

Realtime Advertising aus Sicht eines High Quality Brand-Kunden

Chancen und Stolpersteine auf dem Weg zum Programmatic Buying

Daniel Hünebeck
Head Client Dialogue Management, UBS Switzerland AG



Vorstellung



- 12 Jahre Onlineerfahrung (Planung, Beratung, SEM, E-Mail, Mobile, Websites)
- 9 Jahre Erfahrung im Schweizer Markt – Etablierung einer Agentur im Schweizer Markt
- 2007: Geschäftsführer adisfaction GmbH, Zürich
- 2013: Head Client Dialogue Management, UBS Switzerland AG, Zürich

UBS Schweiz Online Marketing Streams

Online Kampagnen



- Online Media Planung
- Online Kreation (Werbemittel, Landing Pages, Microsites)

Kooperationen mit Partnern



- Kooperationen für redaktionelle Inhalte
- Integration von interaktiven Tools

Website-Relaunches ubs.com



- Relaunches von Website-Rubriken
- Optimierungen und Unterhalt

Social Media Marketing



- Konzeption der Social Media-Strategie
- Aufbau von Social Communities

Search Engine Marketing SEA / SEO



- Search Engine Advertising
- Search Engine Optimization
- GDN

Web Analytics



- Deep Dive-Analysen
- Sicherstellung Tracking
- Optimierungen

E-Mail Marketing



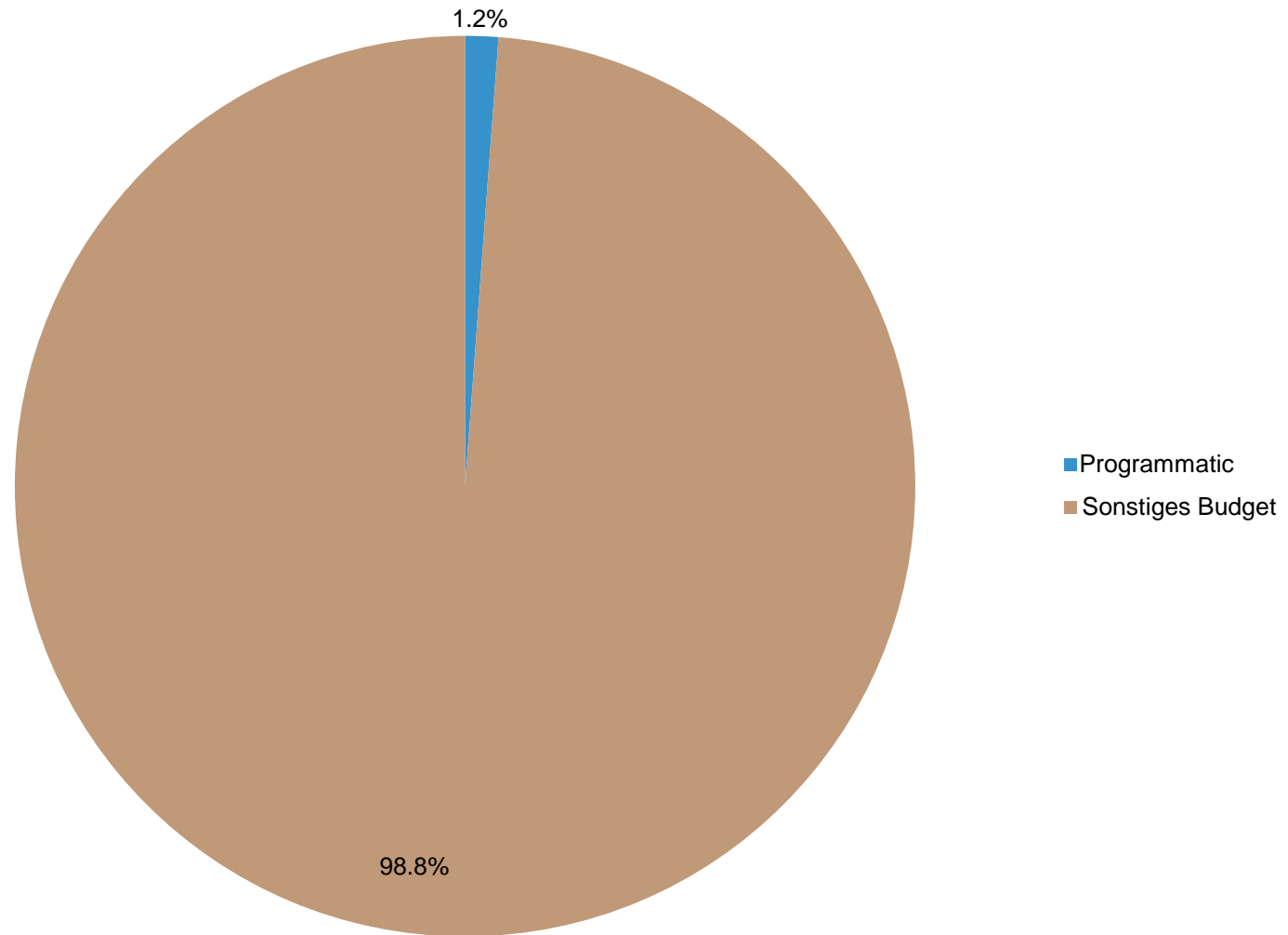
- Erstellung von Newsletter-Konzept
- Durchführung von E-Mail-Strecken

