

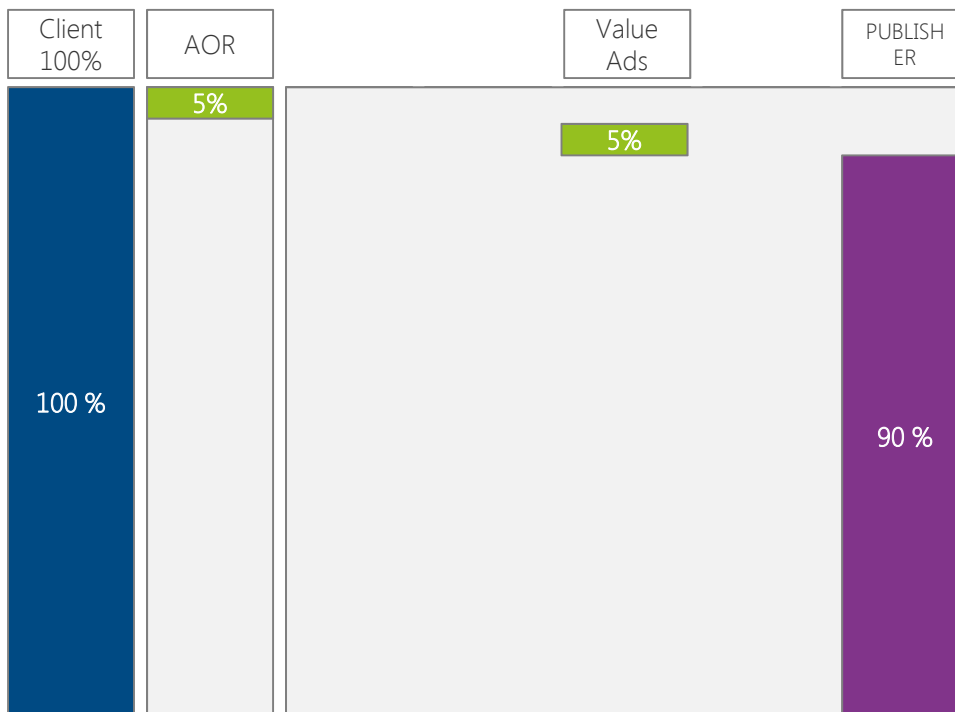
Illumination der Wertschöpfungskette

Was Programmatic kostet

Oliver Migge, Manager Digital Eliquity Germany GmbH

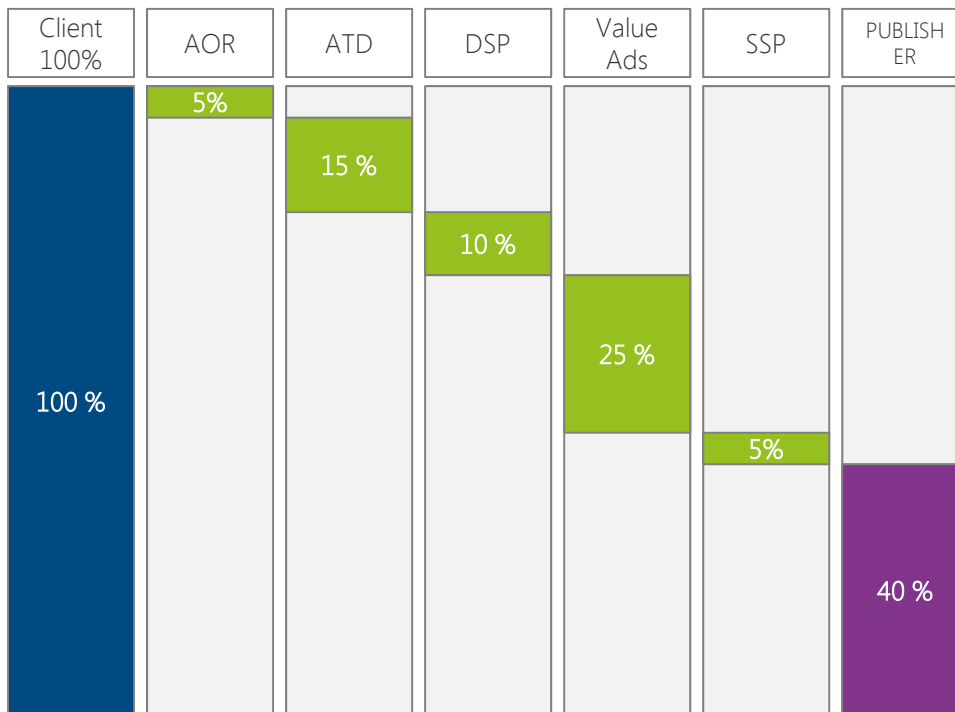
ILLUMINATION DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Während im direkten Mediaeinkauf 90%+ des Investments den Publisher erreichen...



