



WIE UNTERNEHMEN MIT CONTENT IHRE MARKETING-ZIELE ÜBERTREFFEN

Die Content-Marketing-Kampagnen von Seat, Yello, Nissan, Babbel, Tourism Ireland, BodyChange und 8fit.

Von  **Outbrain**

ERFOLG MIT CONTENT DISCOVERY

Die weltweit bekanntesten Brands nutzen Content Marketing und Native Advertising für beeindruckende Ergebnisse: Sie begeistern neue und bereits bestehende Kunden in einer Art und Weise, wie es traditionelle Werbung nicht kann. Damit auch wirklich die richtigen Personen die Inhalte sehen und mit ihnen interagieren, ist eine gute Distributionsstrategie notwendig.

Brands wenden sich daher an Outbrain, die weltweit führende Content-Discovery-Plattform. Wir distribuieren Content über unser hochperformantes Native-Marketing-Netzwerk. Unsere Technologie empfiehlt jeden Monat über 250 Milliarden passgenaue Empfehlungen an die jeweilige Zielgruppe. Dank unserer exklusiven Partnerschaften mit ausgewählten Publishern erreichen wir jeden Monat weltweit über eine halbe Milliarde Menschen auf Premium-Umfeldern. In Deutschland erreicht Outbrain 83% der werberelevanten Zielgruppe und insgesamt über 43 Millionen Unique User.

Die folgenden Beispiele zeigen Content Discovery in Aktion sowie unterschiedliche Strategien, die zu großem Erfolg bei nationalen und internationalen Unternehmen geführt haben. Sie unterstreichen, wie effektiv die Kombination richtiger Inhalte mit nativen Formaten und innovativer Technologie sein kann:

- ▶ **SEAT:** Leistungsstarke Generierung von Probefahrten
- ▶ **Yello:** Reichweitenaufbau und Steigerung der Markenwahrnehmung
- ▶ **Babbel:** Skalierbare Generierung von Registrierungen
- ▶ **8fit:** Skalierbare Generierung von App-Downloads
- ▶ **Nissan:** Kostenreduktion in der Neukundengewinnung
- ▶ **Tourism Ireland:** Brand Engagement mit Content
- ▶ **BodyChange:** Effektive Leadgenerierung





CASE STUDY 1:

WIE SEAT MIT POSITIVEN FAHRBERICHTEN KLASSISCHES DISPLAY-RETARGETING OUTPERFORMED

ZENTRALE THEMEN:

- Steigerung Conversion Rate
- Leistungsstarke Generierung von Probefahrten
- Interessenbasiertes Retargeting

ÜBERBLICK

Die Webseite des internationalen Automobilherstellers SEAT enthält ein breites Angebot an hochwertigen Inhalten (Owned Media), wie z.B. umfassendes Video- und Bildmaterial, Produktbeschreibungen, Probefahrt-Anmeldungen und Broschüren zum Herunterladen. SEAT konnte zudem eine Vielzahl positiver Produktbewertungen (Earned Media) aus der Automobilpresse in Großbritannien gewinnen. Durch die Zusammenarbeit mit der Empfehlungsplattform Outbrain wollte SEAT mehr Aufmerksamkeit für drei seiner Flaggschiff-Modelle gewinnen, den Traffic auf der Webseite steigern und insbesondere Probefahrt-Anmeldungen und Broschüren-Downloads steigern.

„Bei SEAT betrachten wir unabhängige und glaubwürdige Testberichte als elementaren Bestandteil für die Kaufentscheidung des Kunden. Mithilfe von Outbrain konnten wir online die Besucherzahlen dieser Testberichte maximieren, die Kosten pro Lead für Probefahrten maßgeblich senken und sie somit zu einem wichtigen Bestandteil unseres gesamten Marketing-Mixes machen.“

CLAUDIA ULRICH
COMMUNICATIONS MANAGER BEI SEAT





ERGEBNISSE

SEATs Entscheidung, mit Hilfe von Outbrain die Reichweite unabhängiger positiver Testberichte auf britischen Webseiten zu erhöhen, führte zu großem Erfolg. Im Vergleich zum vorher durchgeführten Brand-Website-Retargeting konnte eine 48% höhere Conversion Rate auf den Seiten für Probefahrt-Anmeldungen und Broschüren-Downloads erzielt werden.