+ weitere Themen

A/B

- A/B-Tests
- Apps / Mobile
- Webinare
- Content basierte Lead Generation (E-Books, Rechner, etc.)

Programmatic Budget der UBS Schweiz 2015



UBS setzt seit 2015 auf eigenen Adserver & DSP

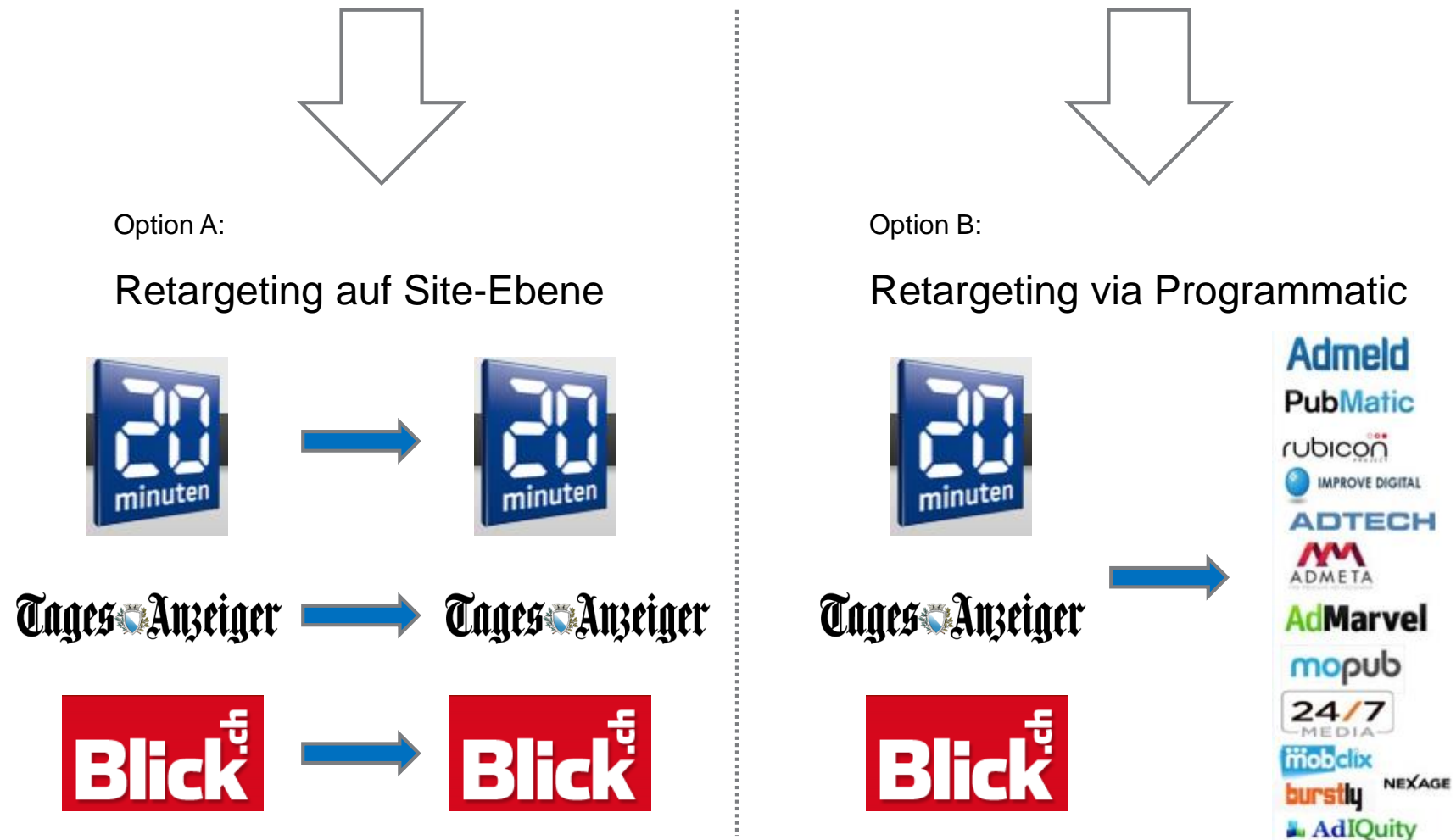
The screenshot displays the UBS Real Time Bidding (RTB) interface. At the top, there is a navigation bar with tabs for Campaigns, Orders, Line Items, Banners, Tags, and Stats & Reports. Below this, the current view is 'Real Time Bidding' for the line item 'DCH_Vorsorge_H2_Premiumreach_low'. The interface includes a breadcrumb trail: 1 General, 2 Budget and Bidding, 3 Inventory, 4 Targeting, and 5 Banners. A search bar is located in the top right corner.

