

## Acast lanserar de första videoannonskampanjerna på Apple Podcasts tillsammans med State Farm® och T-Mobile

**Acast, den globala marknadsledaren inom podcasting, presenterar idag de första integrerade videokampanjerna på Apple Podcasts. Acast blir därmed första aktör att framgångsrikt kommersialisera Apples nya videomiljö och banar väg för nästa steg i utvecklingen av podcasts som annonskanal för globala varumärken.**

Pionjärer som State Farm och T-Mobile använder nu Acasts annonsteknik och Apples HLS-teknologi för att rulla ut de första integrerade kampanjerna som kombinerar ljud och bild på plattformen. Tack vare Acasts nätverk kan dessa varumärken nå Apples videopublik genom ett format som smidigt förenar ljud och video direkt i poddspelaren.

Effekten syns redan. Hittills har 117 poddar aktiverat Acasts nya videostöd (Apple HLS), vilket resulterat i över 1 000 publicerade videoavsnitt till en global publik i främst USA, Frankrike, Storbritannien, Kanada och Australien. Det mest anmärkningsvärda är att man inte bara flyttar befintliga lyssnare till det nya formatet, hela 60 procent av den dagliga tillväxten består av helt nya användare.

Utvecklingen speglar ett skifte i hur vi konsumerar podcasts. Enligt rapporten [Acast Podcast Pulse 2025](#) väljer nu nästan fyra av fem lyssnare världen över att både titta och lyssna på sina favoritshower. Genom att addera rörlig bild till ljudupplevelsen kan varumärken öka sin totala räckvidd med upp till 39 procent.

"Acast har i över ett decennium byggt den infrastruktur som driver den globala podcastekonomin. Nu använder vi den expertisen för att sätta en ny standard för hur video och ljud fungerar ihop för världens största varumärken. Det här är mer än bara en ny funktion, det är en kommersiell milstolpe. Tillsammans med innovatörer som State Farm och T-Mobile definierar vi hur videopodcasts köps, säljs och mäts", säger Greg Glenday, VD på Acast.

"På State Farm strävar vi efter att leda den tekniska utvecklingen för att nå vår publik där de är som mest engagerade. I takt med att konsumenterna rör sig mot mer visuella podcastupplevelser gör samarbetet med Acast att vi kan vara först ut på marknaden med starka kampanjer i dubbla format, som fångar både ögon och öron hos poddlyssnare överallt", säger Alyson Griffin, marknadschef på State Farm.

## För mer information

---

Anders Hägg  
CFO och vice VD  
E-mail: [anders.haegg@acast.com](mailto:anders.haegg@acast.com)

### Investor Relations:

Sofia Markovic  
Tel: +46 73 808 44 39  
E-mail: [investors@acast.com](mailto:investors@acast.com)

## Om Acast

---

Acast är navet i den globala podcastbranschen och bygger den infrastruktur som binder den samman. Det gör det möjligt för kreatörer att växa och tjäna pengar inom ljud, video och sociala medier, och för annonsörer att nå stor räckvidd utan onödiga hinder. Som världens största renodlade podcastbolag för vi samman över 140 000 kreatörer med mer än 4 000 annonsörer världen över. Acast är noterat på Nasdaq Stockholm under kortnamnet ACAST.

## Bifogade filer

---

[Acast lanserar de första videoannonskampanjerna på Apple Podcasts tillsammans med State Farm® och T-Mobile](#)