

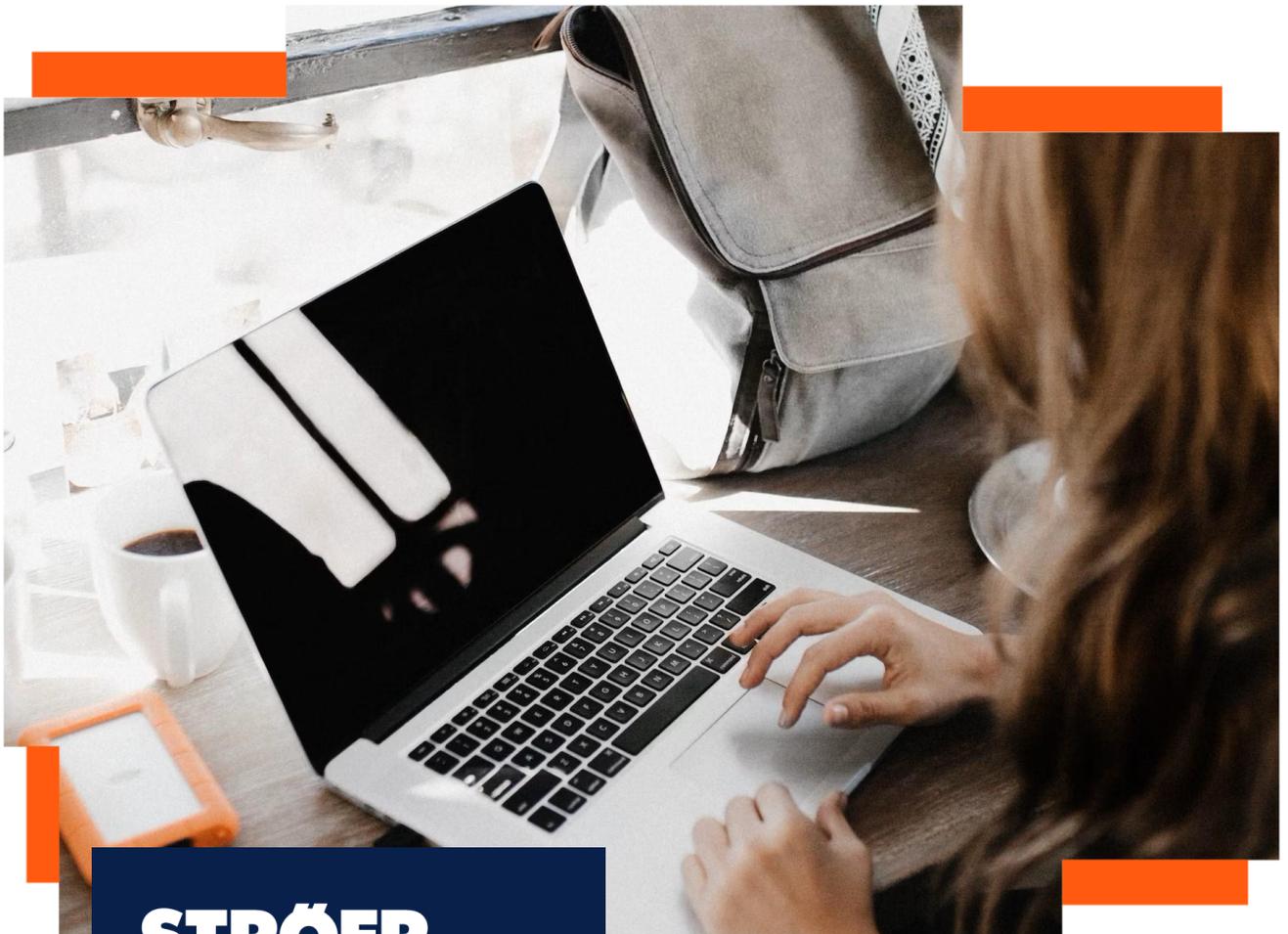
A photograph of a person with long brown hair, seen from behind, sitting at a wooden desk and working on a silver laptop. A grey bag with a white lace scarf is on the desk next to the laptop. A white mug of coffee and an orange tablet are also on the desk. The scene is lit by natural light from a window. The text 'CASE STUDY' is overlaid in large white letters, and 'Programmatic Advertising' is in smaller white letters below it. The name 'STRÖER' is at the bottom in large white letters. There are orange decorative bars in the corners.