The main content area shows a grid of ad exchanges, each represented by a card with a logo and name. The grid is filtered by 'Inventory type: All', 'Banner type: All', 'Size: All', 'Country: All', and 'Category: All'. The exchanges listed include:

- Goldbach AT
- Adpilot Group
- Fitnessmagnet.com
- Tutti.ch
- Montemedia
- Videovalis DE (beta)
- Next
- Yahoo!
- Newedia PMP
- bRealTime Select PMP
- ImmobilienScout 24
- Schaltplatz.de
- Quarter Media
- Evania
- Yieldlove
- Stroer Digital Media
- DoubleClick Ad Exchange by
- Microsoft Ad Exchange
- Rubicon
- OpenX
- PubMatic
- Improve Digital
- AdScale
- Specific Media
- Adtech
- 33Across
- A&N Media
- Adap.tv
- AdConductor

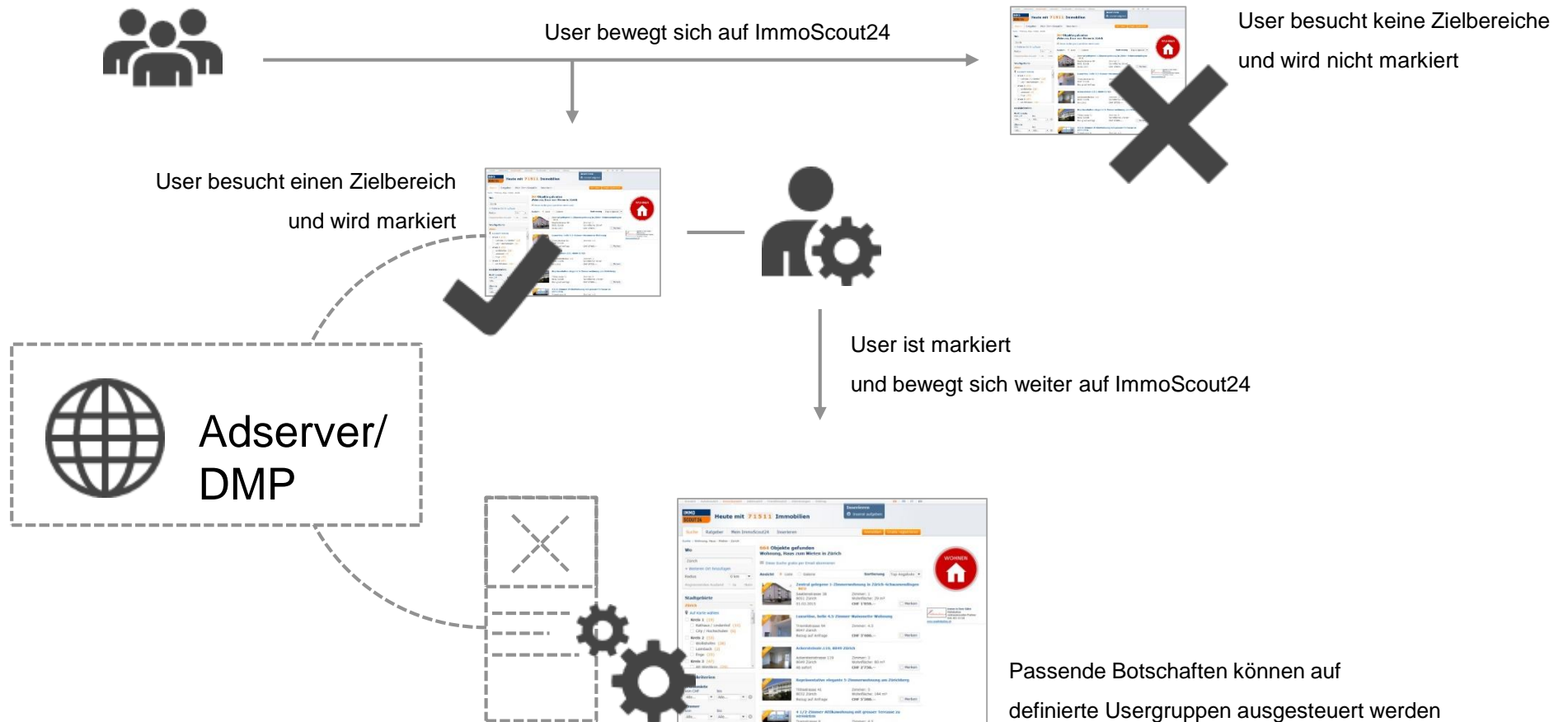
Retargeting – ohne Programmatic bei UBS unmöglich

