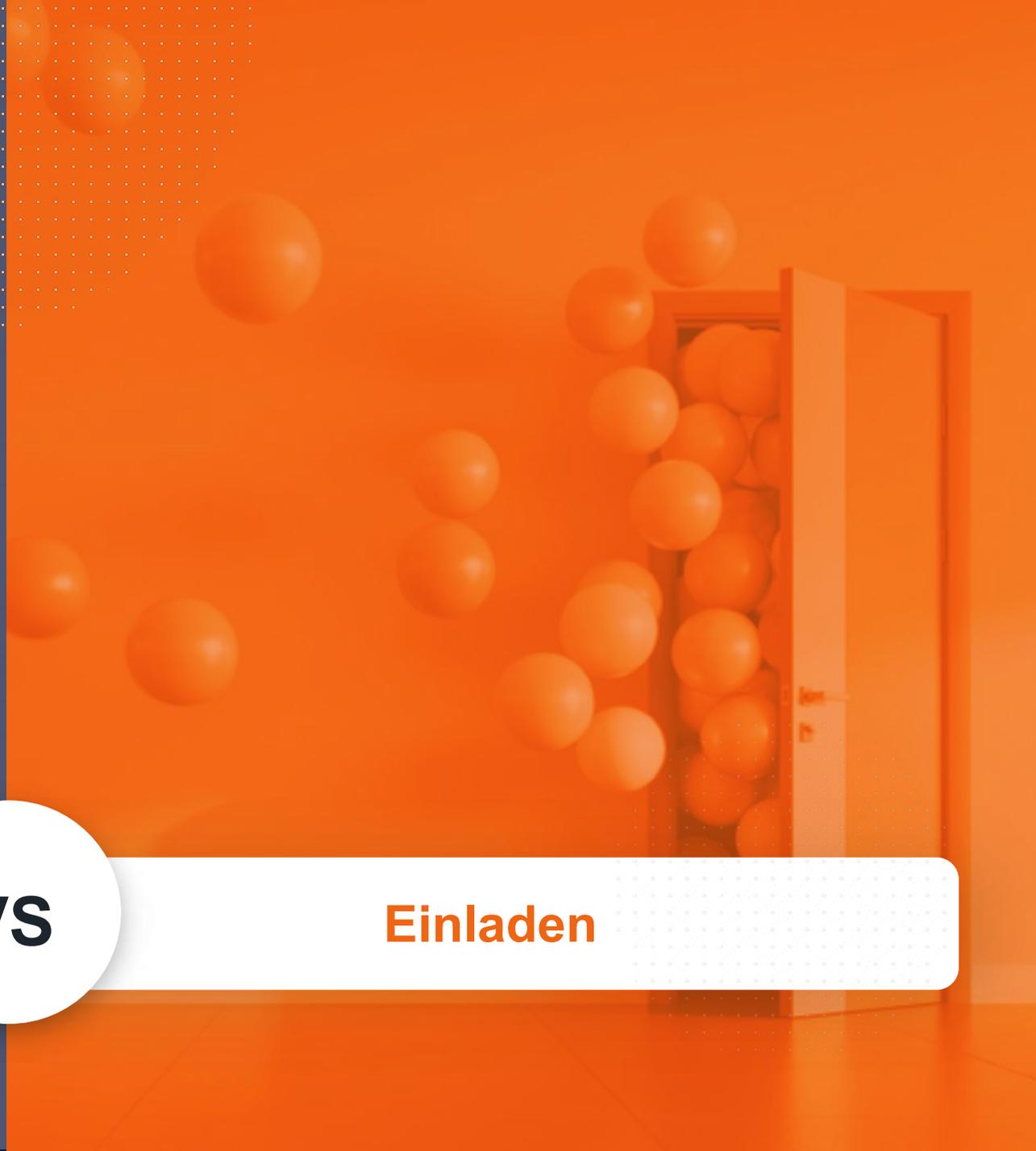




Eindringen

VS

Einladen



WAS IST PROGRAMMATIC NATIVE?

Unterschiede Display & Native

DISPLAY

Sticht als Anzeige hervor

Optimiert für niedrigen CPM

Haupt-KPI: View

Standard-Format

NATIVE

Passt sich dem Seiteninhalt an

Für Interaktionen optimiert

Relevante Umfeldler

Unterschiedliche Formate



WAS IST PROGRAMMATIC NATIVE?

