

## **PubMatic bringt OpenWrap OTT an den Start Die serverseitige Video-Header-Bidding-Lösung basiert auf Prebid**

- PubMatic's OpenWrap OTT aggregiert 100% der Video-Nachfrage und schafft gleichzeitig ein nahtloses TV-ähnliches Zuschauererlebnis
- Verbraucher erhalten ein OTT-Zuschauererlebnis parallel zum Fernsehen, da die serverseitige Integration Latenzzeiten, Timeouts, Anzeigenladezeiten und das Puffern und Eliminieren sich wiederholender Anzeigen reduziert
- Kunden wie MediaMath, Interpublic Group (IPG) und Kidoodle.TV haben sich bereits für den Einsatz von OpenWrap OTT entschieden

**Redwood City, Kalifornien; Hamburg, 17. Juni 2020** - Das Premium-Digitaltechnologie-Unternehmen PubMatic gibt heute die Einführung von OpenWrap OTT bekannt, der ersten serverseitigen Video-Header-Bidding-Lösung. Diese zentralisiert 100% der direkten und programmatischen Nachfrage und bietet gleichzeitig ein nahtloses TV-ähnliches Zuschauererlebnis.

PubMatic hat mehr als acht Jahre Erfahrung mit Video-Header-Bidding-Technologie und bietet mit dem auf dem Prebid basierende OpenWrap OTT eine Lösung, die sowohl Publishern als auch Einkäufern ermöglicht, das volle Potenzial eines Werbeblocks innerhalb von CTV und OTT-Inhalten zu nutzen.

Kunden wie Kidoodle.TV®, Limpid, Glewed TV, Interpublic Group (IPG) und MediaMath haben sich bereits für den Einsatz von OpenWrap OTT entschieden. Erste Ergebnisse zeigen einen Anstieg der Auslastung um mehr als das 6-fache im Vergleich zu einer bisher genutzten Tag-Integrationen.

"Wir sind begeistert von den zusätzlichen Einblicken, dem Umfang und der Kontrolle, die wir mit PubMatic OpenWrap OTT erhalten", sagte Jean Fitzpatrick, Vice President, Marketplace Solutions bei Kinesso, der Medien- und Marketingtechnologie-Unit der Interpublic Group. "Funktionen wie der First-Look-Zugriff auf das OTT-Inventar über offene und private Deals, neue Ad-Pod-Kontrollen und eine hoch skalierte Geschäftsflexibilität werden dazu beitragen, das Interesse an OTT in naher Zukunft zu steigern."

OpenWrap OTT bietet volle Unterstützung für Bewegtbild auf vernetzten Fernsehen (CTV), mobile und Desktop-Geräte sowie den Einsatz von Server-Side Ad Insertion (SSAI), die häufig von Premium-Video Publishern verwendet wird und entscheidend ist, um den Zuschauern ein echtes TV-ähnliches Erlebnis zu bieten. Die Technologie ist besonders wertvoll für den aufstrebenden OTT-Markt, da sie Dynamiken des traditionellen TV-Einkaufs erweitert und sogar feste programmatische Auktionen überflüssig macht.

OpenWrap OTT ist die erste global verfügbare, skalierte serverseitige OTT-Header-Bidding-Lösung, die auf Prebid basiert. OpenWrap OTT verflacht den Wasserfall, um den Wettbewerb zwischen den Käufern für Video zu erhöhen und die stufenweise Monetarisierung voranzutreiben. Zudem löst es die allgegenwärtige Herausforderung bei Werbeanzeigen wie Frequency Capping, Wettbewerbsausschlüsse und Back-to-Back-Anzeigen.

Die OpenWrap OTT-Technologie von PubMatic stellt das Zuschauererlebnis in den Vordergrund und bietet gleichzeitig eine Header-Bidding-Auktionsdynamik, die uns helfen kann, die Anzeigenleistung für unsere Werbekunden zu maximieren", sagte Daniel Riddell, Chief Technology Officer bei Kidoodle.TV. "Wir sind sehr begeistert, dass die Lösung von PubMatic auf Prebid aufbaut, was mehr Transparenz, Flexibilität und Integrationsmöglichkeiten ermöglicht, so dass wir weiterhin eine sichere Streaming-Umgebung für Familien anbieten können."

Bislang gab es für das OTT-Inventar kein maßstabsgetreues Header Bidding. OpenWrap OTT wird den OTT- und CTV-Markt mit führender Technologie verändern:

- Eigentümer und Distributoren von OTT-Inhalten können die steigende Nachfrage von programmatischen und direkten Einkauf nach mehr Wettbewerb und höheren Auslastungsraten im ausgewogenen Verhältnis berücksichtigen und gleichzeitig die Kontrolle über Monetarisierung, Wettbewerbsregeln und Zuschauererlebnis behalten.
- Einkäufer erhalten den Vorteil des First-Look auf OTT-Inventar über private Deals sowie Ad-Pod-Kontrolle, wettbewerbsfähige Preise und Flexibilität bei der Skalierung der Auslastung.
- Verbraucher erhalten ein OTT-Zuschauererlebnis gleichwertig zum Fernsehen, da die serverseitige Integration Latenzzeiten, Timeouts, Anzeigenladezeiten und das Puffern und Eliminieren sich wiederholender Anzeigen reduziert.

"Die erste Priorität für Publisher und Werbetreibende ist es, ein großartiges, TV-ähnliches Erlebnis zu bieten. OpenWrap OTT liefert zuerst für den Zuschauer, was wiederum die Geschäftsziele unserer Kunden vorantreibt", so Jonas Olsen, VP Video bei PubMatic.

"Powered by Prebid – unsere unabhängige Lösung bietet die nächste Generation programmatischer Werbung für die schnell wachsenden OTT- und CTV-Kanäle.

Die Erweiterung der OpenWrap-Technologie auf den OTT- und CTV-Bestand ist die neueste Innovation von PubMatic. Mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung in der Monetarisierung von Omnichannel-Kanälen hat PubMatic Pionierarbeit bei der Verwendung von Prebid geleistet, um die Header-Bidding-Technologie für Display, Video, mobile Anwendungen mit OpenWrap SDK und jetzt auch mit CTV und OTT voranzutreiben.

### **Über PubMatic**

PubMatic bietet Publishern höhere Einnahmen, da es die Verkaufsplattform der Wahl für Agenturen und Werbetreibende ist. Die PubMatic-Plattform ermöglicht es unabhängigen App-Entwicklern und Publishern die Monetarisierung ihrer digitalen Werbung zu maximieren und gleichzeitig den Werbetreibenden die Möglichkeit zu geben, ihren ROI zu steigern, indem sie ihre Zielgruppen in markensicheren, erstklassigen Umgebungen über alle Werbeformate und -geräte hinweg erreichen und ansprechen. Seit 2006 hat PubMatic eine effiziente, globale Infrastruktur geschaffen und bleibt an der Spitze der programmatischen Innovation. PubMatic hat seinen Hauptsitz in Redwood City, Kalifornien, und betreibt weltweit 14 Büros und neun Datenzentren.

### **Ansprechpartner für PubMatic-Press DACH:**

Sandra Goetz, Hamburg