

München, den 27. April 2023

Michail von Tsurikov wechselt von Red Bull Media House zu XAD spoteffects als neuer Chief Sales & Customers Officer

Das in München ansässige TV Marketing Technologie Unternehmen XAD spoteffects GmbH verstärkt sich ab sofort mit einem erfahrenen Branchenexperten. Michail von Tsurikov begann seine Karriere einst bei NBC Universal Global Networks, bevor er für die ProSiebenSat.1-Gruppe sowie für SKY Media arbeitete. In den vergangenen zwölf Jahren war er zuletzt als Head of Sales Germany bei Red Bull Media House tätig und verantwortete hier die Vermarktung des hauseigenen Senders ServusTV in Deutschland. Nun wechselt Michail von Tsurikov aus der Medienvermarktung auf die Dienstleisterseite und verantwortet in seiner neuen Rolle die Vermarktung der TV MarTech-Lösungen von XAD spoteffects sowie das Account Management. „Ich freue mich sehr auf die Möglichkeit, dem gesamten TV-Werbemarkt mit unseren datenbasierten Erhebungen die Hilfestellung zu geben, den Erfolg von Werbung im TV und CTV zu skalieren und zu interpretieren. Mit unseren Möglichkeiten der Beobachtung des gesamten TV- und Print-Werbemarktes leisten wir darüber hinaus wichtige Dienste für unsere Partner und liefern die Grundlage für Ihre Mediaentscheidungen“, sagt Michail von Tsurikov.

Jasper Sasse, Geschäftsführer der XAD spoteffects: "Wir freuen uns sehr, dass wir mit Michail einen erfahrenen und bestens vernetzten Experten für uns gewinnen konnten."

Über XAD spoteffects

Die XAD spoteffects GmbH mit Sitz in München ist ein TV Marketing Technologie Unternehmen, welches alle Player der TV Mediabranche mit ihren datenbasierten Lösungen dabei unterstützt, bessere Entscheidungen zu treffen - sei es bei der Planung und Optimierung von Bewegtbildkampagnen, der Wettbewerbsbeobachtung, dem Vertrieb von Media, Beratung oder Lösungen oder der Sicherung ihrer Rechte. Sie entstand 2018 durch die Fusion von XAD, gegründet von Andreas Steinrücke, und spoteffects, gegründet von Jasper Sasse. Ihre spotresearch Plattform bildet die Basis für eine vollständige Markt- und Wettbewerbsanalyse des DACH TV-Markts, ihr TV Impact Attribution Tool spoteffects ermöglicht die Optimierung von TV und CTV Kampagnen auf Direct Response KPI's, und ihre spotsync API synchronisiert Onlinewerbung in Echtzeit mit TV-Werbung. Zu ihren Kunden in Deutschland zählen 30 der Top 100 eCommerce TV-Werbetreibenden, eine Vielzahl an TV-Mediaagenturen, sowie mehrere Key Player der TV-Spot Produktionsbranche.