ILLUMINATION DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

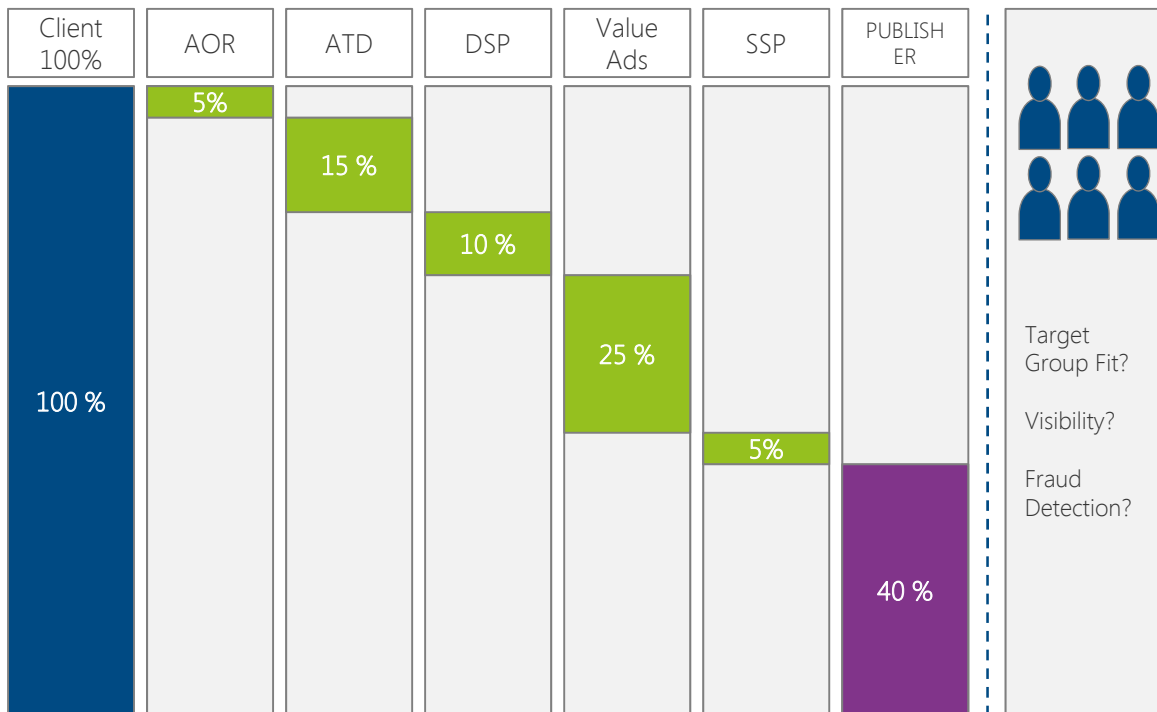
...ergab die WFA-Studie*, dass nur 40% des programmatischen Investments effektiv „arbeiten“.



Sources: WFA: WFA guide to Programmatic Media: What Every Advertiser Should Know about Media Markets survey of industry experts (Oct 2014); ANA/WhiteOps (17% programmatic bot traffic); Distil Networks (22.7% bot); Integral ad science (7.1%-display, 8.9%-video)
 *Sources: metrics (45%); Integral ad sciences (~50%); Google (56%); ComScore (54%); Ebiqurity analysis Note: Net of valid traffic; viewability defined using MRC Standard 50% @ 2 seconds-for video ads; IAB standard 50% @ 1 second for display ads
 **Sources: Nielsen Online Campaign Ratings (May 2014) (40%); Comscore Validated Campaign Essentials 2012-13 global study (June 2013) (43%)

ILLUMINATION DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Die effektive Medialeistung ist dabei noch nicht berücksichtigt.



Sources: WFA: WFA guide to Programmatic Media: What Every Advertiser Should Know about Media Markets survey of industry experts (Oct 2014); ANA/WhiteOps (17% programmatic bot traffic); Distil Networks (22.7% bot); Integral ad science (7.1%-display, 8.9%-video)
*Sources: metrics (45%); integral ad sciences (~50%); Google (56%); ComScore (54%); Ebiquty analysis Note: Net of valid traffic; viewability defined using MRC Standard 50% @ 2 seconds-for video ads; IAB standard 50% @ 1 second for display ads
**Sources: Nielsen Online Campaign Ratings (May 2014) (40%); Comscore Validated Campaign Essentials 2012-13 global study (June 2013) (43%)

ILLUMINATION DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

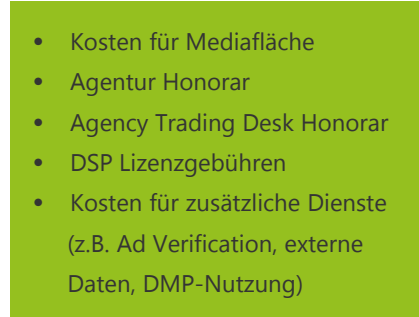
Die wesentlichen Gründe liegen in den intransparenten, aber noch marktübliche Vergütungsmodellen

Undisclosed Model



Kosten werden in **einen Gesamtpreis** gebündelt. Verhandlung in Teilen **nicht möglich**.

