



PRESSEMITTEILUNG

Erfolgreich gestartet: Das Self-Service Business von Taboola erzielt im ersten Jahr eine *Run Rate* von knapp 100 Millionen US-Dollar

New York, 18. Januar 2018 - Taboola, die führende Discovery-Plattform, startete im 4. Quartal 2016 ein neues Angebot für werbetreibende Unternehmen: ein globales Self-Service-Business, das in nur einem Jahr eine *Run Rate* - ein hochgerechnetes Jahresergebnis - von knapp 100 Millionen US-Dollar erwirtschaftete. Die Self-Service-Plattform bietet Marketingverantwortlichen auf der ganzen Welt einen einfachen Zugang zu einer Milliarde Konsumenten, die sich im Open Web auf den Partner-Publisher-Seiten von Taboola informieren.

Der Erfolg der Self-Service-Plattform wird der hohen Performance des einzigartigen und relevanten Branchenangebots zugeschrieben. Besonders heute brauchen Unternehmen eine kosteneffiziente und skalierbare Lösung, um neue Zielgruppen außerhalb von Search und Social Media zu erreichen, die zu ziemlich überladenen und wettbewerbsfähigen Kanälen geworden sind. Deshalb ist die Self-Service-Plattform besonders bei Entrepreneuren und jungen Geschäftsinhabern beliebt, um die Bekanntheit zu steigern, Engagement für eine Marke zu wecken und schließlich Unternehmenswachstum zu generieren.

Auch das deutsche Spielesoftwareunternehmen Goodgame Studios aus Hamburg nutzt die Self-Service-Plattform von Taboola. Mary J. Kim, Senior Online Marketing Manager von Goodgame Studios, sagt: „Wir suchen immer neue Wege, um relevante Nutzer für unsere Spiele zu finden. Taboola bietet uns einen einfachen Weg, die richtigen Nutzer an unser Angebot heranzuführen. Das native Layout erscheint für viele Nutzer angenehmer als die vielen unterschiedlichen Anzeigenformate, die es im Netz gibt und von denen die Nutzer regelrecht bombardiert werden können. Wenn aber ein Angebot ansprechender gestaltet ist, dann erzielt man auch eine harmonische Nutzererfahrung.“

Die Self-Service-Plattform von Taboola ermöglicht bereits heute die volle Kampagnen- und Budgetkontrolle, A/B-Testing wie Creative Tests über eine Integration mit Getty Images sowie Targeting- und Kampagnenoptimierung über die Nutzung von Real-Time-Reports. Taboola plant die Investitionen in die Plattform im Jahr 2018 fortzusetzen und erheblich zu steigern. So sollen neue Targeting- und Report-Funktionen zur Verfügung gestellt werden. Ein Ziel für dieses Jahr lautet auch, neue Features für den automatisierten Kampagnen-Managementprozess bereitzustellen.

„Etwas neues zu entdecken, gleicht einem magischen Moment“, sagt Adam Singolda, Gründer und CEO von Taboola. „Genau solch einen magischen Moment sollen auch Entrepreneure und kleinere Unternehmen gestalten können, indem sie Menschen erreichen, die ihre Produkte zum ersten Mal entdecken. Marketingverantwortliche verdienen einfach neue Chancen, die sich außerhalb der bekannten Walled Gardens finden.“

Über Taboola

Taboola ist die führende Discovery Plattform, die mehr als 450 Milliarden Empfehlungen für Artikel, Blogs, Videos, Produkte und Apps auf tausenden Premium Websites und mobilen Dienstleistern verbreitet und so jeden Monat über 1 Milliarde Unique User auf der ganzen Welt erreicht. Publisher, Markenverantwortliche und Performance-Advertiser verwenden Taboola, um User länger auf Ihrer Website zu halten, Traffic zu monetarisieren und darüber hinaus über organischen sowie gesponserten Content und Videos relevante Zielgruppen zu erreichen. Zu den Partnern von Taboola zählen USA TODAY, Huffington Post, MSN, Business Insider, The Independent, L'Express und The Weather Channel sowie viele weitere führende Publisher, auf jedem Kontinent dieser Erde. In Deutschland nutzen u.a. Axel Springer Media Impact mit „Die Welt“, Ströer Content Group, Sport1 und MHS Digital den individualisierten Discovery Service.

Taboola ist ein globales Unternehmen mit lokalen Niederlassungen. Der Hauptsitz von Taboola ist in New York City. Weitere Niederlassungen befinden sich in London, Los Angeles, Tel Aviv, Neu-Delhi, Bangkok, São Paulo, Peking, Shanghai, Istanbul, Seoul, Sydney und Tokio. Weitere Informationen auf www.taboola.com Twitter: [@Taboola_DACH](https://twitter.com/Taboola_DACH)

Pressekontakt Taboola:

Dana Miller, Director, Corporate Marketing
M: +1.646.712.3826, E: dana.miller@taboola.com

Pressekontakt für Taboola DACH:

Talisman Kommunikation und Imagebildung
Heike Bedrich
M: Heike Bedrich: +49.171.543 21 69
E: taboola@talisman-pr.de Presse_dach@taboola.com