48%

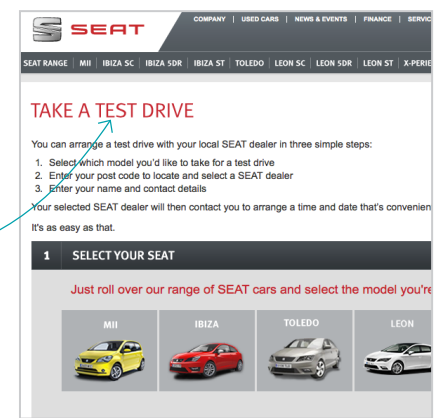
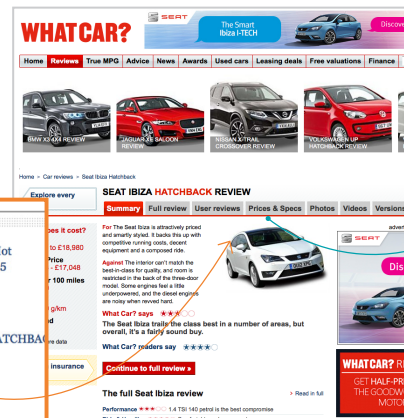
HÖHERE CONVERSION
RATE ALS NUR MIT
SITE-RETARGETING*

1.400

CONVERSIONS IN
EINEM MONAT

19€

KOSTEN PRO LEAD**





CASE STUDY 2:

WIE YELLO MIT OUTBRAIN DIE BESUCHERZAHL SEINES CONTENT HUBS UM 80 PROZENT STEIGERT

ZENTRALE THEMEN:

- ▶ Reichweitenaufbau abseits der bekannten Social-Media-Kanäle
- ▶ Steigerung der Brand Awareness
- ▶ Distribution von relevanten Inhalten rund um das Thema Energie

ÜBERBLICK

Die Yello Strom GmbH aus Köln ist eine der bekanntesten Energiemarken für Strom und Gas in Deutschland. Besonders viel Wert legt das Unternehmen auf faire und attraktive Angebote sowie guten und innovativen Kundenservice. So ermöglicht die neue App "kWhapp" Kunden wie auch Nichtkunden die volle Kontrolle über ihren Stromverbrauch, ihren Abschlag und ihre Kosten. Der Strom- und Gasanbieter startete bereits im November 2015 eine erste, kleinere Testkampagne für den Content Hub „Yello Bloghaus“ über alle Devices wie Desktop, Tablet und Mobile hinweg. Diese Kampagne bildete die Basis für eine langfristig angelegte Zusammenarbeit mit dem Ziel, affine User auf den Blog aufmerksam zu machen, mit interessanten Inhalten zu erreichen und eine positive Markenwahrnehmung zu erzeugen.

“Outbrain hat uns dabei geholfen, die Lebensdauer von Owned Media deutlich zu verlängern und die Aufmerksamkeit gezielt auf ausgewählte Artikel zum Thema Energie zu lenken. Im Rahmen der strategischen Ausrichtung bei Yello werden wir auch weiterhin auf Outbrain als Partner setzen und die Reichweite des Blogs maximieren.”

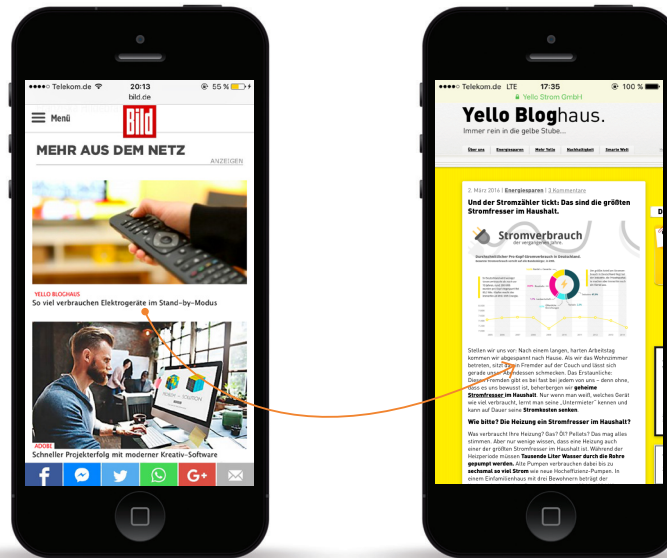
SEBASTIAN BUNGART

ONLINE MARKETING MANAGER BEI YELLO STROM GMBH



ERGEBNISSE

Durch die Distribution der Inhalte des Content Hubs „Yello Bloghaus“ über das Outbrain Premium-Publisher-Netzwerk hinweg konnten die Besucherzahlen des Blogs nachweislich um 80 Prozent gesteigert werden. Dabei blieben die KPIs Verweildauer, Bounce-Rate und Page Impressions pro Visit stabil. Mithilfe von Outbrain konnte zudem eine CTR von bis zu 0,70% bei Bestperformern erreicht werden. Zusätzlich konnten positive vertriebliche Effekte beobachtet werden. Mit Outbrain gelang es Yello, den CPA seit November 2015 um den Faktor 16 zu reduzieren.