- Trackingpixel können aufgrund von IT Security nicht in die Websites eingebaut werden



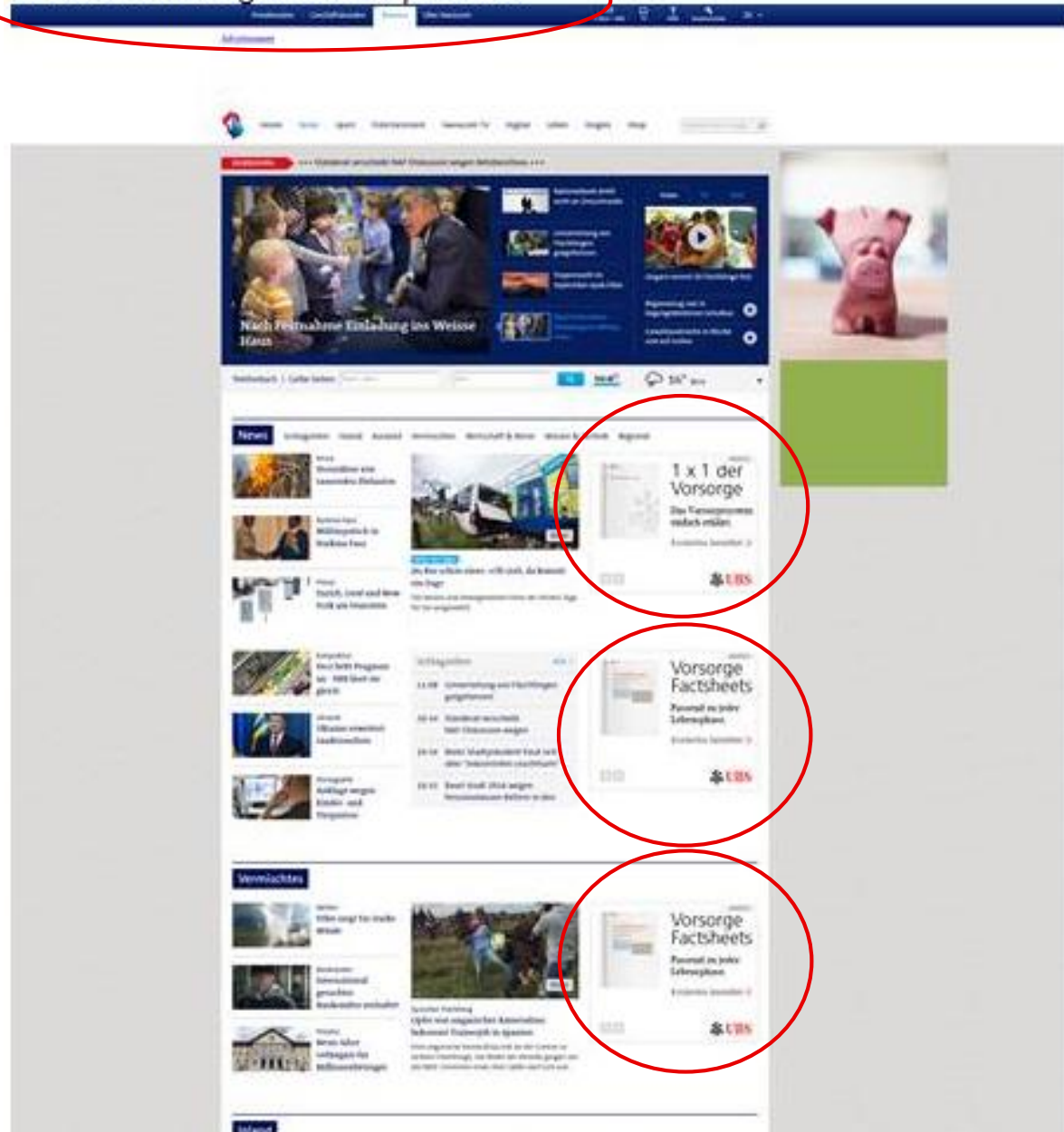
Intelligentes Targeting auf Basis von Daten

Die User werden in unterschiedliche Gruppen aufgeteilt. Ausgewählte Seiten werden mit Markierungen versehen, um die Besucher dieser Bereiche als werberelevant einzustufen.