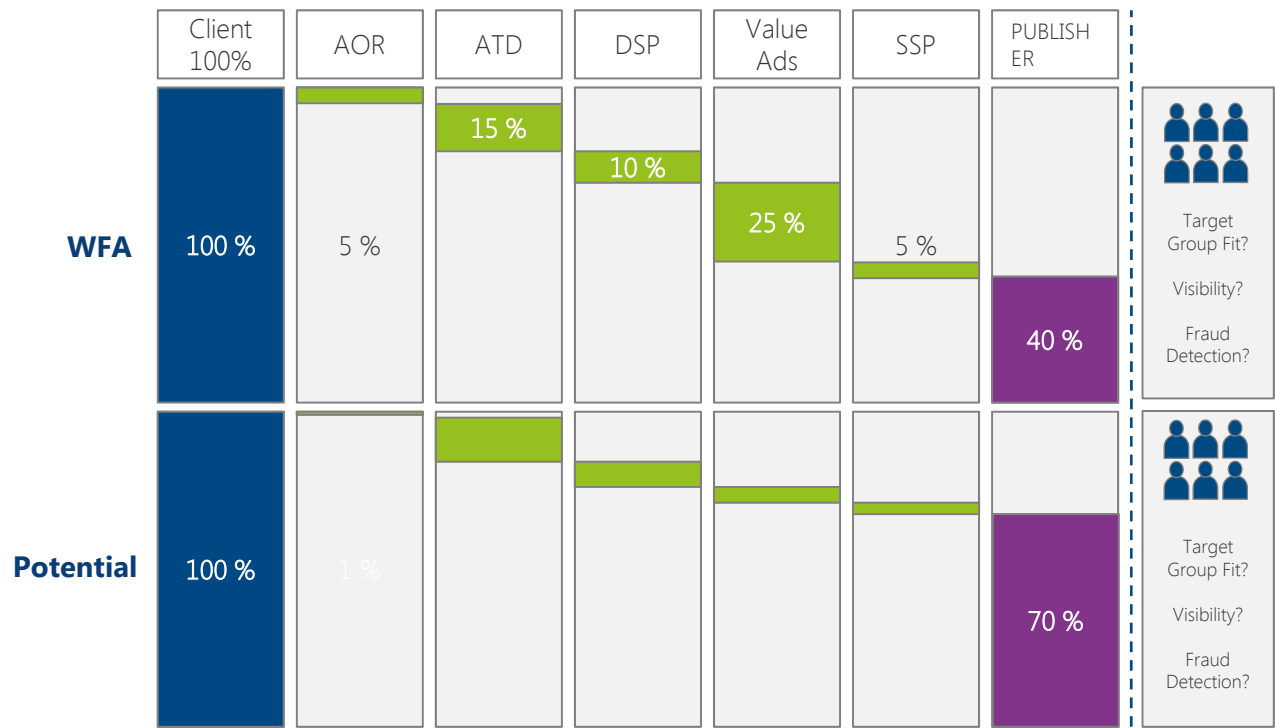
Disclosed Model



Kosten werden in nach **ihrem Auftreten weitergegeben**. Verhandlungen in Teilen **ist möglich**.

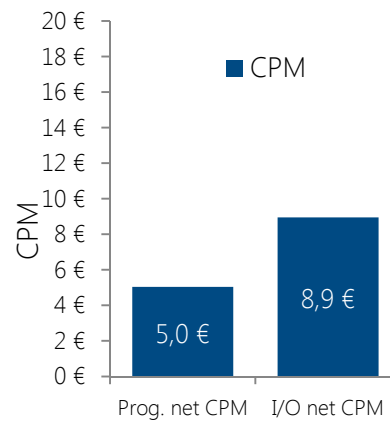
ILLUMINATION DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Ein transparentes Modell kann die effektive Medialeistung um 30%-Punkte erhöhen