Dynamische Anzeigengenerierung

```
"native":{ "ver": "1.2",
"context":2, "contextsubtype":20, "plcmtype":11, "plcmcnt":1,
"aurisupport":0, "privacy":1, "eventtrackers": [
{
"event":1,
"methods": [1,2] },
{
"event":2,
"methods": [1] }
],
"assets":[
{
"id":123,
"required":1, "title":{
"len":140 }
}, {
{
"id":124,
"required":1, "img":{
"wmin":50,
"hmin":50,
"type":1
}},
{
{id":126,
"required":1, "data":{
"type":1,
"len":25 }
}, {
{id":128, "required":0, "img":{
"wmin":836, "hmin":627, "type":3
}, {
{id":127, "required":1, "data":{
"type":2,
"len":140 }
}}
} ]
}
```

```
"native": {
"link": {
"url": "http://i.am.a/URL"
},
"assets": [
{
"id": 123, "required": 1, "title": {
"text": "Of-the-Moment Materials in Interior Design"
}},
{
"id": 124, "required": 1, "img": {
"url": "http://www.mglobal.com/thumbnail1.png"
}
},
{
"id": 128,
"required": 1,
"img": { "url": "http://www.mglobal.com/largethumb1.png"
}
},
{
"id": 126, "required": 1, "data": {
"my product."
"value": "My Brand"
}
},
{
"id": 127, "required": 1, "data": {
"value": "Of-the-Moment Materials in Interior Design"
}
}], "eventtrackers": [
{
"event":1,
"method":2, "url": "http://www.mytracker.com/tracker.js"
}
}],
"privacy": "http://www.myprivacyurl.com"
6.2 Content Context, Video Response
The ad might look like -
"event":2,
"method":1, "url": "http://www.mytracker.com/tracker.php"
}
```

Headline:

Of-the-Moment Materials in Interior Design

Source:

Mansion Global

Bild:



Outbrain Programmatic Access



Zugang über die beliebtesten DSPs

 theTradeDesk

 Display & Video 360

 xandr

 Zemanta
an Outbrain Company



OUTBRAIN PROGRAMMATIC ACCESS

Formate



Standard Native



Outstream Video



In-Feed



Native Awareness+

Übersicht Deal-Pakete

Branding & Consideration

Native Awareness+

Exklusive Einzelplatzierungen (keine Markenanchbarschaft), die ausschließlich im Content von redaktionellen Artikeln erscheinen.

High Viewability

Platzierungen mit einer durchschnittlichen Sichtbarkeit von über 60-70%.

Tier 1 Publishers

Run-of-Network-Placements, die ausschließlich auf den Tier-1-Premium-Publisher-Partnerseiten von Outbrain laufen.

Outstream Video

Outstream-Video-Run-of-Network über Outbrain-Premium-Publisher, mit Viewability und VCR-Optimierungsoptionen.

Übersicht Deal-Pakete

Engagement & Performance

Interest Targeting

Deal, der die Outbrain-eigenen Interessendaten zu den historischen Browsing-Gewohnheiten der Verbraucher nutzt, sowie kontextbezogenes Targeting von Artikeln in Echtzeit für Hunderte von breit gefächerten und granularen Themen.

High CTR

Platzierungen in den Top 30% des Outbrain-Netzwerks in Bezug auf die CTR; durchschnittlich mit einer CTR von 0,30% oder höher.

High Conversion

Platzierungen, die historisch gesehen zu den besten 30% des Outbrain-Netzwerks gehören, was die CVR betrifft; durchschnittlich mit einer CVR von 1,4% oder höher.

Deal Spotlight: Interest Targeting

Mit Outbrain exklusiven Interest-Targeting-Angeboten können Marketer Verbraucher auf der Grundlage **ihrer früheren und aktuellen Browsing-Gewohnheiten** erreichen.

- 
Direkte Code-on-Page-Beziehungen geben Einblick in die Interessen der Verbraucher über Tausende von Publishern hinweg.
- 
 Interessenprofile werden anhand von **Klick- und Conversion-Daten** erstellt, um das Interesse der Verbraucher an verschiedenen Themen zu ermitteln.
- 
 Interessenprofile werden durch **kontextbezogenes Echtzeit-Targeting** von relevanten Artikeln ergänzt, die Verbraucher gerade lesen.