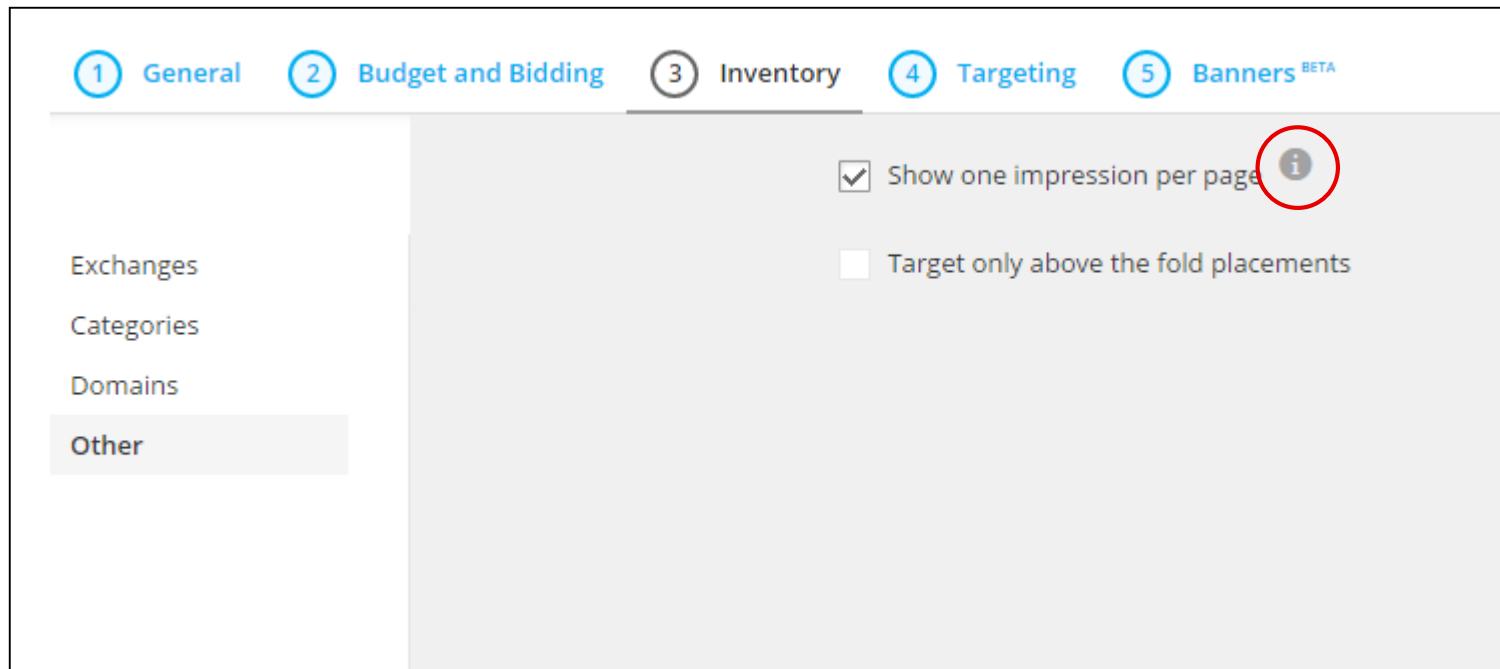


"Brandingday" mal anders

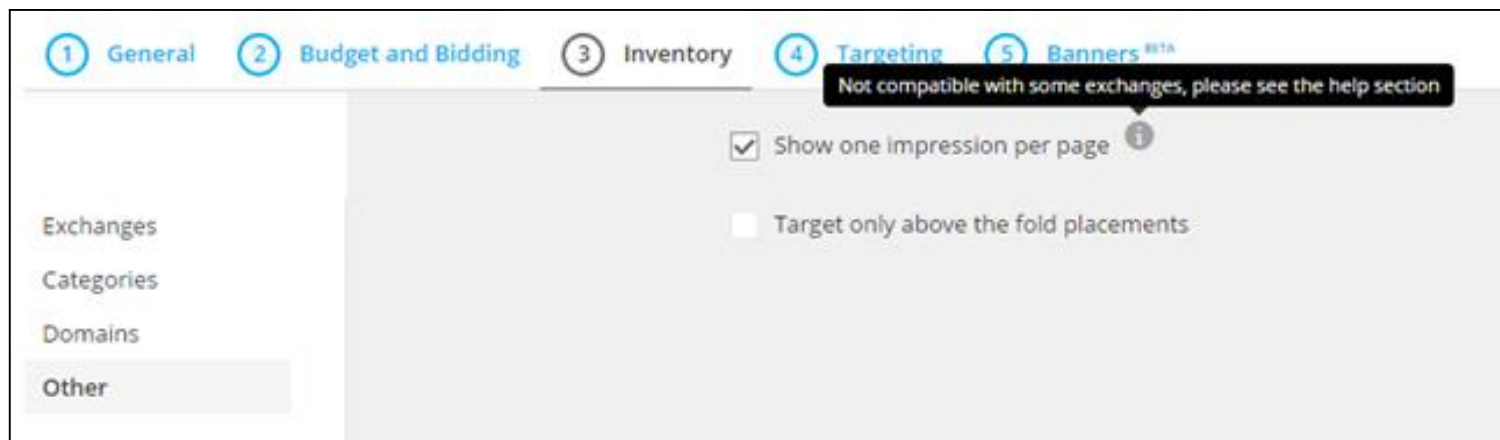
Jetzt sind wir sogar dreimal präsent...



