

PRESSEMELDUNG

PubMatic kündigt neue Innovationen für seine marktführende Identitätslösung an

Viele globale Verlage haben sich bereits für den Identity Hub des Unternehmens angemeldet

Redwood City, Kalifornien/ Hamburg, München, 06. Oktober 2020 – Das Premium-Digitaltechnologie-Unternehmen PubMatic gab heute in Deutschland bekannt, dass die neue Version seines Identity Hub die erste global skalierte Lösung für Identitäts- und Header-Ausschreibungen und der Marktstandard für Publisher ist, die mehrere Identity Lösungen nahtlos integriert, verwalten und darüber die Erlöse über alle Prebid Anbindungen maximiert. Identity Hub unterstützt jetzt 10 Identitätspartner, und eine neue Server-zu-Server-Integration mit OpenWrap-Header-Ausschreibungen bietet optimierte Wrapper- und Identitätsfunktionen.

Identity Hub baut auf Prebid auf und bietet Verlegern außerdem eine höhere Skalierbarkeit und Transparenz. PubMatic ist marktführend bei der Einführung von Identity Hub in Verlagen. Viele globale Verlage - einschließlich Dictionary.com - nutzen Identity Hub in 20 Ländern weltweit. „In Deutschland konnten wir u.a. Burda Content Network (BCN) und MSO Digital als Partner gewinnen“, sagt Ekkehardt Schlottbohm, Regional Director PubMatic Central Europe.

Identity Hub ermöglicht einen nahtlosen Übergang von Drittanbieter-Cookies zu einer auf dem Konsumenten-Opt-in basierenden First-Party-Identität, was die Adressierbarkeit von Werbung für Verbraucher verbessert, einen höheren ROI für Werbetreibende bietet und den Publishern Monetarisierung über alle Browser ermöglicht. Die ID-agnostische Lösung liefert die Genauigkeit, den Datenschutz und den Umfang, die notwendig sind, um gezielte Werbung im offenen Internet zu ermöglichen.

Die ID-Partnerschaften von PubMatic umfassen jetzt auch neue Integrationen mit LiveRamp, BritePool und IDs sowie netID. Diese Partnerschaften bieten Werbetreibenden erstklassige Publisher-Alternativen im Vergleich zu ‚Walled Gardens‘ über bevorzugte Identity Lösungen, und erhöht gleichzeitig die Auslastung der Publisher Inventare.

„Wir freuen uns, dass unsere Consent- und Identitylösungen netID Professional und netID Enterprise von PubMatic's Identity Hub unterstützt werden. Dies gibt Content-Providern in Europa die Möglichkeit, personalisierte Werbung über den netID Identifier einfach, datenschutzkonform und geräteübergreifend auszuliefern“, sagt Sven Bornemann, Vorstandsvorsitzender der European netID Foundation, "basierend auf dem neuen Transparency and Consent Framework 2.0 (TCF 2.0) bieten unsere Lösungen ein Höchstmaß an Transparenz“.

"Identity Hub zeigt, dass die Cookie-lose Zukunft des offenen Web Publishern ermöglicht, weitaus effektivere und effizientere Marketingmöglichkeiten zu schaffen, mit neuen, hochwertigen Optionen außerhalb der



„Walled Gardens“, sagt David Moore, CEO von BritePool. „Wir freuen uns darauf, an der Markteinführung dieser Initiative mitzuwirken“.

Neben einer höheren Leistung bietet die neue Version von Identity Hub den Verlagen einfache Integrationen und ist mit mehreren Wrappern interoperabel und einfach zu bedienen. Verlage, die Prebid oder OpenWrap, den auf Prebid basierenden Header Bidding Wrapper von PubMatic, verwenden, haben die volle Kontrolle über die Auswahl und Integration von Identitätspartnern und können mit wenigen einfachen Klicks neue Identitätspartner einschalten, wodurch die Notwendigkeit teurer Entwicklungskosten begrenzt wird. Die Version bietet außerdem erweiterte Analyse- und Berichtsfunktionen, einschließlich Adressierbarkeit, Lift, eCPM und Fillrate.

„PubMatic hat den Identity Hub so konzipiert, dass er für Verlage offen und einfach ist, um den Einkäufern mehr Flexibilität und Adressierbarkeit zu bieten, ohne auf Cookies von Drittanbietern angewiesen zu sein“, sagt Ekkehardt Schlottbohm. „Während große Werbetreibende nach effektiven Alternativen zu den ‚Walled Gardens‘ suchen, wird ihnen die Lösung von PubMatic dabei helfen, ihre Zielgruppen im offenen Web mit voller Kontrolle und Transparenz zu erreichen“, bekräftigt Schlottbohm.

Werbetreibende profitieren von der Möglichkeit, aus einer breiten, relevanten Palette von Partner-Identitätslösungen zu wählen, was die Reichweite, die kontextbezogene Relevanz und letztlich den ROI der Kampagne deutlich erhöht. Werbetreibende können ihre Zielgruppen über das offene Web mit der ID ihrer Wahl über ihren DSP-Partner leicht erreichen, wobei sie die Einfachheit und den Umfang der Zielgruppenansprache auf einer ‚Walled Garden‘-Plattform nachbilden können, jedoch mit mehr Transparenz, Kontrolle und Premium-Inhalten.

Über PubMatic

PubMatic bietet Verlegern 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 acht Datenzentren.