

## DISPLAY ADVERTISING

# Programmatic-Werkzeug setzt Änderungen in der Kreation schnell und flexibel um

4. Dezember 2020 (apr)



Programmatic ist das Verbindungsglied zwischen verschiedenen Werbekanälen und eröffnet Advertiser somit kanal- sowie geräteübergreifende Kampagnen zu orchestrieren. Dabei können Daten als

Grundlage zum Targeting eingesetzt werden, was die Individualisierung der Werbebotschaft je nach Empfänger ermöglicht. Doch um maßgeschneiderte Werbeanzeigen auszuliefern, benötigt man auch entsprechend angepasste Kreationen. Dies kann wiederum länger währende Abstimmungs- und Umsetzungsprozesse zwischen Agenturen und Marke nach sich ziehen, was Reaktionen auf aktuelle Ereignisse verlangsamt. Die Programmatic-Agentur Klaro möchte genau hier mit einem neuen Werkzeug mehr Flexibilität bieten.

“Motivmaschine” nennt sich das Tool, wobei der Name dessen Zweck nach Klaro-Manier auf den Punkt bringt. Die Anwender erstellen anhand von Design Templates mit wenigen Klicks verschiedene Bannersets für unterschiedliche Zielgruppen, Nutzungssituationen, Themen sowie Touchpoints in der Customer Journey und können sie dann direkt in der Mediaschaltung live stellen. Dies funktioniert übergreifend für Bannerwerbung auf Desktop, Mobile und in Digital-out-of-Home. Auch Native ist mit der Motivmaschine abgedeckt.

So sollen die Advertiser auf Veränderungen am Markt, überraschend neue Zielgruppen oder unerwartete Nachrichten schnell reagieren können. Das Tool folgt damit dem Prinzip der stetigen Kampagnenoptimierung, anstatt die Kampagnen mit starren Mediaplänen im Hintergrund unverändert durchlaufen zu lassen. Bülent Cakir, Gründer und CEO von Klaro Media, glaubt mit der Motivmaschine “einen Nerv im Markt getroffen zu haben”. Insbesondere die Coronakrise habe einen Punkt verdeutlicht: “Wir wissen heute nicht, was morgen passiert. Das haben wir verstanden und genau dafür eine Umgebung geschaffen, die in alle Richtungen Mehrwert schafft”, ist Cakir überzeugt.

Die Motivmaschine wurde auf der Google-Cloud-Plattform geschaffen und ist an alle marktüblichen Demand-Side-Plattformen für den Mediaeinkauf angebunden. Somit sind nicht nur die Teams aufseiten von Kreation und Media untereinander verknüpft. Auch die Technologie dahinter ist miteinander verzahnt.

### Tech Finder Unternehmen im Artikel

- [klaro media](#)

