

Pressemitteilung

Mobile-DSP mit Creative Bonus TabMo startet mit Jan Heumüller und frischem Kapital in Deutschland

Der französische Marktführer TabMo bietet Werbetreibenden und Agenturen eine Next-Generation Technologie für Mobile Programmatic Advertising, die ihnen einen zentralen Zugang zum weltweiten Inventar von Premium-Publishern ermöglicht. Zusätzlich unterstützt das Unternehmen seine Kunden als Media-Experte und Enabler beim Design und der Optimierung innovativer Mobile Video Creatives. Jan Heumüller, Managing Director DACH, findet mit dem aktuellen 4 Millionen Euro Investment von Ardian und Generis Capital optimale Voraussetzungen die deutsche Dependence des französischen Unternehmens aufzubauen.

20. April 2016 – Köln: Der 2013 in Frankreich gegründete Anbieter einer Mobile Programmatic Plattform TabMo eröffnete zum 01. April 2016 seine erste deutsche Geschäftsstelle in Köln. In seinem Heimatland zählt das Unternehmen bereits zu den Marktführern im Bereich des automatisierten Mediaeinkaufs mobiler Werbeplätze.

Jan Heumüller, der auf über 14 Jahre Erfahrung im internationalen Digital Marketing zurückblicken kann, wird das Unternehmen als Managing Director DACH am deutschen Markt aufbauen und leiten. Der studierte Betriebswirt war zuletzt als Managing Director Europe bei Dataxu tätig, einem führenden Anbieter von Programmatic Marketing Software.

Bei der von TabMo entwickelten Technologie handelt es sich um eine integrierte Full-Stack-Lösung, die es Agenturen und Werbetreibenden erlaubt all ihre Einkaufsprozesse mobiler Werbekampagnen in Echtzeit über eine Plattform zentral zu managen und auf allen mobilen Endgeräten und Screens optimal auszusteuern.

TabMo's Demand-Side-Plattform (DSP) „Hawk“ ist bereits an alle marktetablierten Inventarquellen angeschlossen, darunter Mobile Sell-Side-Plattformen, Adexchanges und Werbenetzwerke, wie Facebook LiveRail, Twitters MoPub, Nexage, Millennial Media, Rubicon, StickyADS.tv und Smart AdServer. Durch weitere Kooperationen mit führenden Mobile Data- und Measurement-Anbietern wie Adsquare und Tune, können Werbetreibende ihre Mobile-Kampagnen sowohl im Mobile Web als auch in Apps optimal für die richtige Zielgruppe programmatisch einkaufen und in Echtzeit aussteuern. Das gilt sowohl für statische Mobile Display- als auch für emotionsgeladene Videowerbung. Native Advertising Kampagnen beherrscht TabMo genauso wie Brand Kampagnen, die mit aufmerksamkeitsstarken Spezialformaten für den nötigen Impact sorgen.

TabMo versteht sich selbst nicht nur als Technologie-Anbieter, sondern auch als unterstützender Media-Experte und Enabler bei der Umsetzung mobiler Kampagnen. Advertiser steht auf Wunsch ein Team erfahrener Designer zur Verwirklichung und Optimierung exklusiver Video und Rich Media Creatives zur Verfügung. Angereichert mit innovativen Werbe-Features und unter Ausnutzung vorhandener Smartphone und Tablet-Funktionalitäten, zielen diese Sonderformate auf eine Steigerung der User-Interaktion und des User-Engagement ab. Mobile-Kampagnen können bei TabMo problemlos mit

Pressemitteilung

eigenen sowie mit 3rd Party Daten angereichert werden. Hierzu stehen Werbetreibenden und Agenturen eine Reihe von Behavioral Targeting-Segmenten, GPS-Targeting und Geo-Location Daten zur Verfügung. Dieses Zusammenspiel versetzt TabMo's Mobile Branding Lösungen in die Lage, stets dem richtigen User das richtige Creative am richtigen Ort zu zeigen.

TabMo's Einkaufsplattform verfügt über ein übersichtliches Echtzeit-Dashboard samt Inventar-Explorer, das Advertiser tiefgreifende Analyse- und Optimierungsmöglichkeiten ihrer mobilen Werbekampagnen erlaubt. Über eine offene Schnittstellenstruktur können Werbetreibende zudem eigene Tools und Softwarelösungen an TabMo's Einkaufsplattform andocken, so dass auch deutsche Werbetreibende endlich effizient und wirkungsvoll und bei voller Kontrolle des eigenen Budgets erfolgreich in das Mobile Advertising einsteigen können.

TabMo kann seit seiner Gründung pro Jahr eine Wachstumsrate von mehr als 100% vorweisen. In einer ersten Finanzierungsrunde Mitte April 2016 konnte das Unternehmen vier Millionen Euro vom unabhängigen privaten Investmentunternehmen Ardian und vom Venture-Capitalist Generis Capital einsammeln. Das Kapital fließt in die Weiterentwicklung des eigenen Angebots sowie in die internationale Expansion, mit dem Ziel TabMo als den europäischen Marktführer für Mobile Programmatic Advertising zu etablieren.

„Das Investment versetzt uns in die Lage unser in Frankreich boomendes Wachstum auszuweiten und TabMo europaweit als feste Größe im Bereich Mobile Programmatic Advertising zu verankern. Mit Ardian und Generis Capital haben wir nun zwei Partner an unserer Seite, die den Markt kennen und uns bei der Verwirklichung unserer Vision entscheidend voranbringen, die Nutzung des Mobile-Kanals zu vereinfachen und dabei europaweit für Werbetreibende und Agenturen die Werbemittelauslieferung aber auch die Mobile Video und Rich Media Creatives zu optimieren,“ so Jan Heumüller, Managing Director DACH TabMo.

Über TabMo

TabMo entwickelt und betreibt eine führende Demand-Side-Plattform für Mobile Programmatic Advertising. Der 2013 in Frankreich gegründete Technologieanbieter ermöglicht Werbetreibenden und Agenturen mit seiner Next-Generation-Lösung auf das Inventar zahlreicher Premium-Publisher zuzugreifen, exklusive Sonderformate auszusteuern und sich dabei mobile Zielgruppendaten zu Nutze zu machen. TabMo ist die DSP mit Creative Bonus: Bei der Entwicklung und Optimierung innovativer Mobile Video und Rich Media Kampagnen bietet das Unternehmen Advertiser individuellen Support. Aktuell beschäftigt TabMo 50 Mitarbeiter in Frankreich, Großbritannien und Deutschland. <http://tabmo.io/>

Ansprechpartner für weitere Informationen

keycomm Unternehmenskommunikation GmbH

Janette Höfer
Altstädter Straße 13
20095 Hamburg
janette.hoefer@keycomm.de
+49 (0)40 36 00 60 20

TabMo

Jan Heumüller
jan.heumueller@tabmo.io
+49 (0)179 9485861