

SPERRFRIST: 15.6.2016

## Pressemitteilung

### **The Trade Desk integriert Mobile-Data-Exchange adsquare – Pre-Bid-Anreicherung ermöglicht Targeting auf „Mobile Moments“**

- Die US-amerikanische Multi-Channel-DSP The Trade Desk und Mobile-Data-Exchange adsquare schließen globale Partnerschaft
- Die technisch aufwändige Pre-Bid-Integration ermöglicht Echtzeit-Anreicherung mit Audience- und Kontext-Daten im Bidding-Prozess
- Targeting auf aktuelle Nutzungssituationen, sogenannte „Mobile Moments“, macht mobile Werbung relevanter

**Berlin/New York 15. Juni 2016** – Die globale Partnerschaft zwischen adsquare, Europa's führendem, unabhängigen und transparentem



Mobile-Data-Exchange, und der US-amerikanischen Multi-Channel-DSP The Trade Desk ermöglicht Werbetreibenden und Agenturen Zugriff auf eine Vielzahl an Premium-Datenanbietern für Mobile-Programmatic-Advertising. Dank der technisch aufwändigen Pre-Bid-Integration, können die Daten über die DSP in Echtzeit für das Targeting genutzt werden. So können Kampagnen nicht nur auf die richtige Zielgruppe, sondern auch auf die aktuelle Nutzungssituation, den sogenannten „Mobile Moment“, ausgesteuert werden.

*„Die steigende Verfügbarkeit von Audience- und Kontextdaten ist einer der Gründe für den Erfolg von Mobile Programmatic Advertising“, erklärt Tom Laband, CEO & Co-Founder von adsquare, „Dank der Partnerschaft mit führenden Plattformen wie The Trade Desk haben Werbetreibende und Agenturen Zugriff auf eine Vielzahl an Datenpunkten.“*

*„The Trade Desk arbeitet eng mit Unternehmen zusammen, die es Werbetreibenden ermöglicht, das volle Potenzial für ihre Kampagnen auszuschöpfen“, sagt Jeff Green, CEO von The Trade Desk, „Der Einsatz von Mobile-Audience-Data nimmt heute eine entscheidende Rolle bei programmatischen Kampagnen ein und Unternehmen wie adsquare sind hier in einer Schlüsselposition.“*

Um Werbetreibenden und Agenturen den Zugang zu den Daten zu vereinfachen, stellt adsquare eine eigene Audience-Management-Plattform zur Verfügung. Über das Self-Service-Tool können Unternehmen auf Datenanbieter zugreifen, eigene Segmente modellieren und diese dann auf ihrer präferierten DSP aktivieren. Mit Datenanbietern wie Acxiom, HERE und The Weather Channel bietet adsquare eines der größten Portfolios an Daten für Mobile Programmatic an.

*„Für The Trade Desk sind lokale Partnerschaften sehr wichtig und wir freuen uns, dass wir mit adsquare einen starken Partner für Location- und Nutzungs-getriebene Audience Daten im*

europäischen Markt gefunden haben“, bestätigt Lukas Fassbender, Director Business Development DACH von The Trade Desk.

Welche Relevanz Mobile-Programmatic-Advertising bereits heute im Markt hat, zeigt das im April diesen Jahres veröffentlichte Whitepaper des [BVDWs](#), an dem auch The Trade Desk und adsquare als Autoren beteiligt waren. Die Veröffentlichung zeigt auf, dass 2015 bereits 28% der programmatischen Kampagnen auf mobilen Endgeräten ausgeliefert wurden.

#### Über The Trade Desk

The Trade Desk wurde von Pionieren im Real Time Bidding gegründet und unterstützt als Technologieunternehmen weltweit die fortschrittlichsten Mediaeinkäufer in der Advertising-Industrie. The Trade Desk stellt hierfür eine Self-Service-Plattform zur Verfügung, über die Mediaeinkäufer ihre datengetriebenen digitalen Werbekampagnen über verschiedene Werbeformate wie Display, Video und Social, und über unterschiedlichste Endgeräte wie Computer, Mobile Devices oder Connected TV verwalten können. Die Hauptniederlassung von The Trade Desk liegt in Ventura, Kalifornien. Das Unternehmen ist in der gesamten USA, Europa und Asien aktiv.

Weitere Informationen zu The Trade Desk: <http://www.thetradedesk.com/>

#### Über adsquare

adsquare ist Europa's führender unabhängiger und transparenter Mobile-Data-Exchange. Das Unternehmen bietet eine Self-Service Audience-Management-Plattform, die Werbetreibenden und Agenturen volle Kontrolle und Transparenz bei der Auswahl von Datenanbietern, der Erstellung von Zielgruppensegmenten und der Aktivierung auf ihrer präferierten DSP gibt. Über die Audience-Management-Plattform haben Nutzer Zugriff auf eine Vielzahl an Premium Datenanbietern, von Location-Informationen über Haushaltsdaten bis hin zu App-Nutzungs- und Purchase-Daten. Dank der tiefen Pre-Bid Integrationen mit führenden Programmatic-Plattformen auf Supply- und Demand-Side, können die Daten schon im Bidding-Prozess zur Anreicherung eingesetzt und so Entscheidungen in Echtzeit getroffen werden. Die Ansprache der richtigen Zielgruppe im entscheidenden „Mobile Moment“ macht Werbung relevanter und hilft dabei, Streuverluste zu vermeiden. adsquare arbeitet ohne Cookies und wurde für den vorbildlichen Umgang mit Daten mit dem ePrivacyseal ausgezeichnet.

Für mehr Informationen besuchen Sie unsere [Website](#), folgen Sie uns auf [Twitter](#) und schreiben Sie uns eine Mail an [info@adsquare.com](mailto:info@adsquare.com)

#### Kontakt

adsquare GmbH  
Daniel Rieber, VP Marketing  
[daniel@adsquare.com](mailto:daniel@adsquare.com)  
Tel.: +49 3302 8189042  
Saarbrücker Str. 36  
10405 Berlin, Germany

#### Kontakt The Trade Desk

Talisman Kommunikation & Imagebildung  
Heike Bedrich  
Schleißheimer Str. 6  
80333 München  
[heike.bedrich@talisman-pr.de](mailto:heike.bedrich@talisman-pr.de)  
[presse\\_DT@thetradedesk.com](mailto:presse_DT@thetradedesk.com)