Wie kann so etwas passieren?



The screenshot shows the 'Banners' settings page. The navigation tabs are: 1 General, 2 Budget and Bidding, 3 Inventory, 4 Targeting, and 5 Banners ^{BETA}. The left sidebar contains: Exchanges, Categories, Domains, and Other. The main content area has two checkboxes: Show one impression per page and Target only above the fold placements. A red circle highlights the information icon (i) next to the first checkbox.



The screenshot shows the same 'Banners' settings page. A tooltip is displayed over the information icon (i) next to the 'Show one impression per page' checkbox, containing the text: 'Not compatible with some exchanges, please see the help section'. The rest of the page layout is identical to the previous screenshot.

Mailverkehr 25.08.2014 zu Programmatic

- Anzahl Auslieferung pro Format auf Domain Ebene

Ein solcher Report existiert nicht.

- Wie gehen wir zukünftig damit um: Auslieferung von mehreren Formaten zeitgleich / Werbemittel werden zu schlechter Qualität ausgeliefert

Aktuell gibt es im RTB Bereich leider noch keine Lösung für dieses Problem. Ein möglicher Weg, wäre es nur ein Format zu verwenden oder ein Set an Formaten, die sich nicht "beissen".

- Sauberes und transparentes Reporting inkl. eTKP auf Domain Ebene

Leider gibt es aktuell noch keinen verlässlichen Report mit eTKP auf Domänebene, den wir anbieten können.

Falls das nicht ausreichend ist, müssten wir leider auf Programmatic verzichten und auf Einzelbuchungen switchen.

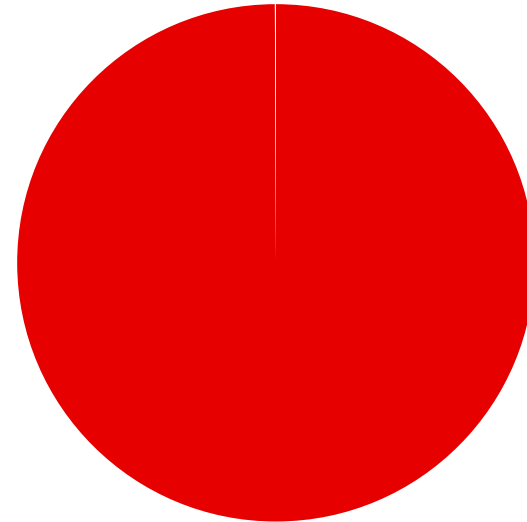
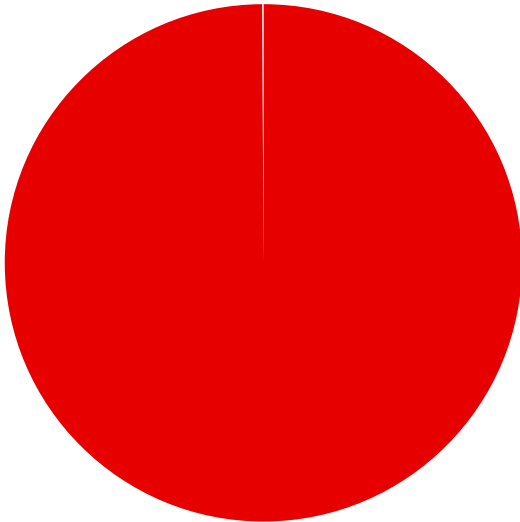
Brand Safety durch Whitelist (1)

