Seedtag reduziert das Überspringen von Video-Ads um 85 Prozent mit neuem Extra Blend-Effekt

Madrid, 29. Juni 2021 - Kreativ-Effekte wie der Extra Blend-Effekt von Seedtag fügen sich nahtlos in den Content ein. Das erhöht nicht nur die Attraktivität von Anzeigen, sondern verbessert auch die Kampagnenergebnisse.

Seedtag, Marktführer für kontextuelle Werbung in Europa und Lateinamerika, gab heute den Einsatz eines Extra Blend-Effekts für Branded Video Advertising-Lösungen bekannt. Marken haben damit die Möglichkeit, Werbung nahtlos in den Content zu integrieren und durch die erhöhte Attraktivität der Anzeige, bessere Kampagnenergebnisse im Vergleich zu Standard-Outstream-Videolösungen zu erzielen. Die neue Funktion reduziert die Video-Skip-Rate um bis zu 85 Prozent.

Integration trifft auf Innovation

Das von Seedtag entwickelte Extra Blend-Layout stärkt die Assoziation einer Marke mit dem redaktionellen Inhalt, in dem die Werbung erscheint: Bilder und Videos sind ansprechender und können die Aufmerksamkeit des Nutzers länger auf sich ziehen. Marken können so ihre Botschaften effektiv kommunizieren und einen höheren Ad-Recall erzielen.

Kreativ-Effekte wie Seedtags Extra Blend sind so konzipiert, dass sie sich nahtlos in redaktionelle Inhalte integrieren und als Teil des Contents selbst wahrgenommen werden. Gleichzeitig bieten sie Werbetreibenden die Möglichkeit, ungewöhnliche und weniger alltägliche Ideen umzusetzen, um die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppen zu gewinnen.

Von IAS (Integral Ad Science) und MOAT (Oracle Adertising) zertifizierte Testergebnisse zeigen, dass die Video-Skip-Rate im Vergleich zu identischen Kampagnen, die mit anderen, weniger integrierten Lösungen ausgespielt wurden, durch den Einsatz der neuen Extra Blend-Solution um 85 Prozent sinkt. Auch die Anzahl der Klicks stieg im Durchschnitt um 118 Prozent, während die Click-Through-Rate (CTR)

um mehr als 0,9 Prozent anstieg. Außerdem konnte die Testkampagne durch den neuen Extra Blend-Effekt mehr als 22 Prozent VCR (Video Completion Rate) erzielen.

Der Extra Blend-Effekt integriert die Werbeanzeige in das Bild des Artikels, belässt dabei aber immer 40 Prozent des Originalbildes im sichtbaren Bereich. So kann sichergestellt werden, dass die Werbebotschaft genügend Platz einnimmt, ohne das Originalbild vollständig zu verdecken.

Nahtlose Verschmelzung von Werbeanzeigen und Content
Fernando Pascual, Global Head of Design bei Seedtag, erklärt:

> *„Die Integration in kontextuelle Werbung vervielfacht die Vorteile, die kontextuelle Werbung für Marken bietet. Mit dem Extra Blend-Effekt helfen wir unseren Kunden, für ihre Zielgruppen relevanter zu sein, da ihre Anzeigen nahtlos mit den Inhalten verschmelzen, für die sich die Zielgruppe interessiert. Das ist der größte Vorteil des neuen Effekts: Anzeigen werden in den Inhalt eingebettet, in den sie passen."*

Kontextuelle Werbung ist ein überaus effizienter Weg, Anzeigen auszuspielen, die in direkter Verbindung mit dem Content stehen, den der Leser gerade konsumiert – ohne die Verwendung von Cookies oder die Erfassung persönlich identifizierbarer Informationen (PII). Seedtag hat eine kontextuelle KI-Technologie entwickelt, die Werbetreibenden eine breite Palette an innovativen Möglichkeiten und Tools zur Verfügung stellt, um eine optimale Integration von Werbeanzeigen in redaktionelle Inhalte zu ermöglichen. Die individuell angepassten Lösungen führen zu positiveren Nutzerreaktionen als traditionelle Werbeanzeigen, da sie von den Nutzern als ansprechender, angenehmer und interessanter empfunden werden.

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 Martic
Rotwand Digitale PR GmbH
anton.martic@rotwand.net
+49 (0) 89 7167223-10