CASE STUDY

Programmatic Advertising

STRÖER





STRÖER

Qualitätsumfelder in
Programmatic Deals
steigern die
Leistungswerte um
bis zu 55%.

Der Paketdienstleister Hermes Germany und die Agentur masterplan media nutzten Deals im Private Marketplace von Ströer für die Hermes Weihnachtskampagne 2023. Eine begleitende Marktforschung zeigt, dass damit eine spürbar bessere Kampagnenleistung gegenüber der Open Auction erzielt werden konnte und bestätigt die Effektivität von Qualitätsumfeldern in Programmatic Deals.



STRÖER

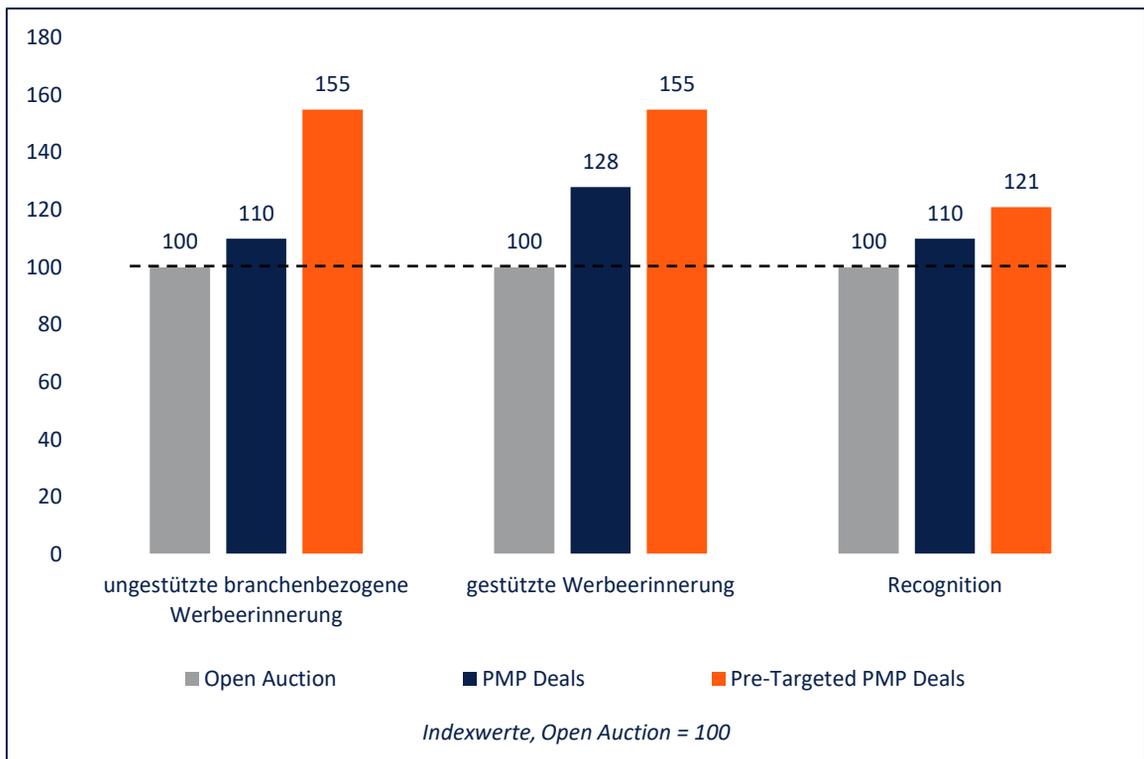
Über 70% der Online-Display-Werbung in Deutschland wird programmatisch eingekauft (OVK-Report 2023/2). Dieser automatisierte und datengetriebene Ansatz trägt wesentlich zur Effizienz von Online-Kampagnen bei. Programmatische Einkaufssysteme (DSPs) fokussieren dabei auf die Nutzer:innen. Jedoch erfolgt die Platzierung der Werbung auf den verschiedenen Websites und Umfeldern meist generisch, anstatt individuelle, spezifische Anpassungen hinsichtlich Qualität und Markenfit vorzunehmen.