FINANCE



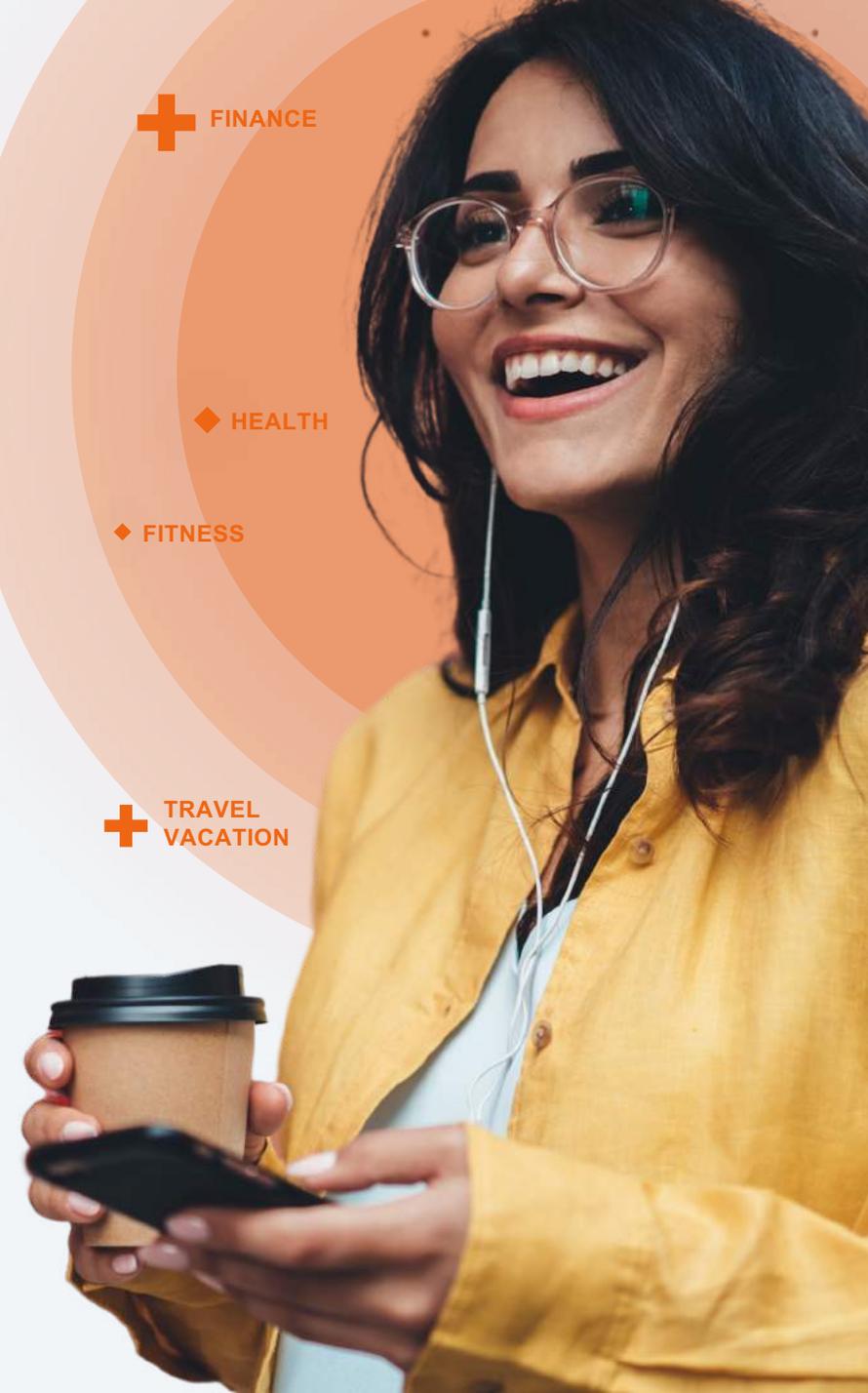
HEALTH



FITNESS

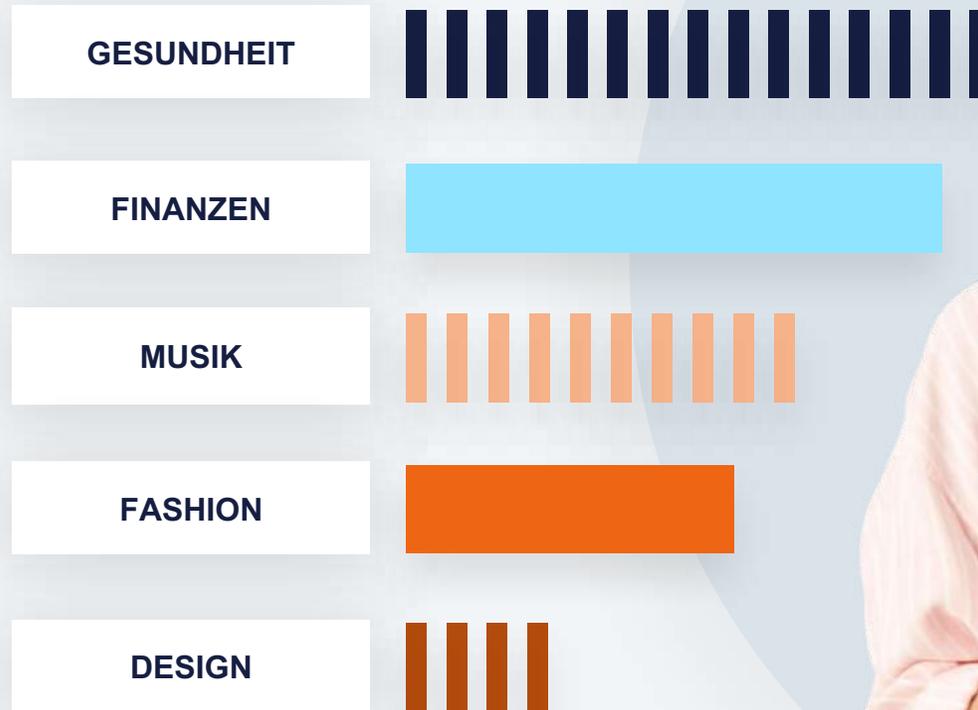


TRAVEL
VACATION



Interessenbasierte Ausspielung

Nutzung proprietärer Interessendaten, die auf dem Browsing-Verhalten auf tausenden Publishern basieren, um **relevante Zielgruppen** zu finden und den ROAS zu maximieren.



Branchen-Benchmarks (global)

Technologie

Bestperformende Kategorien

Travel	0.29% CTR	\$0.36 CPC
News	0.27% CTR	\$0.36 CPC
Business	0.27% CTR	\$0.41 CPC
Auto	0.27% CTR	\$0.39 CPC
Tech	0.21% CTR	\$0.38 CPC
Hobbies	0.21% CTR	\$0.41 CPC

Retail

Bestperformende Kategorien

Pets	0.30% CTR	\$0.20 CPC
Fashion	0.27% CTR	\$0.20 CPC
Education	0.23% CTR	\$0.23 CPC
Hobbies	0.23% CTR	\$0.22 CPC
Home & Garden	0.23% CTR	\$0.24 CPC
Family & Parenting	0.20% CTR	\$0.25 CPC

Automotive

Bestperformende Kategorien

Society	0.19% CTR	\$0.25 CPC
Family & Parenting	0.17% CTR	\$0.28 CPC
Education	0.17% CTR	\$0.26 CPC
Hobbies	0.16% CTR	\$0.25 CPC
Auto	0.14% CTR	\$0.34 CPC
Travel	0.14% CTR	\$0.28 CPC

OUTBRAIN PROGRAMMATIC ACCESS

Deal Spotlight: Native Awareness+

Native Awareness+ unterstützt Werbetreibende beim Aufbau ihrer Marke im Open Web mit aufmerksamkeitsstarken Formaten, die ausschließlich innerhalb redaktioneller Beiträge platziert werden.

- +
Bildschirmfüllende Werbemittel rücken die Marke ins Rampenlicht und spiegeln gleichzeitig den Look der sozialen Netzwerke wider.
- +
100 % Share-of-Voice-Platzierungen sorgen dafür, dass die Marke nur von hochwertigen, organischen Inhalten umgeben ist.
- +
Hohe Viewability bei gleichzeitiger Steigerung von **Engagement** und Aktionen durch benutzerdefinierte CTAs.

fact his ball in there.



The Corner Cafe



Hungry?

