

Medienmitteilung

Invibes Advertising veröffentlicht eine Einschätzung der eigenen Energieeffizienz und kündigt ehrgeizige Ziele an

München, 14. November 2022 – Invibes Advertising, ein auf digitale Werbung spezialisiertes Technologie-Unternehmen, veröffentlicht die Ergebnisse der eigenen Energieeffizienz und kündigt eine Reihe ehrgeiziger Ziele für die kommenden Jahre an.

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Besorgnis über den Klimawandel auf globaler Ebene werden die Umweltauswirkungen digitaler Aktivitäten immer genauer unter die Lupe genommen. Schätzungen zufolge war das digitale Ökosystem im Jahr 2019* für 3,8 % der weltweiten Treibhausgasemissionen verantwortlich. Dieser Anteil wächst schnell und könnte bis 2025 5 bis 8 % erreichen. Zum Vergleich: Der weltweite Luftverkehr war 2016 für weniger als 2 % der Treibhausgasemissionen verantwortlich.

Während 44 % der digitalen Treibhausgasemissionen auf die Herstellung von Geräten zurückzuführen sind, entfallen 56 % auf die Nutzung von Diensten (Energieverbrauch von Servern, Netzwerken und Endnutzengeräten)¹. Da ein erheblicher Teil dieser Nutzung mit digitaler Werbung zusammenhängt, muss der Sektor eine Rolle bei der Reduzierung der globalen Treibhausgasemissionen spielen.

Um einen Beitrag zu diesen wichtigen Bemühungen zu leisten, hat Invibes Advertising ein internes Programm zur Bewertung und Verbesserung seiner Energieeffizienz, insbesondere der Auswirkungen seiner digitalen Werbekampagnen, gestartet.

Gesamtbewertung des Energiemixes von Invibes Advertising

Der direkte Energieverbrauch der Gruppe in ihren verschiedenen Büros macht nur einen kleinen Teil ihres Gesamtverbrauchs aus. Der größte Teil entfällt auf die ausgelagerten Server.

Die Server des Unternehmens sind bei zwei Hauptdienstleistern untergebracht, auf die 99 % der durchschnittlichen Serverlast entfallen. Einer von ihnen wird mit 100 % Ökostrom und der andere mit 78 % erneuerbarer Energie betrieben.

Darüber hinaus betreibt Invibes Advertising einige seiner Anwendungen über klimaneutrale Cloud-Dienste.

Auswirkungen der Kampagnen von Invibes Advertising

Das Unternehmen hat im September 2022 eine Bewertung des durchschnittlichen CO₂-Fußabdrucks seiner Werbekampagnen vorgenommen.

Der erste Schritt bestand darin, den CO₂-Fußabdruck der Technologieplattform von Invibes Advertising für jede einzelne Ad Impression zu berechnen:

- Anhand der Last- und Leerlaufleistungscharakteristiken jedes unserer ausgelagerten Server sowie der von uns genutzten Cloud-Dienste konnten wir den Gesamtenergieverbrauch der Plattform im September 2022 bewerten.
- Anhand der Umweltdaten der Dienstleister, die unsere Server beherbergen, konnten wir den CO₂-Fußabdruck des Energieverbrauchs der Plattform im September 2022 berechnen.
- Da wir die Anzahl der von der Plattform im September 2022 geschalteten Ad Impressions kennen, haben wir den CO₂-Fußabdruck pro 1.000 Ad Impressions berechnet.

Der zweite Schritt bestand darin, den CO₂-Fußabdruck einer Ad Impression auf der Seite des Endnutzers zu schätzen:

- Wir haben die Anzahl der Ad Impressions für jeden Gerätetyp erfasst, mit dem unsere Anzeigen im September 2022 angezeigt wurden.
- Auf der Grundlage der durchschnittlichen Ladezeit pro Ad Impression und der durchschnittlichen Wattzahl jedes Gerätetyps (Computer, Tablet oder Mobiltelefon) haben wir den Stromverbrauch unserer Ad Impressions vom September 2022 auf der Endnutzerseite geschätzt.
- Da wir den Standort unserer Kunden kennen, haben wir die von den einzelnen Ländern veröffentlichten Daten verwendet, um den CO₂-Fußabdruck des Stromverbrauchs im Zusammenhang mit unseren Aufrufen im September 2022 auf der Seite der Endnutzer zu berechnen.

