



Smart akquiriert die Cookie-freie CTV- und Video-Werbeplattform DynAdmic.

„Die führende unabhängige Monetarisierungsplattform für digitale Werbung zielt darauf ab, ihre Position auf dem CTV-/ Video-Markt auszubauen. Media-Einkäufern sowie Publishern werden verbesserte kontextbezogene Targeting-Funktionen ohne Cookies ergänzt durch eine starke Mediendienstleistungsorganisation geboten.“

Paris - 30. Juni 2021 - Smart AdServer, die führende unabhängige digitale Monetarisierungsplattform, gibt heute die Übernahme von DynAdmic, dem kontextuellen Werbemarktplatz, bekannt und beschleunigt damit sein Wachstum im Bereich CTV- und Media-Lösungen. Die Technologie und die Geschäftstätigkeit von DynAdmic werden in das Angebot von Smart integriert, um Werbetreibenden einzigartige Medienlösungen anzubieten und der Verlagsseite einen neuen exklusiven Monetarisierungskanal zu eröffnen. Die so entstehende Gruppe profitiert von einzigartigen cookielosen Kontext-Targeting-Funktionen, um die Leistungsziele von Werbekampagnen besser auf die Datenschutzanforderungen der Nutzer abzustimmen.

DynAdmic wurde 2012 in Frankreich gegründet und ist mit 7 Standorten (USA, Frankreich, Deutschland, Mexiko, Brasilien, Kolumbien und Dubai) international schnell gewachsen. 60 % seines Umsatzes erwirtschaftet das Unternehmen inzwischen in den USA. Mit 120 Mitarbeitern erzielte DynAdmic im Jahr 2020 ein Wachstum von 32 % und wächst im ersten Halbjahr 2021 sogar um 90 %. Die proprietäre Technologie zur Erkennung von Audio- und Videoinhalten bietet Werbetreibenden eine einzigartige cookielose Kontext-Targeting-Lösung. DynAdmic verantwortet premium Werbekampagnen, davon global 40 % im Bereich OTT und Connected TV.

„Wir sind beeindruckt von der Technologie und dem Know-how, das DynAdmic entwickelt hat, um Marken und Agenturen mit kontextuellem Targeting überlegene Leistung zu bringen. Die Anbindung von DynAdmic ergänzt die bestehenden Stärken in den Bereichen cookielose Lösungen und CTV von Smart, welche auch die aktuell wichtigsten Herausforderungen in unserer Branche darstellen, erklärt Arnaud Creput - Smart CEO. Diese Akquisition beschleunigt zudem unsere strategische Entwicklung in den USA. Wir sind weiterhin bestrebt, eine skalierte, unabhängige Alternative zu den dominanten Plattformen zu schaffen, mit einem starken Engagement für Transparenz, Effizienz und Performance.“

Nach der Übernahme von LiquidM im Dezember 2019 sowie der Einführung seiner Plattform Smart Buyer Connect, ist die Übernahme von DynAdmic ein natürlicher nächster Schritt, um auch künftig für die Herausforderungen des Marktes gut aufgestellt zu sein und das Wachstum des Unternehmens weltweit zu beschleunigen. Die von DynAdmic angebotenen Managed Media-Lösungen gliedern sich nahtlos in das bestehende Angebot und die Strategie von Smart ein, in Technologien und Mediendienste zu investieren, welche die Interessen von Mediaeinkäufern in den Mittelpunkt stellen und die Brücke zu hochwertigen Publishern plus Inventaren herstellen. Die Publisher-Seite von Smart wird durch diesen neuen Monetarisierungskanal innerhalb der Plattform dank der erhöhten Nachfrage ebenfalls profitieren.