Come get the best lunch in town and enjoy a coffee in the sun.

[Find out more](#)

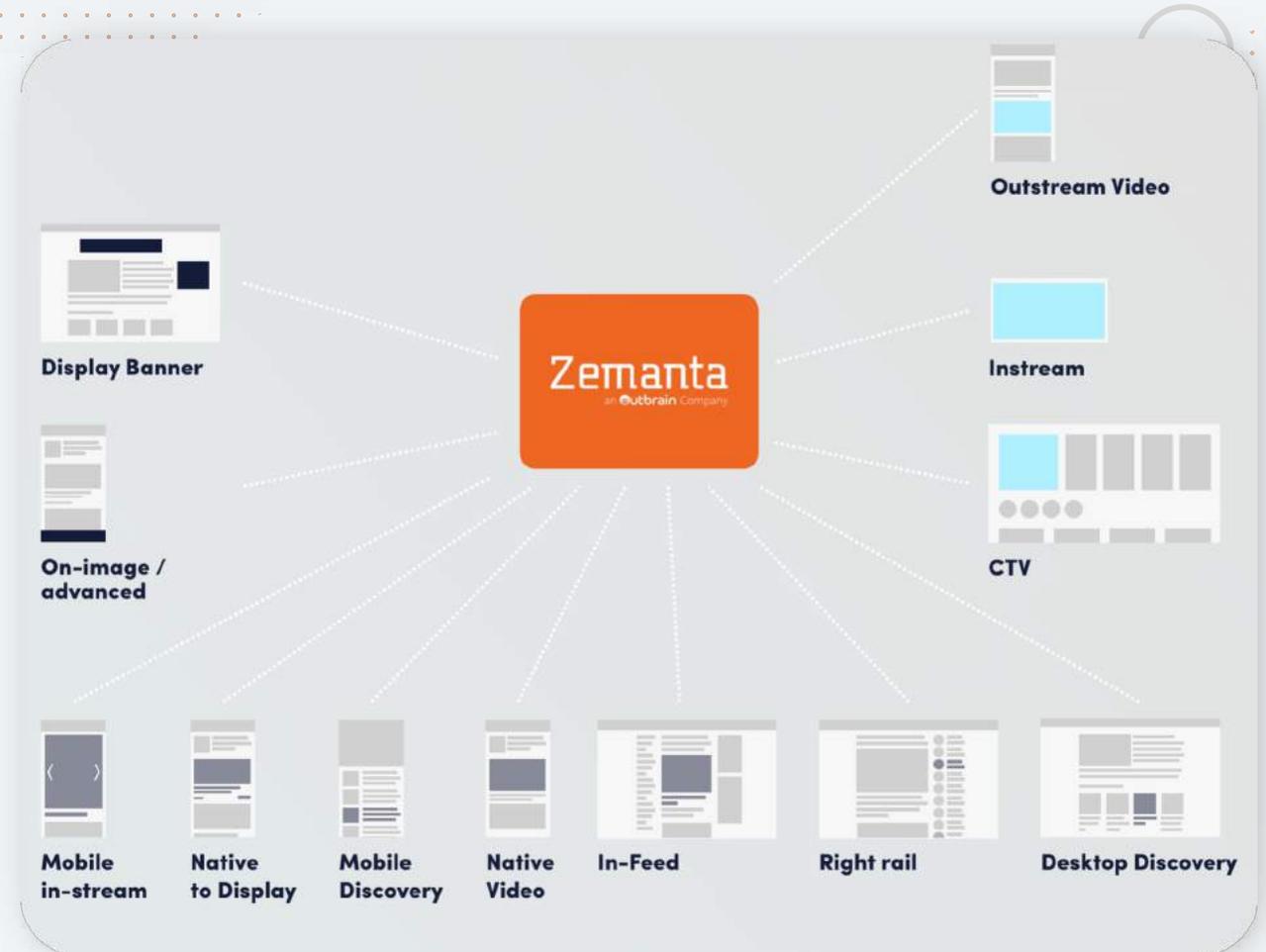
Zemanta One



ZEMANTA ONE

Eine von Grund auf für Native entwickelte DSP

- + Self-serve, Multi-Channel, Programmatic-Plattform
- + Zentralisierung des gesamten digitalen Medieneinkaufs
- + Bids für jede Impression auf der Grundlage von **KI-Prognosen**
- + Fortschrittliche **Technologie**