Schließlich haben wir den CO₂-Fußabdruck des Netzwerks zwischen unseren Servern und dem Endnutzer geschätzt:

- Da wir die Größe des Formats für jede unserer Anzeigen kannten, konnten wir die Gesamtdatenmenge für unsere Kampagnen im September 2022 ermitteln.
- Die Schätzungen der Energieintensität des Internets (kWh/GB) variieren je nach Studie. Wir stützen uns auf eine Studie, die von der Abteilung Energieforschung und Cleantech des Bundesamts für Energie veröffentlicht wurde (Coroama, Juni 2021).
- Auf diese Weise konnten wir den Stromverbrauch unserer September 2022 Ad Impressions im Zusammenhang mit dem Netzwerkverkehr bewerten.
- Anhand des Standorts unserer Werbekunden und offizieller Daten über die Stromquellen in den entsprechenden Ländern haben wir den CO₂-Fußabdruck des Stromverbrauchs unserer Werbeeinblendungen vom September 2022 im Zusammenhang mit dem Netzwerkverkehr berechnet.

Diese Gesamtberechnung ergab einen durchschnittlichen Energieverbrauch von 0,22 kWh pro 1.000 Ad Impressions im September 2022, was einem durchschnittlichen CO₂-Ausstoß von 26,1 Gramm pro 1.000 Ad Impressions entspricht. Zum Vergleich: Eine durchschnittliche Display-Kampagne emittiert schätzungsweise 30 Gramm CO₂ pro 1.000 Ad Impressionsⁱⁱ.

Wir glauben, dass der geringere CO₂-Fußabdruck der Kampagnen von Invibes zu einem großen Teil auf die vollständig integrierte Technologieplattform zurückzuführen ist, die effiziente Prozesse ermöglicht, sowie auf den geringen CO₂-Fußabdruck der Server des Unternehmens. Darüber hinaus wirkt sich die Tatsache, dass viele unserer Ad Impressions in Frankreich ausgespielt werden, positiv aus, da der Kohlenstoff-Fußabdruck der Elektrizität in diesem Land relativ gering ist.

Neben dem CO₂-Fußabdruck der einzelnen Ad Impressions ist die Gesamtzahl der Einblendungen pro Kampagne ein wesentlicher Faktor für die Gesamtauswirkungen der Kampagne. In dieser Hinsicht ermöglicht das intelligente Targeting von Invibes Advertising seinen Kampagnen eine große Wirksamkeit mit einer optimierten Anzahl von Impressions, die sorgfältig durch KPIs verfolgt werden, und minimiert so ihre Kohlenstoffauswirkungen. Dies ist besonders wichtig, da der größte Anteil am CO₂-Fußabdruck einer Invibes-Kampagne mit dem Energieverbrauch des Netzwerkverkehrs zusammenhängt. Es ist anzumerken, dass der größte Teil des Datenverkehrs des Unternehmens über Content Delivery Networks (CDNs) erfolgt, die lokal betrieben werden, wodurch die Dauer des Datenverkehrs unserer Kampagnen reduziert wird.

Technologische Unabhängigkeit ermöglicht es Invibes Advertising, seine Leistung zu verbessern

Von Anfang an wurde die proprietäre Technologieplattform von Invibes Advertising mit dem Ziel der Prozessoptimierung entwickelt, um zunächst die technische Leistung zu verbessern und die damit verbundenen Kosten zu senken. Dieses Konzept bringt nun auch Vorteile in Bezug auf die Energieeffizienz. So wählt das System automatisch das am besten an das Gerät und den Verbindungsmodus des Betrachters angepasste Anzeigenformat aus, was das Nutzererlebnis verbessert und gleichzeitig den Bandbreiten- und Energieverbrauch der entsprechenden Werbeeinblendung reduziert.

Da Invibes Advertising die volle Kontrolle über seine Technologieplattform hat, ist es in der Lage, sich ständig weiterzuentwickeln und zu verbessern. So wird beispielsweise die Leistung der Front-End-Server ständig überprüft.

Ein großer Teil der F&E-Bemühungen des Unternehmens zielt darauf ab, eine höhere Effizienz zu erreichen, um die Skalierbarkeit zu gewährleisten, was auch Vorteile in Bezug auf den Energieverbrauch mit sich bringt. So konnte das F&E-Team Anfang dieses Jahres durch eine Überarbeitung der Programmkodierung für die Analyse des Eingangsverkehrs die Effizienz des Algorithmus verbessern und den Energieverbrauch dieses Teils des Prozesses um 25 % senken.

