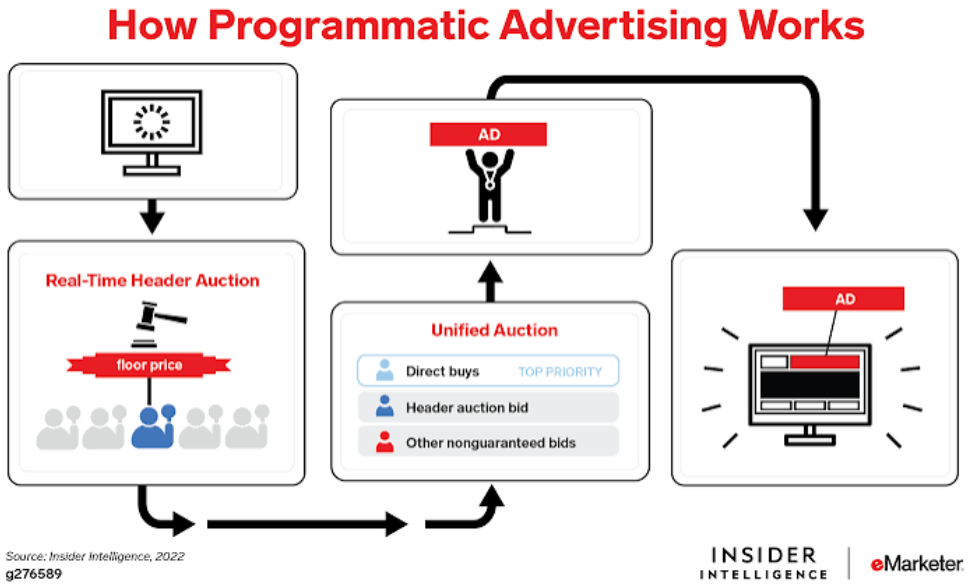
Hoe je telefoon in 100 milliseconden over jou onderhandelt

De verborgen wereld achter Real-Time Bidding (RTB)