ZEMANTA ONE

Programmatic mit Performance-Fokus

- + Targeting von Umgebungen und Kontext
- + Post-Klick-Optimierung
- + Optimierung auf User mit höchstem Engagement



ZEMANTA ONE

Optimierung auf bestimmte Ziele

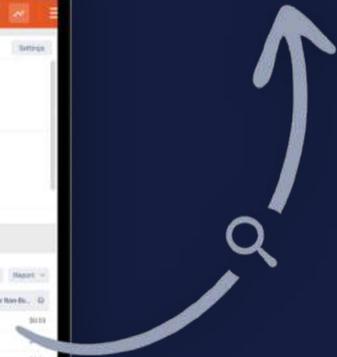
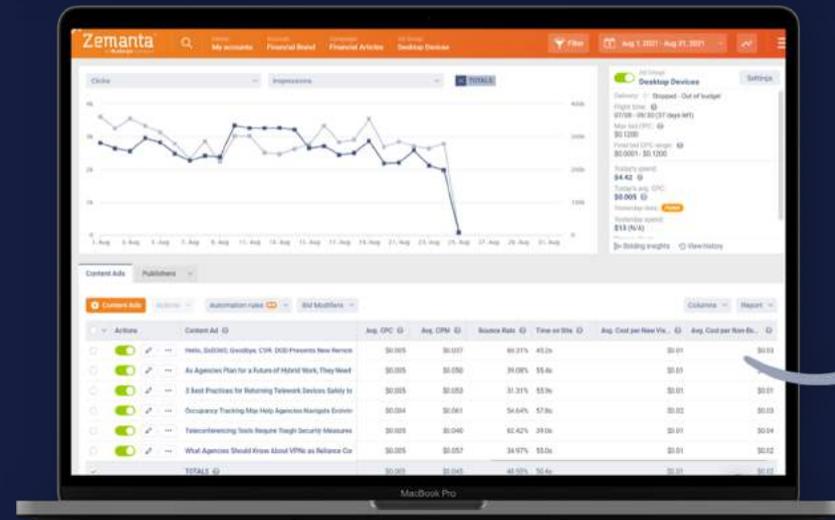
+ Integration mit **Google Analytics** oder **Adobe Analytics**

Optimierung auf:

- Durchschnittliche Cost per Minute on Site oder Verweildauer
- Cost per Non-Bounced Visit oder Bounce Rate
- Page Views per Visit, etc.



Avg. CPC	Avg. CPM	Bounce Rate	Time on Site	Avg. Cost per New Vis...	Avg. Cost per Non-Bo...
\$0.005	\$0.053	31.31%	55.9s	\$0.01	\$0.01



ZEMANTA ONE

Autopilot und Automation Rules für optimierte Performance

- + Automatische Optimierung auf bestimmte Kampagnenziele und Werbeausgaben
- + Anpassung von Bids basierend auf bestimmten Regeln
- + Erstellung von Publisher-Gruppen

...I really believe we can build a better blade," Roscioli says. A better blade would be more expensive, he points out, but because longer-lasting blades would mean fewer get tossed in the trash, "it would reduce the impact on the environment."

Take back control
of your
media investment

VISIT INTEGRALADS.COM

IAS Integral
Ad Science



All the Elements For The Perfect Bed Of
Your Dreams

Sponsored: Luna + The Moon

ZEMANTA ONE

Verbindung von Display und Native

- + „Native-to-Display“-Feature
- + Nutzung bestehender Native-Assets
- + Zusätzliche Reichweite

...I really believe we can build a better blade," Roscioli says. A better blade would be more expensive, he points out, but because longer-lasting blades would mean fewer get tossed in the trash, "it would reduce the impact on the environment."

FREE DELIVERY

Delightful Chocolate Gifts

Surprise your loved ones
from the comfort of your
own home.

ORDER NOW



All the Elements For The Perfect Bed Of
Your Dreams

Sponsored: Luna + The Moon

Was kommt nach den Cookies?