0,70%
MAX. CTR

+80%
USER AUF „YELLO BLOGHAUS“

16X
GERINGERER CPA

CASE STUDY 3:

WIE DIE ONLINE SPRACHLERN-PLATTFORM BABBEL MIT OUTBRAIN REGISTRIERUNGEN UND APP-DOWNLOADS SKALIERBAR MACHT

ZENTRALE THEMEN:

- Mehrsprachige Kampagne
- Content für Conversions
- Evergreen Content, Inhalte mit zeitlosem Charakter

ÜBERBLICK

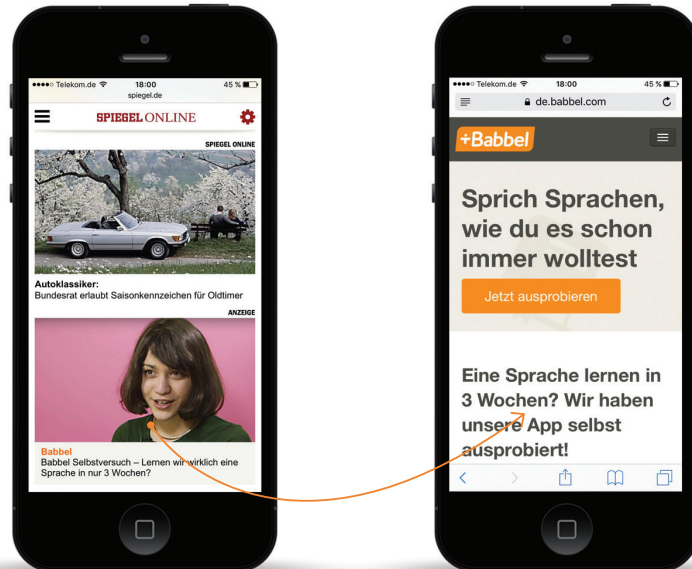
Babbel ist eine Online Sprachlern-Plattform. Sie bietet alles, was man braucht, um eine neue Sprache zu sprechen, zu schreiben und zu verstehen. Nutzer können 13 Sprachen lernen - wann immer und wo auch immer sie wollen - auf ihrem Computer, Tablet oder Smartphone. 2008 gegründet, hat Babbel mittlerweile über 20 Millionen Nutzer aus über 190 Ländern. Babbel nutzt sein Online-Magazin als Content-Marketing-Kanal, um Lern-Interessierte zu erreichen und zugleich mehr Registrierungen und App-Downloads zu bekommen.

“Durch erhöhten Traffic sowie mehr Registrierungen und Abonnenten konnten wir gleich klare und messbare Ergebnisse sehen. Wir haben uns Outbrains weltweite Reichweite schnell zunutze gemacht, indem wir die Inhalte, die wir vervielfältigen wollten, neben Englisch gleich auch noch in fünf anderen Sprachen veröffentlicht haben. So konnten wir unser Online-Magazin auf der ganzen Welt verbreiten.”

EDWARD WOOD,
SENIOR CONTENT MARKETING MANAGER BEI BABBEL

ERGEBNISSE

Babbel probierte Outbrain zu Beginn nur mit einem Artikel aus: "10 Tipps und Tricks, um eine Sprache zu lernen". Nachdem positive Ergebnisse sichtbar wurden, erweiterte Babel die Kampagne und verwendet nun Outbrain als wertvolle Ergänzung seiner Marketing-Strategie, um eine große Bandbreite an Content in verschiedenen Ländern, Sprachen und Plattformen zu verbreiten. Die Zahl der Registrierungen, die aufgrund der Verbreitung der Inhalte des Magazins generiert wurden, stieg im dreistelligen Prozentbereich im ersten Monat an, in dem Babel mit Outbrain zusammenarbeitete. Outbrain wurde dank der 4,5 Millionen Nutzer, die die Plattform jeden Monat auf das Magazin brachte, zu einem der größten Traffic-Lieferanten für Babel. 80% dieser Nutzer waren Neuzugänge.