Hermes Germany, masterplan media und Ströer haben gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut DCORE untersucht, welchen Einfluss die gezielte Steuerung auf vorselektierte Qualitätsinventare und Zielgruppen auf die Kampagnenperformance hat. Die betrachteten KPIs waren Werbeerinnerung und Recognition innerhalb der Zielgruppe.

Studiendesign

Zeitraum:	November 2023
Zielgruppe:	Personen, die Pakete empfangen/ versenden oder Retouren abgeben
Formate:	Sitebar, Halfpage Ad, Mobile Docker Ad
Methodik:	Online-Befragung über ein Online-Access-Panel
Fallzahl:	Nullwelle = 308 Messwelle total = 1.047

Das Kampagnen-Setup bestand aus Open Auction (generischer Einkauf) sowie Deals im Private Marketplace (PMP) der Ströer SSP. Bei den PMP Deals wurde differenziert zwischen Deals mit ausgewählten Premium-Umfeldern und Pre-Targeted PMP Deals, bei denen sowohl die Premium-Umfelder als auch die Zielgruppe vorselektiert wurden.



STRÖER

Ergebnisse

Private Marketplace Deals erzielten in allen betrachteten KPIs bessere Leistungswerte als die Open Auction.

Werbeerinnerung

Am besten performten die Pre-Targeted PMP Deals. Hier liegt die ungestützte sowie die gestützte Werbeerinnerung mit einem Indexwert von 155 deutlich höher als bei der Open Auction.

Recognition

Ebenfalls lag die Recognition bei Pre-Targeted PMP Deals mit einem Index von 121 deutlich höher im Vergleich zur Open Auction.



„Als Mediaagentur sind wir verpflichtet, für unsere Kunden den größtmöglichen Werbeerfolg aus den eingesetzten Mitteln zu generieren. Den zentralen Wirkungshebel hierfür sehen wir in einer exzellenten Beratung, Planung und Umsetzung. Neben anderen Faktoren entscheidet das Umfeld einer Werbeplatzierung maßgeblich über die Chancen der Aufmerksamkeit und Betrachtungsdauer eingesetzter Werbemittel und ist damit ein elementarer Faktor für die Werbeerinnerung und folglich für die Werbewirkung.“

Carsten Riemann-Kafsack | Geschäftsführer | masterplan media



„Mit unserem Private Marketplace auf der Ströer SSP bietet wir einen sicheren und effektiven Zugang zu Premiuminventaren. Durch Nutzung von Zielgruppendaten in Pre-Targeted Deals sowie unserer Deal-Optimierung und dem persönlichen Service und Support steigern wir den Erfolg programmatischer Kampagnen unserer Kunden signifikant.“

Christoph Herick | VP Programmatic Sales | Ströer Digital Media GmbH

STRÖER

Kontakt

Christoph Herick
VP Programmatic Sales

M: +49(0) 160 53 76 66 3
E: Christoph.Herick@stroeer.de

STRÖER MEDIA SOLUTIONS
Ströer Digital Media GmbH

Alle dargestellten Informationen sind Eigentum der Ströer Group.
Eine Veröffentlichung und Nutzung, auch auszugsweise, ist nur nach Rücksprache mit der Ströer Group gestattet.