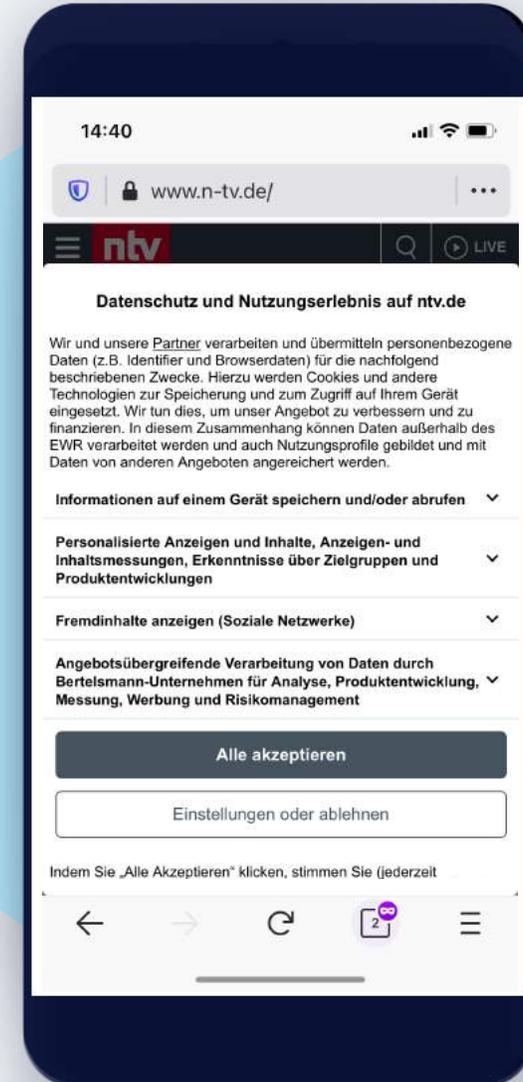
WAS KOMMT NACH DEN COOKIES?

Kommt wirklich das Ende der Cookies?

- **1st-Party-Cookies** werden bleiben
- **3rd-Party-Cookies** werden verschwinden

In Zukunft 3 Traffic-Typen

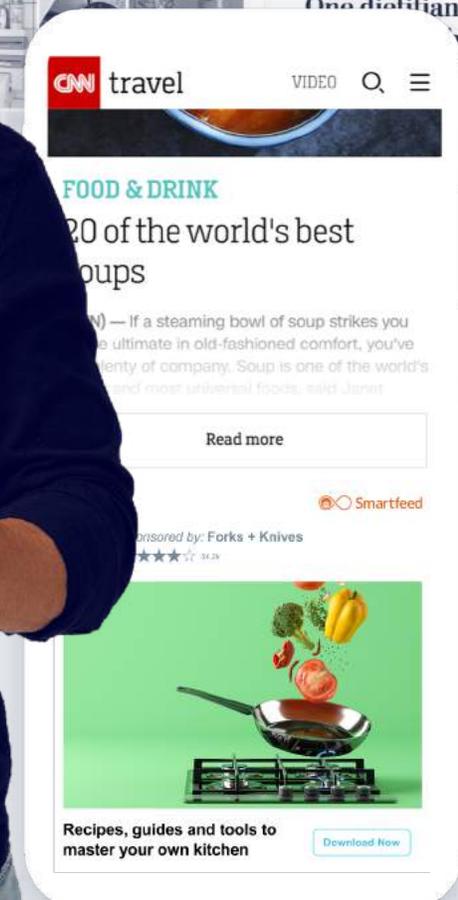
- **Addressierbare User** (Login)
- **On-Site trackbar** (mit gegebenem Consent)
- **Anonyme Nutzer**



WAS KOMMT NACH DEN COOKIES?

Outbrains Lösungen für die „Post-Cookie“-Ära

- **Code-on-Page** bei Publishern mit First-Party Daten
- Fokus auf **Contextual Tools** wie IAB Category Targeting oder Interest Targeting
- Beteiligung an **Brancheninitiativen** und Task Forces wie z.B. Unified ID 2.0, LiveRamp



WAS KOMMT NACH DEN COOKIES?

