

Wie Werbetreibende die Fußball-EM durch kontextuelle Werbung optimal nutzen

Madrid, 25. Mai 2021 - Seedtag, der Marktführer für kontextuelle Werbung in Europa und

Lateinamerika, bietet während der EURO 2020 eine Full-Stack-Werbelösung für Werbetreibende an. Die KI-Technologie des Unternehmens ermöglicht Werbetreibenden die Schaltung von Anzeigen auf relevanten Artikeln, in einer großen Anzahl von Partnermedien. In Deutschland erreicht Seedtag auf diesem Weg bereits 52 Millionen potentielle Leser pro Monat. Die kontextuelle Werbetechnologie von Seedtag bietet den höchsten Grad an Effizienz und Brand Safety auf dem Markt - ohne persönliche Leser-Daten zu verwenden. Das Ziel des Unternehmens ist es, Werbung zu realisieren, die sowohl effektiv ist als auch die Privatsphäre der Nutzer respektiert.

Die EURO 2020 ist endlich wieder ein Grund zum Jubeln für Europa

Europa hat nach mehr als einem Jahr Pandemie endlich wieder einen Grund zum Jubeln. Nachdem die Europameisterschaft aufgrund des Corona-Virus um ein Jahr verschoben wurde, findet sie nun vom 11. Juni bis 11. Juli 2021 statt. Erstmals wird die EM nicht nur in einem europäischen Land ausgetragen, sondern über den ganzen Kontinent hinweg.

Die Gruppen der EURO 2020 bleiben für 2021 bestehen, was bedeutet: Es wird spannend. Die deutsche Nationalmannschaft wird in der Münchner Allianz-Arena unter anderem auf anspruchsvolle Gegner wie Frankreich und Portugal treffen. Und auch für die Werbebranche gibt es einen Grund zum Jubeln: Während der Coronakrise ist der Konsum von Sportinhalten global um 35 Prozent angestiegen, sodass Konsumenten nun im Schnitt mehr als sieben Stunden pro Woche mit dem Konsum von Sportinhalten verbringen (GlobalWebIndex). Die Europameisterschaft 2016 erreichte bereits über zwei Milliarden Zuschauer und generierte Einnahmen in Höhe von über 1,8 Milliarden Euro (durchschnittlich 34 Millionen Euro pro Spiel). Für die EM 2020 werden mehr als fünf Milliarden Zuschauer erwartet.

Die 16. Europameisterschaft ist also definitiv ein Großereignis für Sportfans und stellt auch für Marken eine hervorragende Chance dar, das passende Publikum zu erreichen. Seedtag bietet Werbetreibenden zur EURO 2020 Platzierungen in Premium-Inhalten an, um eine direkte Assoziation mit dem Sportevent für Marken herzustellen.

Dank exklusiver Partnerschaften kann das Adtech-Unternehmen Anzeigen auf den größten Sport-Webseiten (sport1.de, skysports.de, ran.de, bundesliga.de, sport.de, fußball.de) schalten und so potentiell über 52 Millionen Leser erreichen.

Effektive und langfristige Werbestrategien ohne die Verwendung von Cookies

Seedtag hat eine vollständige kontextuelle Werbetechnologie entwickelt. Dazu gehört die automatische Analyse von Artikeln, Dynamic Placement Optimisation (DPO) und die Anpassung der Anzeige an die jeweilige visuelle Darstellung. Die Technologie, die auf der ersten künstlichen Intelligenz der Branche basiert, analysiert Online-Artikel, um das Ad-Targeting zu optimieren. Es ist derzeit das einzige Full-Stack-Advertising-Unternehmen auf dem Markt, das es Marken ermöglicht, eine auf verlässlichen Daten basierende Werbestrategie zu entwickeln und Anzeigen in Artikeln (Spielerporträts, Spielzusammenfassungen, etc.) zu platzieren. Seedtag entwickelt seit nunmehr als sieben Jahren effektive und langfristige Werbestrategien, die nicht auf Cookies basieren.

Während der vergangenen Lockdown-Monate drohte Marken die Gefahr, die Verbindung zu ihren Kunden zu verlieren. Digitale Werbung hat sich schnell als ein Ausweg aus dieser Misere erwiesen. Laut einer Schätzung von Olivier Wyman soll der digitale Anteil bis Ende des Jahres 2021 nochmal um sieben Prozent wachsen. Da Browser und Publisher zunehmend auf Verbraucherwünsche reagieren und die Unterstützung für Third-Party-Cookies stark einschränken, brauchen Werbetreibende eine Alternative, um datenschutzkonforme digitale Werbung zu produzieren, die nicht aufdringlich ist. Die Lösung lautet: Kontextuelle Werbung.

Effiziente Online-Werbung, bei der die Privatsphäre der User an erster Stelle steht

Jan-Philipp Kröll, Country Manager Deutschland bei Seedtag, sagt: "Für die Europameisterschaft bieten wir Werbetreibenden an, innovative Formate nahtlos im redaktionellen Umfeld der EURO 2020 auszuspielen. Durch kontextuelle Werbung erreichen wir die Verbraucher direkt in ihrem Interessensgebiet auf Basis des Artikels, den sie gerade lesen ohne dass dabei die persönlichen Daten eine Rolle spielen. Auf diesem Weg können wir sogar eine höhere Effizienz garantieren als mit der Verwendung von Third-Party-Cookies. Die EM ist für uns auch ein Anlass unser Versprechen, effektive Online-Werbung anzubieten, die in erster Linie die Privatsphäre der Internetnutzer respektiert, zu untermauern."

Über Seedtag

[Seedtag](#) ist das führende Unternehmen für kontextbezogene Werbung. Die Spezialisten für Online-Werbung entwickeln hocheffiziente und ansprechende Lösungen für relevante visuelle Premium-Inhalte, die das Targeting und die Umsätze für Publisher und werbetreibende Marken steigern. Die kontextuelle KI des Unternehmens ermöglicht es Marken, mit Verbrauchern innerhalb ihrer Interessenwelten auf einer Cookie-freien Basis in Kontakt zu treten.

Seedtag wurde 2014 in Madrid von zwei Ex-Google-Managern gegründet, die das Beste aus redaktionellen Bildern herausholen wollten. Heute ist es ein globales Unternehmen mit mehr als 180 Mitarbeitern und einer internationalen Präsenz mit Niederlassungen in Spanien, Frankreich, Italien, Großbritannien, Benelux, Deutschland, Mexiko, Brasilien und Kolumbien.

Mehr Informationen:
Rocío Martínez de Carlos
PR Coordinator
rociomartinez@seedtag.com
+34 628533468

Anton Martić
Rotwand Digitale PR GmbH
anton.martiac@rotwand.net
+49 (0) 89 7167223-10