



Fyber erweitert Datenservice und integriert Daten von Nielsen Marketing Cloud, PlacelQ und Mobilewalla

Berlin, den 12. April 2018 – Fyber (FSE: FBEN), ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, gab heute die Erweiterung seiner Datenmanagement-Plattform 'Audience Vault' durch die Integration von Nielsen Marketing Cloud, PlacelQ und Mobilewalla bekannt. Über die Partnerschaft mit Nielsen Marketing Cloud erhalten die Publisher Zugriff auf umfangreiche demografische Daten und Interessensdaten ihrer Nutzer, PlacelQ bietet Standortdaten aus Offline-Aktivitäten und Mobilewalla erleichtert den Publishern die Erfassung ihrer erreichten Kundengruppen. Diese marketingrelevanten Kundendaten werden automatisch in Fyber's Audience Vault importiert, sodass Publisher ihre Nutzer in individuellen Zielgruppen zusammenfassen und diese ihren Werbepartnern programmatisch und möglichst lukrativ zur Verfügung stellen können. Da Audience Vault Daten von verschiedenen führenden Data-Management-Plattformen enthält, erhalten Publisher Zielgruppen-Einblicke in einen größeren Anteil ihrer Nutzer.

Mit diesen zusätzlichen Daten liefert Audience Vault Publishern Erkenntnisse über ihre Nutzer, die unverzichtbar sind, um den tatsächlichen Wert ihrer Abnehmer zu ermitteln. Die verfügbaren Daten enthalten u.a. Informationen zu Shopping-Gewohnheiten, Markenaffinität, demografischen Daten, den Langzeitwert von Kundenbeziehungen ('customer lifetime value') und Gewohnheiten rund um die App-Nutzung. Ohne Audience Vault sind Publisher gezwungen, auf Daten aus zahlreichen einzelnen Quellen zurückzugreifen, was kostspielig sein und zu unzuverlässigen Ergebnissen in der Datenauswertung führen kann.

Fyber hat mit Ooma, Inc., einer intelligenten Kommunikations-Plattform für Kleinunternehmen und Verbraucher, eine Partnerschaft zur Monetarisierung ihrer App 'Talkatone' geschlossen. Als Beta-Partner gehörte Ooma zu den ersten Unternehmen, die sich für Audience Vault als Lösung für die datenbasierte Segmentierung ihrer Nutzer entschlossen haben. „Mit Audience Vault sind wir in der Lage die Informationen eines bedeutenden Teils unserer Nutzer in einer völlig neuen Detailtiefe und -genauigkeit zu verstehen“, so Ryan Kluff, Vice President of Corporate Development und Geschäftsführer für mobile Werbung bei Ooma. „Wir können jetzt intelligentere Monetarisierungsentscheidungen treffen, beispielsweise darüber, wen wir mit unseren Abo-Angeboten im Premiumbereich gezielt ansprechen wollen.“

Fyber's Audience Vault zeichnet sich durch die Kombination von Daten von führenden Drittanbietern wie Nielsen Marketing Cloud, PlacelQ und Mobilewalla, den eigenen Daten des jeweiligen Publishers sowie Fybers Auktions- und Interaktionsdaten aus – beispielsweise die Rate, mit der User Videowerbungen bis zum Ende konsumieren, die Wahrscheinlichkeit, mit der spezifische Werbungen innerhalb der Apps angeklickt werden, die Höhe der Gebote von Werbetreibenden auf einzelne Werbeplätze etc. Publisher können dank Audience Vault somit den Monetarisierungswert ihrer Nutzer bestimmen, Nutzersegmente anhand von komplexen mehrdimensionalen Richtlinien erstellen, diese auf sogenannten 'privaten Marktplätzen' gezielt einzelnen Werbetreibenden anbieten und damit den Wert der Werbeplätze steigern – alles mittels einer einzigen Plattform.

„Wir unterstützen das Konzept, mehr Daten zwischen Publishern und Werbetreibenden und deren Technologieplattformen, so genannten 'Demand-Side-Plattformen', zu teilen“, so Roni Anavi-Fass, Vizepräsidentin für Produktentwicklung bei Fyber. „Die digitalen Werbeplätze werden zunehmend multidimensional, und deshalb ist es für beide Parteien wichtig zu verstehen, warum die jeweils andere Partei einen Werbeplatz kauft oder verkauft. Wir sind zuversichtlich, dass durch den Austausch von Daten über Audience Vault die Publisher mindestens genauso viel wie die Demand-Side-Plattformen profitieren werden, welche dieselben Daten für ihr eigenes Targeting nutzen.“

Diese datenbasierten Einblicke verbessern die Effizienz des gesamten Werbe-Ökosystems, indem sie Werbetreibenden die Möglichkeit bieten, ihre Zielgruppen noch effizienter anzusprechen. Mithilfe von Audience Vault können Publisher ihre Werbeplätze jenen Werbetreibenden anbieten, die sie am ehesten und zu besten Preisen nachfragen.

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands

Office address: Johannisstrasse 20, D-10117 Berlin, Germany

Amsterdam Commercial register number 54747805 | VAT Nr. DE283688947 | LEI Nr. 894500D5B6A8E1W0VL50

Managing Directors: Ziv Elul, Dani Szttern, Yaron Zaltsman, Crid Yu | Chairman of the Supervisory Board: Dirk van Daele



Über Fyber

Fyber ist ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, welches eine Plattform der nächsten Generation für den programmatischen Handel mit Werbeanzeigen in einem daten-gesteuerten Umfeld entwickelt. Die Mission von Fyber ist es, das Erstellen qualitativ hochwertiger Inhalte zu fördern, indem digitale Publisher und App-Entwickler in die Lage versetzt werden, den wahren Wert ihres Werbepotenzials mithilfe von modernsten Technologien, innovativen Anzeigenformaten und datenbasierter Entscheidungsfindung zu steigern. Die Fyber-Technologieplattform stellt sowohl digitalen Werbetreibenden als auch Publishern eine offene Plattform zur Verfügung und ermöglicht so die geräteübergreifende Werbung mit einer globalen Reichweite von mehr als 1.2 Mrd. unterschiedlichen Nutzern pro Monat. Fyber N.V. betreibt Büros in Berlin, Tel Aviv, San Francisco, New York, London und Peking und beschäftigt über 300 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist im Prime Standard der Frankfurter Börse unter dem Symbol „FBEN“ notiert.

Ansprechpartnerin für Investoren

Sabrina Kassmannhuber
ir@fyber.com
+49 30 609 855 555

Ansprechpartnerin für Medienvertreter

Anja Ben Lekhal
anja.benlekhal@kirchhoff.de
+49 40 609 186 55

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands
Office address Johannisstrasse 20, D-10117 Berlin, Germany
Amsterdam Commercial register number 54747805 | VAT Nr. DE283688947 | LEI Nr. 894500D5B6A8E1W0VL50
Managing Directors: Ziv Elul, Dani Sztern, Yaron Zaltsman, Crid Yu | Chairman of the Supervisory Board: Dirk van Daele