4,5 MIO.
BESUCHER MONATLICH

80%
NEUE USER



CASE STUDY 4:

WIE 8FIT MIT HILFE VON OUTBRAIN DIE ANZAHL DER APP-DOWNLOADS UND REGISTRIERUNGEN STEIGERT

ZENTRALE THEMEN:

- Steigerung der App-Downloads und Registrierungen
- Distribution von relevanten Fitness- und Gesundheitsthemen

ÜBERBLICK

8fit macht fit für den Alltag. Mit personalisierten Workout- und Ernährungsplänen hilft die seit 2014 existierende Fitness-App Menschen erfolgreich dabei, im Alltag aktiv zu bleiben und gesetzte Fitness-Ziele zu erreichen. Anders als andere Fitness-Apps stellt 8fit nicht nur Pläne auf, sondern erklärt seinen Nutzern mithilfe von Schritt-für-Schritt-Anleitungen auch, wie sie ihre Ziele erreichen können. Mit der Zurverfügungstellung von relevanten Inhalten zu den Themen Fitness und Gesundheit möchte 8fit das Interesse potentieller Nutzer der App wecken und diese zum 8fit Online-Magazin bringen. Dort sollen sie sowohl mit bereits vorhandenen als auch neu erstellten Inhalten dazu motiviert werden, die Fitness-App von 8fit herunterzuladen und sich im Anschluss für ein Abo zu registrieren.

“Die Partnerschaft mit Outbrain hat unsere Erwartungen bei Weitem übertroffen. Mit Outbrain haben wir einen Kanal gefunden, über den wir unseren Content sehr skalierbar distribuieren und zudem bessere Ergebnisse erzielen können, als über andere Marketingkanäle. Mithilfe der Empfehlungs-Technologie von Outbrain können wir die Erschließung unserer Zielgruppe um bis zu 80% steigern und mobile Nutzer generieren, die nicht nur von unserem Content inspiriert werden, sondern ihr Engagement auch durch den Download unserer App und den Abschluss eines Abonnements unter Beweis stellen.”

SAMAN HASHEMIAN,
CMO BEI 8FIT



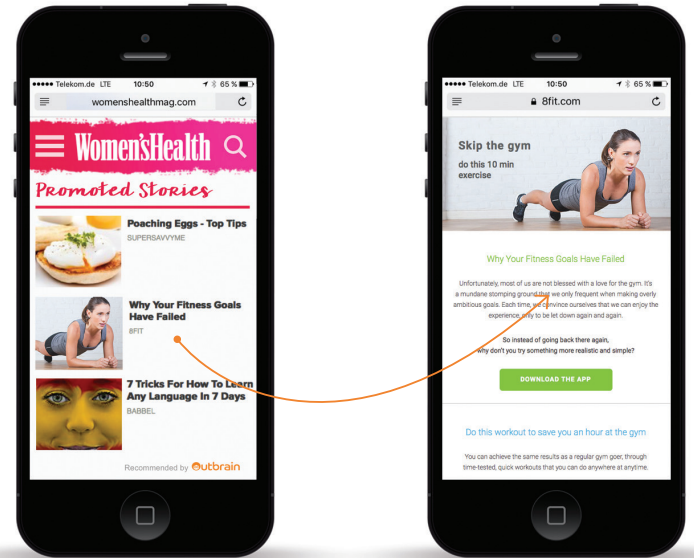
ERGEBNISSE

Durch die Distribution der Fitness- und Gesundheitsinhalte über das Outbrain Premium-Publisher-Netzwerk konnte 8fit ein qualitativ sehr hochwertiges neues Publikum für sich gewinnen. Seit dem Beginn der Zusammenarbeit im Oktober 2015 profitiert 8fit erfolgreich von einem neuen Publikum und konnte seine App-Downloads und anschließenden Registrierungen deutlich steigern. Innerhalb von 4 Monaten wurde die Fitness-App mehrere hunderttausend Mal heruntergeladen, was bedeutet, dass die 8fit-App das starke Wachstum auch Outbrain zu verdanken hat. Die Conversions waren dabei überdurchschnittlich gut.

JEDER 3. LESER
HAT DIE APP INSTALLIERT

> 30.000
APP-DOWNLOADS IM
MONAT

< €2,00
COST PER INSTALL





CASE STUDY 5:

WIE NISSAN MIT EARNED MEDIA RETARGETING SEINE PRÄSENZ UND CONVERSION RATE STEIGERT

ZENTRALE THEMEN:

- Steigerung der Brand Awareness
- Interessenbasiertes Retargeting
- Steigerung Conversion Rate

ÜBERBLICK

Um maximale mediale Aufmerksamkeit für den neuen Nissan Qashqai zu erzielen, distribuierte die Media-Agentur Omnicom für Nissan positive Earned-Media-Inhalte mittels Outbrain Amplify und kombinierte dies mit smartem Retargeting. Zur Optimierung der Conversion Rate wurden die Leser der positiven Berichterstattungen vertrauenswürdiger Auto-Magazine und -Blogs mittels Retargeting nochmals angesprochen. Bei diesem zweiten Kontakt wurden Display-Banner eingesetzt, die zum Besuch der Nissan-Website und der Buchung einer Probefahrt einluden.

