



PRESSEMITTEILUNG

HubSpot und Taboola starten strategische Partnerschaft für Content-Discovery

Ab sofort ist der Kampagnenmanager von Taboola in HubSpot integriert, sodass Vermarkter direkt aus HubSpot ihre Discovery-Kampagnen in Echtzeit starten können

New York / London, 1. Juni 2018 – Taboola, die führende Discovery-Plattform, gibt eine strategische Partnerschaft für Content-Discovery mit HubSpot, eine führende All-in-one-Plattform für Inbound-Marketing, Sales, CRM und Kundenservice, bekannt. Ab sofort können Kunden von HubSpot ihre Content-Marketing-Kampagnen nahtlos über die HubSpot-Plattform mit Taboola starten.

HubSpot arbeitet weltweit mit mehr als 40.000 Markenunternehmen zusammen, die ab sofort einen direkten Zugang zu Taboolas Content-Discovery-Plattform erhalten. Unternehmen, die zum Beispiel Blog-Posts erstellen und über Taboola bewerben möchten, können nun ihre Discovery-Kampagnen direkt in der HubSpot-Plattform erstellen und aktivieren. Auf diese Weise werden neue relevante Zielgruppen erreicht, zudem erhalten Werbetreibende die volle Kontrolle über ihre Kampagnen in der HubSpot-Plattform. Die Integration lässt die Ausrichtung der Kampagnen auf mehrere Zielgruppen zu sowie die Verwaltung der Kampagnenbudgets, A/B-Testing von Creatives über eine Taboola-Integration mit [Getty Images](#) und die Optimierung der Kampagnenleistung über Echtzeit-Reportings, um eine höhere Conversion-Rate zu erzielen.

Erst kürzlich verkündete Taboola, dass seine [Self-Service-Plattform](#) für Content-Discovery für Marketingexperten im ersten Jahr eine Run-Rate von fast 100 Millionen US-Dollar erzielte. Über die Plattform erhalten Werbetreibende eine kosteneffiziente und skalierbare Lösung, um weltweit mehr als 1,4 Milliarden User auch außerhalb von Social oder Search zu erreichen, indem sie relevante Content-Empfehlungen mit hohem redaktionellen Nutzwert auf Premium-Publisher Websites in einer sicheren Markenumgebung platzieren.

„Um unsere Kunden dabei zu unterstützen, so kosteneffizient wie möglich zu wachsen, suchen wir immer nach neuen Wegen in der Vermarktung. Taboola wird bereits von vielen unserer Kunden genutzt und wir freuen uns daher sehr, ihnen eine einfache Möglichkeit für die Optimierung ihrer Content-Marketing-Aktivitäten zu bieten“, sagt Kevin Raheja, Director of Strategic Partnerships bei HubSpot. „Wir haben bereits Search und Social integriert und wollten unser Angebot weiter ausbauen. Discovery ist die perfekte Ergänzung. Taboola ist eine großartige Plattform, die auf Premium-Publisher Websites und in einer für Marken sicheren Umgebung eine enorme Reichweite bietet.“

„Jede Marke hat eine Geschichte, die es verdient hat, erzählt und gehört zu werden. Wir wollen daher so vielen Markenunternehmen wie möglich helfen, ihre potenzielle Zielgruppe effektiv und einfach zu erreichen“, sagt Adam Singolda, CEO und Gründer von Taboola. „Wir befinden uns in einer Ära des Storytelling und große wie kleinere Unternehmen wechseln

von traditioneller Werbung zu Storytelling. Mit unserem Discovery-Angebot bieten wir Werbetreibenden eine Alternative zu Suchmaschinen- und Social-Media-Marketing an. Wir sorgen für mehr Reichweite und Glaubwürdigkeit, indem wir unseren Kunden dabei helfen, auf Premium-Publisher-Websites entdeckt zu werden.“

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 Diensten verbreitet und so jeden Monat über 1 Milliarde Unique User auf der ganzen Welt erreicht. Publisher, Markenverantwortliche und Performance-Advertiser verwenden Taboola, um ihre Besucher an ihre Website zu binden, ihren Traffic zu monetarisieren und darüber hinaus über organischen wie ‚sponsored‘ Content und Video interessante 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