Die ehrgeizigen Ziele von Invibes Advertising

Im Einklang mit seinem Grundwert, in allen Aspekten seiner Tätigkeit stets innovativ zu sein, hat Invibes Advertising mehrere Initiativen gestartet, um den ökologischen

Fußabdruck seiner Kampagnen zu verringern. Sie fallen in zwei Kategorien:

- Maßnahmen zur Verringerung des CO₂-Fußabdrucks von Prozessen, die direkt unter der Kontrolle von Invibes stehen, durch Senkung des Energieverbrauchs der Plattform und Bevorzugung grüner Stromquellen.
- Maßnahmen zur Verringerung des Energieverbrauchs unserer Kampagnen außerhalb des Bereichs von Invibes, auf der Ebene der Netze und der Endverbraucher, wobei zu berücksichtigen ist, dass der Kohlenstoff-Fußabdruck des dort verwendeten Stroms nicht in der Kontrolle des Unternehmens liegt. Fußabdruck des Stroms in den verschiedenen Ländern könnte sich verzerrend auswirken, wenn die Zielgruppe von Invibes international wächst. Da sich jedoch die meisten Werbetreibenden von Invibes in Europa befinden, werden die laufenden Bemühungen dieser Region, sich auf umweltfreundlichere Energie umzustellen, von Vorteil sein.

Das Unternehmen hat eine Reihe von Zielen definiert, die es erreichen will:

- Halbjährliche Verfolgung und Veröffentlichung des ökologischen Fußabdrucks der Werbekampagnen von Invibes.
- 99 % grüne Energie für ausgelagerte Server bis Ende 2023.
- Jährliche Senkung des Energieverbrauchs im Zusammenhang mit den Werbekampagnen von Invibes um 10 % in den nächsten 3 Jahren

Dies wird es Invibes Advertising ermöglichen, seinen Kunden in dem immer wichtiger werdenden Aspekt der Auswirkungen ihrer Werbemaßnahmen auf die Umwelt hervorragende Leistungen zu bieten.

Über Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) ist ein internationales Technologie-Unternehmen, das sich auf innovative digitale Werbung spezialisiert hat. Invibes wurde 2011 von den Co-CEOs Kris Vlaemyck und Nicolas Pollet gegründet und hat eine integrierte Technologie-Plattform entwickelt, welche es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Beziehung zwischen Marken und Konsumenten durch In-Feed-Anzeigen zu stärken.

Bei Invibes glauben wir an die Power von Verbindungen.

- Die Power, Marken direkt mit Verbrauchern zu verbinden, um bedeutungsvollere Interaktionen zu ermöglichen.
- Die Power aus Big Data, innovativen In-Feed-Formaten, großer Reichweite und umfangreichen Informationsdiensten auf einer einzigen, einheitlichen Plattform, auf der Marken und Verbraucher nahtlos und effizient zusammengebracht werden können.
- Die Power, eine einzigartige Allianz von leidenschaftlichen, dynamischen und kompetenten In-Feed-Spezialisten aus der ganzen Welt zusammenzubringen, aus denen sich das herausragende Team von Invibes zusammensetzt.

Um mit einigen der bedeutendsten Marken der Welt wie zum Beispiel Amazon, Bacardi, Volkswagen, Dell, IKEA und Toyota zusammenarbeiten zu können, verlassen wir uns auf noch großartigere Menschen, die unsere Innovationen mit der Welt teilen. Wir glauben nicht nur unerschütterlich an das technologische Potenzial, sondern vor allem auch an das Potenzial unserer Mitarbeiter. Wir von Invibes sind aktiv bestrebt, ein dynamisches, offenes Arbeitsumfeld zu pflegen, das eine Unternehmenskultur der Ideenfindung, des Wachstums und der #GoodVibes fördert, was sich auch auf unsere Kunden auswirkt.

Sie möchten mehr über Invibes erfahren? Besuchen Sie: www.invibes.com

Invibes Advertising ist an der Euronext-Börse notiert (Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316)

Hier finden Sie aktuelle Pressemitteilungen von Invibes Advertising:

<https://www.invibes.com/de/de/investors.html>

Folgen Sie Invibes Advertising, um auf dem Laufenden zu bleiben:

LinkedIn [@Invibes Advertising](#) **Twitter** [@Invibes_adv](#)

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com

Audrey Mela, VP Investor Relations

audrey.mela@invibes.com

ⁱ The environmental footprint of the digital world - September 2019 - GreenIT.fr

ⁱⁱ The Carbon Footprint of Media Campaigns, March 2022, fifty-five