Belle van der Velde en Rutger Cruijs

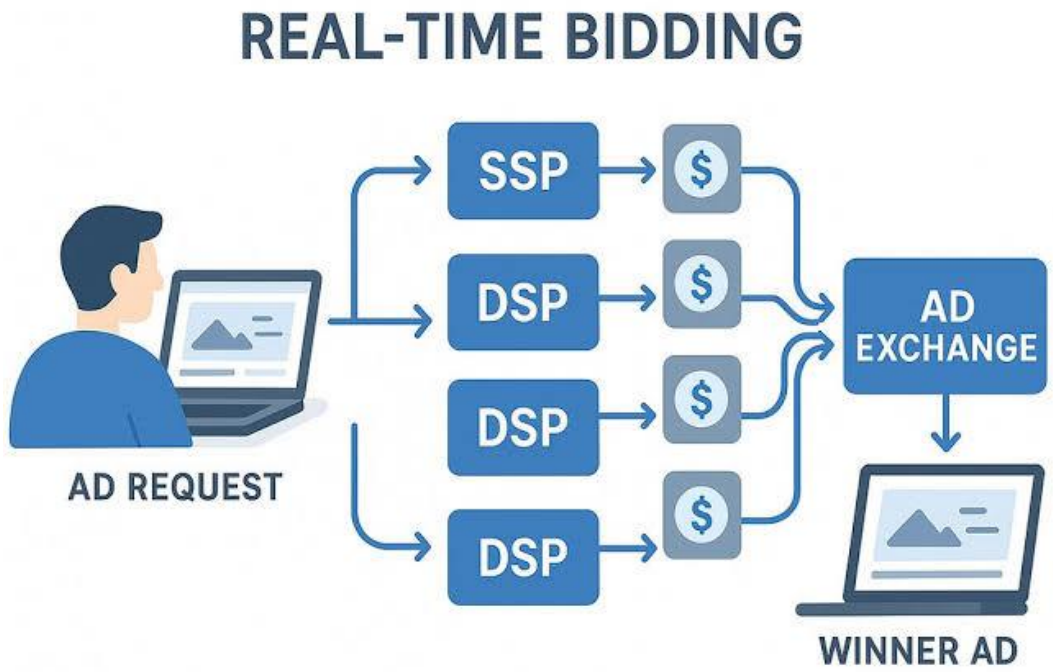
De basis

- Programmatic Advertising
- Real-Time Bidding
- 100 milliseconden



De 4 spelers in het ecosysteem

- Publisher
- SSP
- DSP
- Ad Exchange



Google en Meta

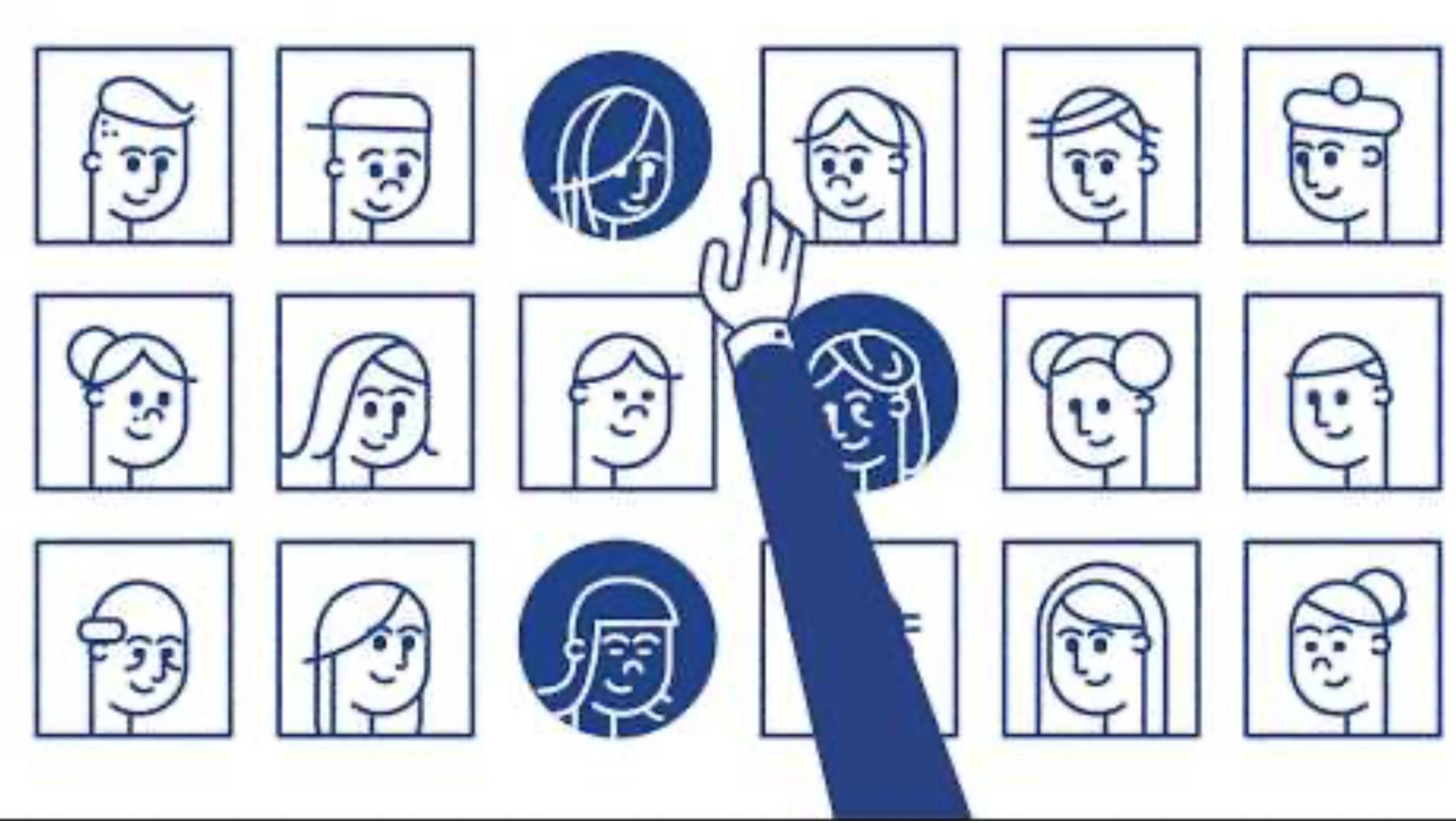
Google

- Verwachte advertentie-omzet in 2026: **$239,54 miljard**

Meta

- Verwachte advertentie-omzet in 2026: **$243,46 miljard**
- Haalt google in door ai-optimalisering

62,3% van alle wereldwijde digitale advertentie-uitgaven in 2026 samen met Amazon



Wat is er stuk?

- Privacy & Datalekkage
- Gebrek aan Transparantie
- Advertentiefraude
- Machtsconcentratie



Walled Gardens vs. Het Open Web

- Open Web (Google Display, Xandr, Criteo)
- Walled Gardens (Meta, TikTok, LinkedIn)
- Exclusieve First-Party Data

Stellingen

- “RTB is een bedreiging voor onze privacy.”
- “Het gemak van gepersonaliseerde advertenties is het verlies van privacy waard.”
- “Iedereen zou moeten kunnen zien welke gegevens worden gebruikt om advertenties aan hen te tonen.”
- “Bedrijven zouden minder persoonlijke gegevens moeten mogen gebruiken voor advertenties, ook als advertenties daardoor minder relevant worden.”

Hoe kunnen we dit repareren?

- Contextual Advertising
- On-Device Beslissingen
- Technische Standaarden & Opschoning
  - Ads.txt
  - Sellers.json & SupplyChain Object
  - Supply Path Optimization