change.pennergame.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber etwas menschenverachtend, da man einen Obdachlosen spielt...
welt9.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
wowforum.gamona.de	Wow steht für World of War und ist ein Forum zum Thema World of Warcraft
battlefield-heroes.browsersgames.de	Battlefield ist ein Kriegsspiel
darkstory.de	Vampir & Zombie Shooter Game
wow.gamona.de	Wow steht für World of War und ist ein Forum zum Thema World of Warcraft
welt8.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
gta-action.gamona.de	Gamona ist ein Forum zum Thema World of Warcraft, Battlefield und anderen Krieg-Shooter Games (wäre GTA nicht in dies
torchlight.4fansites.de	Ich würde die Page "4fansites" generell sperren, da ihr Hauptpublikum World of Warcraft, Diablo und Starcraft Fans sind (S
sylt.pennergame.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber etwas menschenverachtend, da man einen Obdachlosen spielt...
combat-arms.browsersgames.de	Prinzipiell wäre die Page browsersgames safe (besitzt grösstenteils harmlose Spiele), aber bei Combat-Arms handelt es sich um
wolf-team.browsersgames.de	Prinzipiell wäre die Page browsersgames safe (besitzt grösstenteils harmlose Spiele), aber bei Wolf-Team handelt es sich um ei
welt1.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
welt14.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
diablo3.4fansites.de	Ich würde die Page "4fansites" generell sperren, da ihr Hauptpublikum World of Warcraft, Diablo und Starcraft Fans sind (S
wow.4fansites.de	Wow steht für World of War und ist ein Forum zum Thema World of Warcraft
4fansites.de	Ich würde die Page "4fansites" generell sperren, da ihr Hauptpublikum World of Warcraft, Diablo und Starcraft Fans sind (S
freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
diablo-3.net	Shooter Game
callofduty.4players.de	Ego Shooter Game
mafia-la-familia.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber eine Website die den Begriff "Mafia" beinhaltet passt wohl kaum zu einer UBS-Anzeige
icewars.de	Shooter Game
mafia.gamona.de	Gamona ist ein Forum zum Thema World of Warcraft, Battlefield und anderen Krieg-Shooter Games
spiele-vollversionen.de	scheint mir eine recht unseriöse Page zu sein
reloaded.pennergame.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber etwas menschenverachtend, da man einen Obdachlosen spielt...
geburtstagspiel.w.s	unseriöse Seite (man muss Geld an eine Internetsekte zahlen und soll dann riesige Provisionen bekommen..)
castlelight.de	Kriegsspiel
wowace.com	Entwickler Community für World of Warcraft
rns.gamona.de	Gamona ist ein Forum zum Thema World of Warcraft, Battlefield und anderen Krieg-Shooter Games
welt11.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
sandkasten.icewars.de	Forum für das gleichnamige Shooter Game
allvatar.com	Forum das sich hauptsächlich auf Ego Shooter und Phantasie-Kriegsspiele dreht
welt4.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
die-kreuzzuege.de	Eher auf der harmlosen Seite, aber halt trotzdem ein Kriegsspiel
pennergame.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber etwas menschenverachtend, da man einen Obdachlosen spielt...
welt3.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
endzeitspiel.de	Kriegsspiel
worldoftanks.browsersgames.de	Kriegsspiel
berlin.pennergame.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber etwas menschenverachtend, da man einen Obdachlosen spielt...
welt10.freewar.de	Phantasie-Kriegsspiel
titanquest.4fansites.de	Ich würde die Page "4fansites" generell sperren, da ihr Hauptpublikum World of Warcraft, Diablo und Starcraft Fans sind (S
starcraft2.4fansites.de	Ich würde die Page "4fansites" generell sperren, da ihr Hauptpublikum World of Warcraft, Diablo und Starcraft Fans sind (S
speed.die-kreuzzuege.de	Eher auf der harmlosen Seite, aber halt trotzdem ein Kriegsspiel
muenchen.pennergame.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber etwas menschenverachtend, da man einen Obdachlosen spielt...
shooter-szene.4players.de	Forum für Ego Shooter Fans
koeln.pennergame.de	Prinzipiell ein harmloses Spiel, aber etwas menschenverachtend, da man einen Obdachlosen spielt...
wow-hero.de	Hauptfokus der Page liegt auf World of Warcraft
holy-war.de	dazu muss man wohl nicht mehr viel sagen...

Brand Safety durch Whitelist (2)

news.gooya.com	Iranische Nachrichtenseite
news.lankasri.com	News in Sri Lanka sind zwar nicht "anstößig", aber ob wir da wirklich unsere Display-Anzeigen schalten müssen ist fraglich
pi-news.net	Politische Page "Gegen die Islamisierung Europas" usw.
YouTube Channel >> 16BARS.TV (www.16bars.de)	Nicht sooo schlimm, aber ist halt irgendein Rapper, dessen Album schonmal "Explicit Content" heisst
YouTube Channel >> auluftwaffles	Videos zu einem Kriegsspiel
YouTube Channel >> COD Ghosts Glitches	Videos zum Ego Shooter Game "Call of Duty"
YouTube Channel >> failarmy	jetzt nicht sooo schlimm, aber wenn wir Kriegsspiele aus moralischen Gründen sperren, dann besser gleich alles zu dem Thema
YouTube Channel >> HowToBasic	Ich nehme an wir wollen keine Anzeigen bei "How to have phone Sex" oder "How to make Vodka" schalten
YouTube Channel >> Kestalkayden	gewaltverherrlichend (u.a. Shooter Game Inhalt)
YouTube Channel >> YouTubeDude Call of Duty Gh	Call of Duty (COD) ist ein Ego Shooter Game
freetv247.com	Live TV streaming of Arabic TV Channels (da könnte die Anzeige dann z.B. auch beim Sender "Al Qahira Al Youm" landen..
iran-livetv.com	
twitch.tv	Videos zu Shooter Games wie World of Warcraft oder Diablo + Counter Strike

Seitenübergreifendes Capping – ein Argument?



