

Pressmeddelande

17 mars 2022 08:55:00 CET

Adverty ingår exklusivt partnerskap med Super League Gaming för In-Play-annonsering i Roblox

Adverty AB (publ), den ledande specialisten inom in-game-annonsering, lägger till över 150 spel från Roblox i sin växande portfölj för in-play-annonsering med distribution i USA, Norden och utvalda marknader i Latinamerika.

Adverty meddelar idag att bolaget ingått ett exklusivt partnerskapsavtal med spel- och e-sportbolaget Super League Gaming om försäljningen av icke-påträngande och kontextuellt relevanta annonser i Roblox. Förutom ensamrätten i Norden har Adverty även förvärvat rätten att arbeta med Super League i USA och Latinamerika.

Den nya affären utökar Advertys portfölj med över 150 spel innehållande Super Leagues in-play-annonser i Roblox metaverse – en av världens populäraste spelplatser med över 200 miljoner spelare i månaden.

Nyheten kommer efter Super Leagues förvärv av Bloxbiz, en dynamisk plattform skapad specifikt för metaverse-miljöer. Detta stärker monetariseringen och leveransen av icke-påträngande och organiska varumärkesannonser till växande spelargrupper i en tid då dessa plattformar spelar en central roll i det växande metaverse.

"Engagemanget på plattformar som Roblox är av yttersta vikt för varumärken som vill engagera många av världens yngre målgrupper – vilket varumärken som Gucci och Disney redan har insett", säger Thorbjorn Warin, Chief Supply Officer på Adverty. "Vi är mycket glada över att få närvara på den bästa och största dynamiska plattformen för in-game-annonser i Roblox, då det blir allt tydligare att in-game-annonser kommer att spela en kritisk roll i metaverse. Annonsernas unika räckvidd på över 60 miljoner spelare per månad innebär en enorm – och i stort sett outnyttjad – potential för kontextuell varumärkesannonsering."

Thorbjorn tillägger: *"Annonserbjudanden i 'metaverse' kommer så småningom att betraktas på samma sätt som bannerannonser på traditionella webbplatser, eller rent av som annonser i den fysiska världen. Roblox är den idealiska platsen för många varumärken som vill bygga upp en närvaro och integrera tillgångar i redan befintliga upplevelser eller bygga dedikerade världar inom plattformen. Dessutom låter in-game-annonsering marknadsförarna kvantifiera och bevisa annonsernas genomslagskraft."*

"Varumärken världen över får nu direkt access till hela Super Leagues "kidSAFE"-metaverse utbud genom premium-partners som Adverty," säger Mike Wann, strategichef på Super League. "I dessa regioner kommer annonsörer att kunna nå en mycket åtråvärd målgrupp bestående av miljontals passionerade spelare. Oavsett om det är genom dynamiska in-game-annonser, anpassade metaverse-integreringar, immersiva varumärkesupplevelser eller sociala spelupplevelser skapade av spelarnas favoritkreatörer, är vi fast beslutna att tillhandahålla end-to-end-marknadsföringslösningar inom metaverse på global skala."

Denna nyhet fångar in ett stort av intresse för spel och metaverse. När vi ger oss ut i nästa fas av internet och framåtblickande varumärken som Nike, Adidas och Prada börjar investera i virtuella världar, så får varumärkena obegränsade möjligheter att maximera sin kreativitet och skapa mervärde för sina målgrupper. Med ett växande antal varumärken som vill dra nytta av in-game-utföranden, så är In Play-annonsering ett sätt att nå ut med sömlösa och icke påträngande annonser till engagerade och ofta svårnådda målgrupper.

Om Super League Gaming

Super League Gaming (Nasdaq: SLGG) utvecklar och tillhandahåller nätverk av spel, monetiseringsverktyg och produktkanaler för spelplattformar inom metaverse, som stärker spelutvecklare, engagerar spelare och underhåller fans. Bolagets produkter möjliggör en överlägsen tillgång till en publik bestående av spelare i de största globala metaverse-miljöerna, fans till hundratusentals spelinfluencers och åskådare av spelupplevelser på alla stora video- och sociala plattformar. Genom egenutvecklade och patenterade teknisksystem ger bolagets plattform tillgång till aktiva spelgrupper, en ledande annonsplattform inom metaverse, ett nätverk av välbesökta kanaler och originalserier på Instagram, TikTok, Snap, YouTube och Twitch, molnbaserade produktionsverktyg för direktsända videoströmmar, samt en prisbelönt serie av esport-turneringar. Super Leagues produkter ger kraftfulla möjligheter för varumärken och annonsörer att erhålla värdefulla insikter och marknadsinformation om spelare i alla åldrar. För mer information, se superleague.com.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Anders Rössel, Finanschef
Telefon: +46 70 867 00 20
E-post: ar@adverty.com

Om Adverty

Adverty sammanför varumärken och människor genom sin revolutionerande och patenterade annonseringsteknik byggd för spel. Plattformen låter kreatörer och utvecklare monetarisera den fullständiga spelupplevelsen med icke-påträngande, lättintegrerade, sömlösa In-Play™ och In-Menu™ annonser. Adverty är grundat 2016 med kontor i Stockholm, London, New York, Madrid, Helsingfors, Istanbul och Lviv. Mer information på www.adverty.com.

Denna information är sådan information som Adverty AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 2022-03-17 08:55 CET.

Bifogade filer

[Adverty ingår exklusivt partnerskap med Super League Gaming för In-Play-annonsering i Roblox](#)