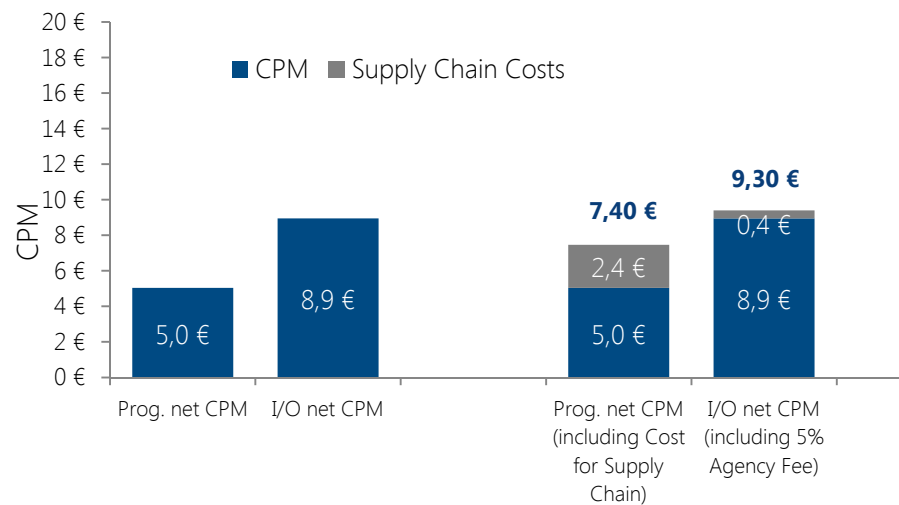
WAS PROGRAMMATIC KOSTET

Kosten und Effektivität können fair nur im Gesamten bewertet werden: Ein guter Einkaufs-TKP...



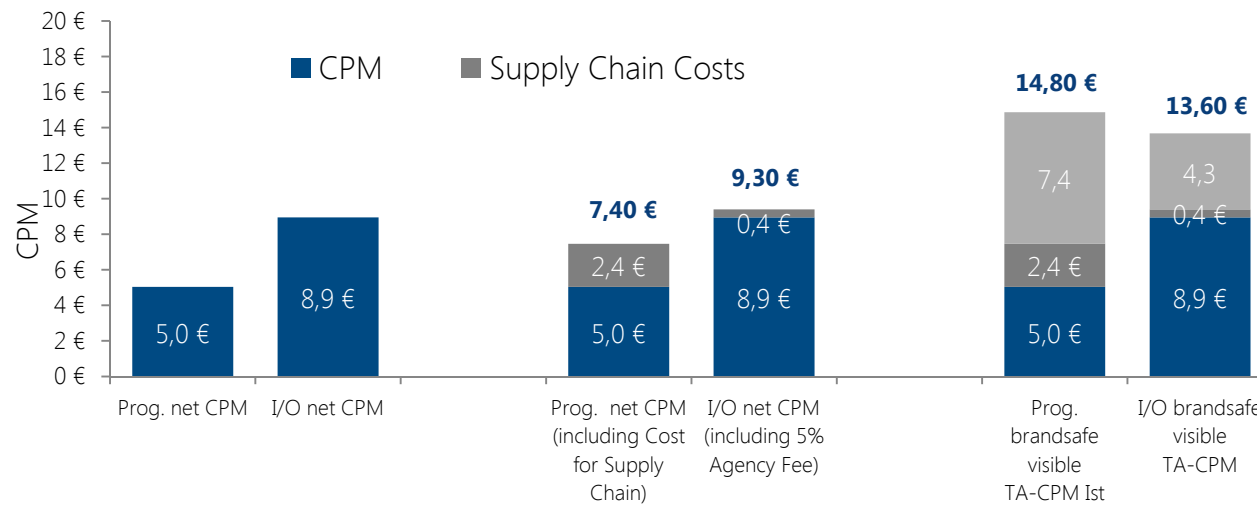
WAS PROGRAMMATIC KOSTET

...muss um die Kosten der Wertschöpfungskette angepasst werden und...



WAS PROGRAMMATIC KOSTET

...die Qualität berücksichtigen.
(hier: Viewability, Zielgruppenerreichung, Brand Safety)



WAS PROGRAMMATIC KOSTET

Kosten und Transparenz stehen im direkten Zusammenhang. Transparente Modelle führen zu...

- ...einer Steigerung des „Working Budgets“
- ...Wissen, um den Wert der einzelnen Steps
- ...Möglichkeiten, überhaupt Learnings zu generieren



WAS PROGRAMMATIC KOSTET

...und damit zu...

- ...bewusster Entscheidungsfindung auf Kundenseite
- ...Vertrauen in den programmatischen Einkauf sowie
- ...einem nachhaltigen Wachstum der Branche

Ebiquity Germany GmbH
Oliver Migge
Hamburg
Hermannstraße 40
Tel. +49 (0) 40 399 277 219
Fax +49 (0) 40 399 277 11
oliver.migge@ebiquity.com



ebiquity.com



blog.ebiquity.com



[@ebiquityglobal](https://twitter.com/ebiquityglobal)

ebiquity

Data-driven insights