

Metallica erreicht mit Taboola High Impact Heavy-Metal-Fans auch jenseits von Social Media



“Um das neue Album von Metallica zu promoten, wollten wir neue, hochwertige Zielgruppen erreichen, die in sozialen Netzwerken traditionell schwer zu erreichen sind. Taboola war unser idealer Partner. Wir haben uns sehr gefreut, die neue Taboola High Impact Lösung für unsere Kampagne einsetzen zu können.”

-Frederik Landwehr, Head Of Digital Advertising,
Universal Music Group

+260.000

Videoaufrufe von Heavy-Metal-Fans

Kunst aus dem Stegreif „Improviser in Residence“ beleben seit 2008 jeweils ein Jahr lang das künstlerische Leben am Niederrhein auch abseits des Festival-Zeitraums. Den Anfang machte Angelika Niescier, aktuell lebt und wirkt das New Yorker Duo Talibam in Moers und macht dort eine Menge Krach. Für das Jubiläum kehren alle Improvisations-Künstler zurück und bilden ein Kollektiv, das die gesamte Spannweite aus 14 Jahren abbildet – die Große Kleine Allee-Band.



UNTERNEHMEN

Universal Music Group (UMG) ist das weltweit bedeutendste Musikunternehmen. Die Gruppe verfügt über ein breites Spektrum in den Geschäftsbereichen Musikproduktion, Musikverlagswesen, Merchandising und audiovisueller Inhalte in mehr als 60 Ländern.

HERAUSFORDERUNG

Die Vermarktung des 2020 erschienenen Metallica-Albums S&M2 und die damit verbundene Erschließung einer hochwertigen Zielgruppe auf dem deutschen Markt.

LÖSUNG

Mit **Taboola** High Impact Video-Kampagnen, der Lösung für Brand Awareness, hochwertige Zielgruppen auf Premium-Websites erreichen.

ERGEBNIS

UMG erzielte in nur fünf Monaten **260.000 Videoaufrufe** von Metallica-Fans durch hochwirksame Hero Placements auf Publisher-Websites.

Universal Music Group promoted das Metallica Album Release 2020 mit Taboola High Impact

Einführung

Universal Music Group (UMG) ist das weltweit bedeutendste Musikunternehmen. Es hat zum Ziel, Kultur durch die Kraft von Kunst zu formen, und ist eine Gemeinschaft von Unternehmern mit dem Anspruch auf Kreativität und Innovation. UMG verfügt über ein breites Spektrum in den Geschäftsbereichen Musikproduktion, Musikverlagswesen, Merchandising und audiovisueller Inhalte in mehr als 60 Ländern. Sie identifizieren und fördern Aufnahmekünstler und Songwriter und produzieren, vertreiben und vermarkten die von Kritikern am meisten gefeierte und kommerziell erfolgreichste Musik. So begeistern und unterhalten sie Fans auf der ganzen Welt.

Universal Music Group erreicht weitreichende Zielgruppen auf Premium-Websites in Deutschland

UMG wollte die Veröffentlichung des neuen Metallica Albums "S&M2" 2020 in Deutschland in Szene setzen. In diesem Album trifft Heavy Metal auf klassische Musik in einem Live-Konzert mit Metallica und der San Francisco Symphony – ein eindruckliches Erlebnis für das sich ein Video-Werbeformat perfekt eignet. UMG ist immer auf der Suche nach innovativen Wegen, um neue Zielgruppen skaliert zu erreichen und wählte daher Taboola, ihren bevorzugten Partner für Native Advertising.

Für diese Kampagne wurden neue, hochwertige Zielgruppen gesucht, die traditionell in sozialen Netzwerken schwer zu erreichen sind. UMG entschied sich dafür, Musikfans durch Videos zu erreichen, die auf Premium-Publisher-Websites durch KI-gesteuerte Empfehlungen von Taboola platziert wurden.

UMG realisierte die Videokampagne mit Taboola High Impact, einer Lösung zur Steigerung der Markenbekanntheit in Momenten der Aufmerksamkeit und in Umgebungen von professionell produzierten Redaktionsinhalten.

"Wir wollten, dass Musikfans von diesem neuen bahnbrechenden Album erfahren. Taboola High Impact war für uns eine großartige Möglichkeit, eine hohe Brand Awareness für Metallica zu erreichen und das Album in einer markensicheren Umgebung zu bewerben sowie emotionale Videoinhalte in großem Rahmen zu kommunizieren."

Katharina Simeth, Digital Advertising Manager, Universal Music Group

UMG freut sich auf die zukünftigen Werbekampagnen mit **Taboola**.