

# PRESSEMITTEILUNG

Digitale Vermarktung

## **SevenOne Media führt Auditing für Demand Side-Plattformen (DSPs) ein // Programmatische Qualitätsoffensive zur dmexco**

**Unterföhring, 07. September 2017. SevenOne Media als größter deutscher Vermarkter von Instream-Videoflächen führt zur dmexco ein Qualitäts-Audit für Demand-Side-Plattformen (DSPs) ein. Künftig wird der Vermarkter von ProSiebenSat.1 nur noch mit automatisierten Einkaufsplattformen für programmatisches Inventar zusammenarbeiten, die den vorab definierten Qualitätsanforderungen entsprechen.**

Thomas Port, Geschäftsführer Digital SevenOne Media: „Wir haben schon seit jeher hohe Anforderungen an unsere Umfelder und ausgelieferten Werbemittel gelegt und wollen diese Standards auch in der programmatischen Welt bewahren. Deshalb werden wir künftig nur noch mit Einkaufsplattformen zusammenarbeiten, die unseren Qualitätsmaßstäben entsprechen. Diese sind: Die Werbekette muss transparent nachvollziehbar sein, die DSP muss nach fest definierten, transparenten Algorithmen arbeiten und ein klares Reporting für unsere Kunden ermöglichen.“

Programmatic Advertising wächst weiterhin rasant: Das programmatische Umsatzvolumen lag mit 353 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2017 um 37 Prozent über dem Vorjahreswert (Quelle: BVDW). Auch SevenOne Media wickelt einen steigenden Anteil der digitalen Buchungen programmatisch ab und zieht mit dem Auditing die Konsequenz aus den bisher erlangten Erfahrungen.

Die Grundlage für die Auditierungskriterien bildet der Code of Conduct zu Programmatic Advertising des BVDW. Darauf aufbauend hat SevenOne Media ein übersichtliches Set an qualitätsbezogenen und klar messbaren Merkmalen veröffentlicht ([Link](http://sevenonemedia.de) zur sevenonemedia.de). Anhand dieser Kriterien werden ab dem 01. Oktober die bisher belieferten DSPs beobachtet und auditiert. Ab dem 01. Januar 2018 geht das Videoinventar der ProSiebenSat.1-eigenen Plattformen und von SevenOne Media vermarkteten Mandanten nur noch an DSPs, die den Auditierungskriterien entsprechen.

Thomas Port: „Die Werbetreibenden stellen zu Recht hohe Anforderungen an uns Vermarkter. In der programmatischen Welt scheitern diese Qualitätsansprüche aber bisher oft schon an den technischen Möglichkeiten, die uns die DSPs bieten. So fehlt es etwa an Transparenz und einheitlichen Standards, die Viewability der Werbemittel nachzuvollziehen. Hinzu kommt: Nicht alle von uns programmatisch zur Verfügung gestellten Werbeflächen kamen in der Vergangenheit auch tatsächlich bei unseren Kunden an. Zukünftig müssen uns die Plattformen, mit denen wir zusammenarbeiten, die Möglichkeit bieten, nachzuvollziehen, welche Inventarteile beim Kunden ankommen und welche eben nicht - und warum nicht.“

ProSiebenSat.1 Media SE  
Ansprechpartner:

Felicitas Giese  
Konzernkommunikation Sales  
ProSiebenSat.1 Media SE

Tel. +49 [89] 95 07 -2198  
Fax +49 [89] 95 07 - 92198

Felicitas.Giese@prosiebensat1.com  
www.sevenonemedia.de

Marcus Prosch  
Leiter Kommunikation Sales & Diversifikation  
ProSiebenSat.1 Media SE

Tel. +49 [89] 95 07 - 8920  
Fax +49 [89] 95 07 - 98920

Marcus.Prosch@prosiebensat1.com