Vergleich Gesamtinventar an Page Impressions pro Monat vs. Buchung von 500'000 AIs im Wert von ca. CHF 10'000

Seitenübergreifendes Capping – Beispiel Paymit Brandingday

<i>Media Overlap report</i>									
	20MIN	BLICK	BLUEWIN	GMX	MSN	NEWSNET	NZZ	TIO	YOUTUBE
20MIN									
BLICK									
BLUEWIN									
GMX									
MSN									
NEWSNET									
NZZ									
TIO									
YOUTUBE									

Seitenübergreifendes Capping – Beispiel Paymit Brandingday

<i>Media Overlap report</i>									
	20MIN	BLICK	BLUEWIN	GMX	MSN	NEWSNET	NZZ	TIO	YOUTUBE
20MIN	100.00%	13.05%	6.22%	2.71%	2.63%	12.58%	1.92%	0.22%	5.15%
BLICK	9.62%	100.00%	4.09%	1.76%	1.44%	5.74%	1.27%	0.20%	2.43%
BLUEWIN	4.54%	4.06%	100.00%	1.43%	2.67%	3.72%	0.70%	0.51%	2.99%
GMX	4.41%	3.90%	3.19%	100.00%	2.71%	3.21%	0.86%	0.04%	4.42%
MSN	3.23%	2.40%	4.50%	2.05%	100.00%	2.34%	0.37%	0.36%	6.48%
NEWSNET	14.41%	8.92%	5.83%	2.25%	2.18%	100.00%	4.63%	0.17%	3.65%
NZZ	8.19%	7.36%	4.10%	2.25%	1.28%	17.23%	100.00%	0.15%	2.94%
TIO	2.11%	2.61%	6.71%	0.23%	2.82%	1.46%	0.34%	100.00%	4.62%
YOUTUBE	6.06%	3.87%	4.81%	3.18%	6.20%	3.75%	0.81%	0.56%	100.00%

Lesebeispiel:

- von allen Usern auf 20 Min, waren auch 13.05% auch auf blick.ch
- von allen Usern von Newsnet waren auch 14.41% auf 20Min

TKPs – ist Programmatic günstiger? (1)

Kampagne	Budget	CPM
Retargeting Kampagne 1	CHF 446.18	CHF 15.75
Retargeting Kampagne 2	CHF 172.45	CHF 11.22
Retargeting Kampagne 3	CHF 2'437.38	CHF 15.18
Retargeting Kampagne 4	CHF 1'961.98	CHF 15.89
Retargeting Kampagne 5	CHF 2'785.06	CHF 14.53
Retargeting Kampagne 6	CHF 1'253.66	CHF 17.78
Retargeting Kampagne 7	CHF 1'240.80	CHF 16.25
Retargeting Kampagne 8	CHF 40.12	CHF 10.04
TOTAL	CHF 10'337.63	CHF 15.42

TKPs – ist Programmatic günstiger? (2)

RTA-CPM (inkl. DSP und Agency Fee)	Direktbuchungs-CPM (inkl. Agency Fee)	Differenz
21	23	-6.6%
21	23	-6.6%
11	12	-6.6%
11	12	-6.7%
11	12	-6.8%
11	12	-6.7%
42	21	101.3%
26	21	26.1%
26	21	25.8%
42	22	94.4%
26	22	22.0%
26	21	26.3%
26	21	25.8%
12	11	1.3%
12	11	3.5%
11	12	-6.8%
11	12	-6.7%
25	27	-6.8%
25	27	-6.8%
42	21	101.3%
26	21	26.3%
26	21	26.1%
26	21	26.0%
28	30	-6.8%
28	30	-6.7%
26	21	26.4%
27	21	27.3%
26	21	26.1%
27	18	51.7%
29	24	24.7%
24	18	36.7%
29	24	23.8%
21	18	16.0%
29	18	57.5%
28	18	51.8%
29	21	36.0%
34	18	85.2%

Wie weiter bei UBS?

- Programmatic ist die Zukunft – unbestritten
- ...aber Programmatic ist auch sehr komplex und die Technik ist noch nicht ausgereift
- Hohe Investitionen nötig (intern und/oder extern), um das Thema komplett zu verstehen und um mit der Weiterentwicklung Schritt halten zu können
- Interne Kapazitäten werden wir bei dem Volumen aktuell nicht aufbauen können
- Also bleibt aktuell nur die externe Lösung mit DSP-Anbieter, Agenturen und externem Spezialisten

Kontaktinformation

Daniel Hünebeck

UBS Switzerland AG

Multichannel Management & Digitization

Client Dialogue Management

Europaallee 21 | CH-8004 Zurich | Switzerland

daniel.huenebeck@ubs.com