

## **Meetrics präsentiert auf der dmexco 2017 erstmals die neue ADAM Suite**

Berlin, 29. August 2017 - Pünktlich zur dmexco 2017 stellt Ad Verification Provider Meetrics die neue ADAM Suite vor. Hervorgegangen aus dem bisherigen Ad Attention Manager (ADAM), bietet die ADAM Suite neben dem bisherigen Funktionsumfang drei neue Key Features: Netreach, Vast 4.0 und die erweiterte Ad Fraud Detection gewährleisten, dass digitale Werbung noch zielgerichteter dort ausgeliefert werden kann, wo sie die höchste Wirkung erzielt.

Für Unternehmen ist es von zentraler Bedeutung, die Qualität ihrer Werbekampagnen aus einem einheitlichen System heraus zu verwalten, um möglichst kosteneffizient maximale Wirkung mit digitaler Werbung zu erzielen. Die ADAM Suite ermöglicht es über eine einheitliche Plattform, die wichtigsten Qualitätsindikatoren für Kampagnen zu steuern. Kennzahlen zu Viewability, Ad Fraud, Audience Verification und Brand Safety sind nun noch intuitiver einsehbar.

### **Die drei neuen Features der ADAM Suite im Überblick:**

- **Netreach**  
Netreach bietet die Möglichkeit, innerhalb der Audience Verification zu jeder Zeit Reportings zur Nettoreichweite einer Kampagne zu ermitteln und dabei die Sichtbarkeit der Kontakte zu berücksichtigen.
- **Vast 4.0**  
Mit Vast 4.0 hat Meetrics die weltweit erste produktiv einsetzbare Viewability-Lösung für Bewegtbild geschaffen, die auf dem neuesten IAB-Standard für Video-Ads basiert.
- **Erweiterte Ad Fraud Detection**  
Die Ad Fraud Detection erkennt nun auch Betrugs-Szenarien, bei denen komplexe Verfahren zur Verschleierung der tatsächlichen URL verwendet werden.

Alle Interessierten erhalten auf der dmexco in Halle 6 / E-072 einen ersten Einblick in die neue ADAM Suite von Meetrics. Buchen Sie gleich einen Termin unter [www.meetrics.com/de/dmexco-terminvergabe](http://www.meetrics.com/de/dmexco-terminvergabe) oder kontaktieren Sie uns direkt per E-Mail: [dmexco@meetrics.com](mailto:dmexco@meetrics.com).

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

### **Über Meetrics**

Meetrics wurde 2008 gegründet und bietet innovative Lösungen an, um die Qualität des Online Marketings zu verbessern und Transparenz sowie Effizienz des Online-Werbemarkts zu steigern. Meetrics ermöglicht die Messung der Sichtbarkeit von Online Ads und somit die Kontrolle über Werbeumfelder. Zudem können Werbetreibende Informationen über den Erfolg der Kampagne in der eigenen Zielgruppe erhalten und vor betrügerischen Werbeplatzierungen (Fraud) geschützt werden. Meetrics verfügt als erstes europäisches Unternehmen über die Akkreditierung des relevantesten Industriegremiums, das MRC, sowohl für die Messung von Display- als auch von Video Ads. Zudem wurde Meetrics durch das ABC/JICWEBS-Komitee zertifiziert und unterstützt die Viewability-Initiativen von BVDW, CESP und IAB Austria. Weltweit führende Unternehmen wie L'Oréal, General Motors oder P&G vertrauen auf Meetrics' Produkte und Services. Wenn es um die Optimierung von digitalem Medieninventar geht, setzen zudem renommierte Vermarkter wie AOL, Condé Nast, RTL und Sanoma auf Meetrics' langjährige Erfahrung. Vor kurzem konnte Meetrics als erstes europäisches Ad Verification Unternehmen die Partnerschaft mit Facebook verkünden. Zukünftig kann somit die Sichtbarkeit von Ads im größten sozialen Netzwerk neutral gemessen werden.

**Bei Rückfragen und für weitere Informationen kontaktieren Sie gerne:**

Friederike Pries

Marketing und PR Manager, Meetrics GmbH

+49 30 609 8464 77

[friederike.pries@meetrics.com](mailto:friederike.pries@meetrics.com)

[www.meetrics.com/benchmarks](http://www.meetrics.com/benchmarks)