



### VOM HEADER BIDDING ZUM EXCHANGE BIDDING

Um höhere TKPs zu erzielen ist seit längerem das Header Bidding eine wirksame Maßnahme, um mehr Nachfrage für Display Werbeflächen zu generieren. Da es sowohl eine technische Herausforderung ist, Header Bidding zu integrieren und ein gewisses Volumen benötigt, um Verträge mit den anzuschließenden SSPs vereinbaren zu können, sind Spezialdienstleister entstanden, die hierfür Lösungen anbieten. QUARTER MEDIA bietet Header Bidding bereits seit 5 Jahren als integralen Bestandteil der Erlösgenerierung mit an.

Header Bidding birgt aber auch Nachteile, insbesondere bei der Ladezeit der Seite. Hier achtet QUARTER MEDIA schon immer darauf, einen Kompromiss zwischen der Anzahl der Partner SSPs – die optimalerweise möglich groß sein soll – und der Ladezeit des Inhalts bzw. der Werbeflächen zu schaffen. Dazu kommt, dass das Risiko vermindelter Anzeigenqualität sowie von Malware mit einer steigenden Anzahl von SSPs zunimmt und die Komplexität bei der Aufklärung solcher Fälle steigt.



Um den Aspekten der Ladezeit und der Erhöhung der Anzeigenqualität entgegenzuwirken, wurde im vergangenen Jahr das Server Side Bidding oder auch "Exchange Bidding" (EB) eingeführt. QUARTER MEDIA war einer der ersten im Markt, die EB parallel zum Header Bidding eingeführt haben. Beim EB muss nicht der Browser des Users bei den verschiedenen SSPs anfragen, sondern der Adserver macht dies bereits im Vorfeld sozusagen "von Server zu Server". EB vermindert auch die technische Komplexität der Einbindung der Werbeflächen auf der Site. Trotzdem müssen weiterhin Partnerschaften mit den SSPs begründet werden. Es ist davon auszugehen, dass EB das Header Bidding mittelfristig ablösen wird.