

ケース スタディ

# Xandr + Axel Springer

## 透明性、独立性、収益の向上: Xandr Monetize を活用して Axel Springer 社がビジネスを成長させた方法

### 課題

**Axel Springer 社は、将来的な広告エコシステムを構築するためのオープンで透明性のあるパートナーを求めています。**

Axel Springer SE 社は、ドイツのメディア企業であり、ヨーロッパ最大のデジタル出版社の 1 つです。Bild、Die Welt、Business Insider のような主要なニュースブランドの所有し、毎月数百万の読者と視聴者にリーチしています。

多くの異なる企業が傘下にあることで、Axel Springer 社のさまざまなブランドには、幅広いアドテクノロジーのニーズがあります。こうした企業がその可能性を最大限に引き出すために、Axel Springer 社は、デスクトップ、モバイル、およびアプリ内の環境で購入・販売の双方でブランドを成功させるアドテクノロジーソリューションを模索していました。

多くの大規模なパブリッシャーと同様に、同社はデジタル広告市場における Google の優位性と、アドサーバーと SSP 製品に見られる透明性の欠如を憂慮していました。Axel Springer 社のセールスハウス、Media Impact 社は、複数のデマンドソースを包括的に統合し、収益化の透明性を実現するオープンで複数の技術に精通しているソリューションにより、Google のウォールド ガーデンに挑戦しようとしていました。

Media Impact 社は、複数のデマンドソースを包括的に統合し、収益化の透明性を実現するオープンで複数の技術に精通しているソリューションにより、Google のウォールド ガーデンに挑戦しようとしていました。[\(次のページに続く\)](#)

「Xandr とのパートナーシップは、大手のアドテクノロジーに精通している Google でなくても、包括的なマーケティングにおいて行動の選択肢があるという例をすべてのパブリッシャーに一示す役割を果たしました。当社は、すべてのパブリッシャーが自由な市場を探索することを推奨しています」

**Carsten Schwecke**

**Media Impact 社 (Axel Springer 社のセールスハウス)  
マネージング ディレクター**

Axel Springer 社はまた、さまざまなプログラマティック デマンド ソースとダイレクト デマンド ソースが対等な立場で互いに競争することが可能なアド サーバーへのアップグレードを検討しました。Axel Springer 社の既存のウォーターフォール型の設定では、プログラマティック バイヤーが高い価格を提示していたとしても、ダイレクト取引ではすべてのインプレッションへのアクセスが保証されていました。パブリッシャーがこれらのハイエンドのプログラマティック な入札単価を受け入れるためのシステムを実装できるようになるまで、収入の獲得をあきらめるしかありません。

さらに Axel Springer 社は、複雑なアド サーバーの運用を新しいプラットフォームに移行するのに役立つ最高レベルのカスタマー サービス チームを備える新しい技術パートナーを必要としていました。既存のアド サーバーの内部に配置された 3 万以上の広告配置により、パブリッシャーと新たなパートナーは確実に作業を行うことができました。

## ソリューション

### Axel Springer 社は Xandr Monetize を使用してヘッダー入札を実施

Axel Springer 社は、Media Impact 社の広告スタックを包括的に収益化するために Xandr Monetize を選択しました。

以前のセットアップでは、他のプログラマティック デマンド ソースに対する Google の AdX の需要が優先されていましたが、Axel Springer 社は prebid.js を搭載した Xandr Monetize を使用して、全体的な最適化を可能にしたスタックを作成しました。Google AdX を含むすべてのデマンド パートナーは、入札単価を同時に送信することが可能になりました。Xandr のログレベルのデータを使用することで、パブリッシャーは、その在庫が公正に販売されていることを真にオープンな市場で検証することができました。

一方、Xandr のアド サーバーと業界随一の予測分析機能により、Axel Springer 社はオープンなダイナミック アロケーションを活用して、その利益を最適化することができました。以前の設定では、各インプレッションは、先に機会を得たダイレクト取引では、厳格な階層に沿って異なるデマンド ソースに提供されており、次に同社のエクステンジ パートナーが続きます。しかし、オープンなダイナミック アロケーションでは、Media Impact 社がより高いプログラマティック な入札単価を受け入れ、優れた CPM を実現しながら、保証されたキャンペーンが引き続き配信目標を達成できるように、これらのライバルのデマンド ソースはアド サーバー内で競争できました。

さらに、Xandr の実装チームは、Axel Springer 社の複雑なアド サーバー意思決定ロジックをプラットフォームに記録的な速さで移植しました。わずか 3 か月で、デスクトップ、モバイル、アプリ内在庫については、パブリッシャーのディスプレイ広告スタック全体が Xandr 上で稼働しました。Xandr の迅速な移行により、Axel Springer 社は第4四半期の重要な時期に最終切り替えを行うことができました。

最後に、Xandr の SSP とアド サーバーは、主要なプログラマティック 動画広告のバイヤーをパブリッシャーの動画サプライに結びつけました。また、アド サーバーは、さまざまな主要動画広告主に対してダイレクト販売キャンペーンを提供しました。その結果、Xandr を使用することにより、Media Impact 社はデスクトップ、モバイル、アプリ内在庫全体で動画コンテンツを収益化することに成功しました。

(次のページに続く)

「デジタル パブリッシャーは、テクノロジー スタック全体を変更するという考えにしばしば及び腰になっていますが、Xandr を使用した迅速な実装では、アド サーバーを移行することは、適切な技術パートナーを持っている限り、恐れるべきものではないことを証明しています」

Carsten Schewecke

Media Impact 社 (Axel Springer 社のセールス ハウス) マネージング ディレクター

## 成果

### Xandr Monetize によりオープン マーケット eCPM でプラス 13% を実現

Axel Springer 社の Xandr Monetize への移行は、圧倒的な成功を収めました。

Google への依存からの解放に加えて、パブリッシャーは、ヘッダー入札とオープンなダイナミック アロケーションを使用して、あらゆるインプレッションから最大の利益を生み出すことができました。Xandr に移行してから、Axel Springer 社のオープンマーケット eCPM は、13% 以上の成長を遂げています。

同じく重要なのは、パブリッシャーの新しいオープンで透明な広告スタックは、その在庫が意図したとおりに販売されているという認識によって簡単にその状態を保つことができるようになったことです。Xandr Monetize によって実現されるデータドリブンなイールド オプティマイゼーションは、内部の意思決定ロジックと入札単価ランドスケープ データに十分な分析情報を提供し、Media Impact 社が広告のセールス オペレーションをしっかりと管理できるようにしました。

「Xandr は、デジタル広告をどのように販売するかについて、包括的で透明性のある独立したアプローチを作り上げるために必要なすべてのツールを提供してくれました」

**Carsten Schwecke**

**Media Impact 社 (Axel**

**Springer 社のセールス ハウス)**

**マネージング ディレクター**