Category Targeting mit IAB Contextual Categories

- Jede Seite wird einem IAB Vertical zugeteilt und ermöglicht eine genauere, besser abgestimmte Customer Experience
- Verbraucher werden über die Inhalte, die sie lesen, angesprochen
- Hunderte Verticals, inkl. Sub-Verticals wie „Reisen in Nationalparks“ stehen zur Auswahl

Lifestyle

Gesundheit

Wissenschaft

CNN health 🔍 ☰

Spending time in **nature** boosts health, study finds

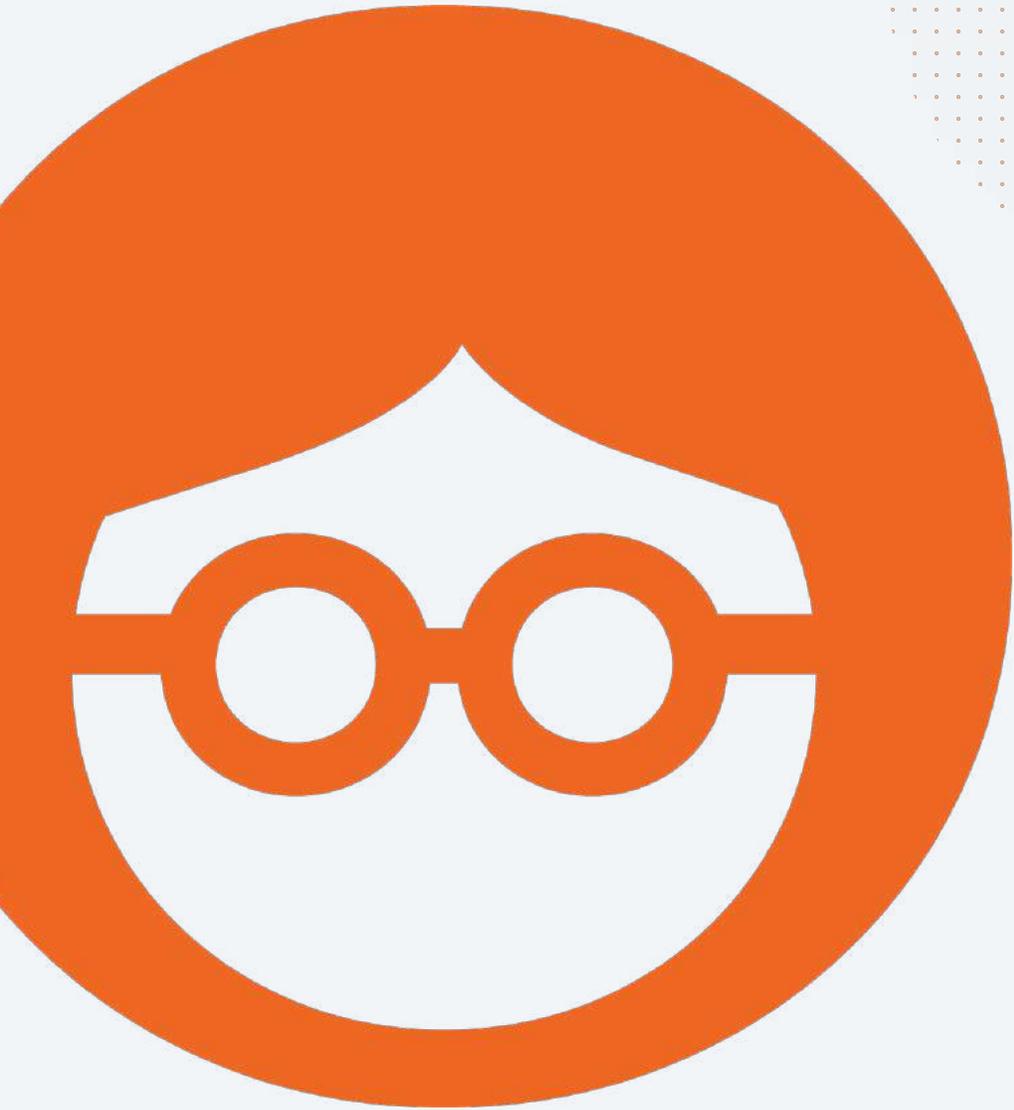
[f](#) [🐦](#) [✉](#)

(CNN) – We’re told to eat our five a day, get 160 minutes of **exercise** a week – and now a **weekly blast of The Great Outdoors** might one day be part of **recommended guidelines** too.

A new UK study has found that spending two hours per week **soaking up nature**– be it woodland, park or beach – gives a **positive boost to health and wellbeing**, both **mentally** and **physically**.

The Best Performance Gear for Exploring Nature [Shop Now](#)





**Vielen Dank
für die Aufmerksamkeit!**

Fragen?

bkrueger@outbrain.com