*„Wir freuen uns, Teil eines Pioniers und Marktführers unserer Branche zu werden, und betrachten Smart als den idealen Partner für unseren Wachstumskurs. Wir teilen die gleichen Werte wie Unabhängigkeit, Exzellenz und Innovation, erklären **Stéphane Bonjean – CEO von DynAdmic und Bruno Champion – CTO.** Die Full-Stack-Fähigkeiten von Smart werden uns eine schnelle technische Integration in die Plattform ermöglichen. Zusammen mit starker Technologie, beachtlichem Fachwissen und der globalen Präsenz wird dies einen erheblichen Mehrwert für unsere Kunden und Partner schaffen.“*



Über Smart

Smart ist die führende unabhängige Adtech-Plattform, die sich den Interessen von Verlags- und Vermarkterseite sowie Agenturen und Werbetreibenden verschrieben hat.

Die vollständige Transparenz der Plattform ebenso wie der Geschäftsansatz von Smart stellen die gemeinsamen Interessen von Marken und Premium-Publishern in den Fokus, um ihnen die Möglichkeit fairer Wertschöpfung und Monetarisierung nach ihren eigenen Regeln zu geben. Werbetreibende können auf diesem Wege mit ihren Werbeausgaben eine höhere Effizienz erzielen. Publishern wird das Umfeld und die Kontrolle geboten, die sie benötigen, um flexibel die passenden Transaktionsmodellen, Kanäle, Formate und Zielgruppendaten bereitzustellen, mit denen sie Marken klare Mehrwerte liefern können.

Smart arbeitet direkt mit Hunderten von Mediaeinkäufern und mehr als 1.000 renommierten Publishern weltweit zusammen, um Display-, Video-, native und Rich-Media-Anzeigen mit einem Portfolio von über 50.000 Websites und Apps bereitzustellen. Smart wird in der Liste „Deloitte Technology Fast 500 EMEA“ und im Ranking „Financial Times FT 1000: Europe’s Fastest Growing Companies“ geführt. Das Unternehmen betreibt 12 Standorte weltweit und ist führend beim Aufbau eines transparenten Media-Ökosystems, das Qualität in den Mittelpunkt stellt.

Über DynAdmic

DynAdmic kuratiert digitales Werbeinventar von den weltweit führenden Websites mit Hilfe eines proprietären Technologienansatzes. Dabei setzt DynAdmic auf intelligentes semantisches Targeting, Brand Safety Mechanismen sowie Algorithmen zur Unterbindung von Fraud und stellt die Optimierung von Leistungskennwerten der Kampagnen in den Fokus. So werden erstklassige Werbetreibende mit qualifizierten Zielgruppen auf YouTube und einem breiten Publishernetzwerk über alle Devices verbunden. Der Anbieter erreicht mehr als 450 Millionen Zuschauer weltweit. Getargetet werden die Nutzer mithilfe der proprietären KI-basierten Audio-Rekognitionstechnologie anhand der Echtzeitinteressen, die über den aktuell konsumierten Inhalt identifiziert werden. Die exklusive Demand Plattform scannt 20.000 Seiten pro Minute und bewertet jede Seite nach Brand Safety, Kontextrelevanz und qualifizierten Zielgruppenparametern.

Durch die Nutzung überlegener und proprietärer Algorithmen kann das DynAdmic-Team das Echtzeitinteresse der Zuschauer bzw. potenzieller Verbraucher identifizieren und basierend auf dem Zielgruppenkatalog in 60 Sprachen auf der ganzen Welt ansprechen. DynAdmic ist zudem der einzige zertifizierte Google-Partner, der mit TV Sync die Online- mit der Offline-Welt verbindet. Das Angebot zeichnet sich durch Third Party Zertifizierungen durch IAS und MOAT aus, eine Fraud Rate die laut MOAT bei unter einem Prozent liegt und eine nachgewiesene Kontextrelevanz von 96 %.

DynAdmic arbeitet mit führenden Marken, Agenturen sowie Publishern zusammen und kann auf ein Team aus 130 Mitarbeitern in 7 Ländern bauen.