“Das Hervorheben von positiven Pressestimmen birgt für Marken ein großes Potenzial - insbesondere im Automobil-Sektor.”

WAHIBA BOURGOU
DIGITAL BUYING DIRECTOR BEI OMG





ERGEBNISSE

Mithilfe von Outbrain ist es Nissan zum Launch des neuen Qashqai gelungen, die Sichtbarkeit der positiven Reviews auf über 54.000 Leser zu steigern und 23 Millionen Impressions im Outbrain Premium-Publisher-Netzwerk auszuliefern. Durch die Optimierung des Kampagnen-Targetings konnte Nissan seinen Cost-Per-Click um 28% verringern. Mit einer Bounce-Rate von nur 44% auf Nissans Kunden-Website war Outbrain im Vergleich die effizienteste von insgesamt drei Kampagnenmaßnahmen. Die Kosten für die Neukundengewinnung waren im Vergleich zu den anderen Aktivitäten sogar 20 Mal geringer.

> 54.000

LESER POSITIVER EARNED
MEDIA INHALTE

23 MIO.

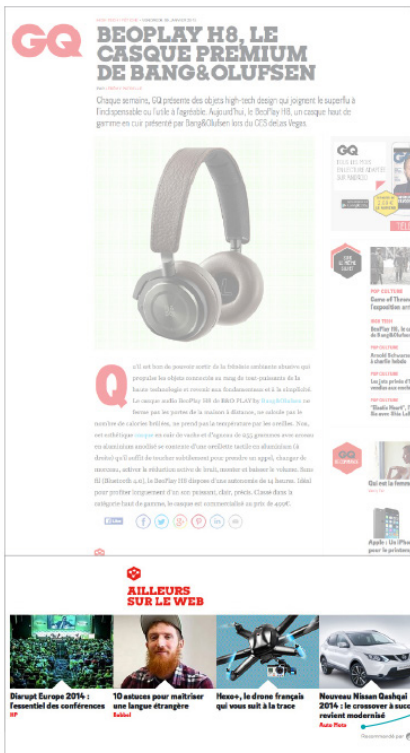
IMPRESSIONS IM OUTBRAIN
NETZWERK

-44%

BOUNCE RATE*

-20X

KOSTEN PRO NEUKUNDE**



*50 % oder weniger gilt als sehr gut (internetmarketingnijas.com) ** im Vergleich zu den zwei weiteren Maßnahmen



CASE STUDY 6:

WIE TOURISM IRELAND MIT OUTBRAIN DAS WEBSITE-ENGAGEMENT SEINER USER STEIGERT

ZENTRALE THEMEN:

- ▶ Website-Engagement (qualitativer Traffic): Absprungrate, aufgerufene Seiten pro Sitzung, Verweildauer
- ▶ Kostensenkung des zu generierenden Traffics
- ▶ Erschließen neuer Zielgruppen
- ▶ Distribution von relevanten Reisetemen

ÜBERBLICK

Tourism Ireland wurde 1998 von der irischen Regierung und nordirischen Parteien gegründet, um die Tourismusindustrie der Insel zu unterstützen. Weltweite Niederlassungen mit insgesamt 160 Mitarbeitern stellen umfangreiche Informationen über das Urlaubsziel Irland auf ireland.com zur Verfügung. Während in der Vergangenheit mit klassischer Bannerwerbung Traffic generiert werden sollte, wird das Interesse der User nun durch die Verbreitung ausgewählter Inhalte rund um Irland im Look&Feel des redaktionellen Umfeldes geweckt. Um eine möglichst breite Zielgruppe anzusprechen, werden auf ireland.com die Vorzüge Irlands in allen Facetten dargestellt.

“Unsere Zusammenarbeit mit Outbrain hat uns entscheidend dabei geholfen, die qualitativen Seitenaufrufe von ireland.com zu erhöhen – und das zu wesentlich reduzierten Kosten. Mit der Content Distribution durch Outbrain konnten wir eine breite und hochaffine Zielgruppe erschließen sowie das Reiseland Irland in den Köpfen von hunderttausenden Website-Besuchern verankern. Wir freuen uns sehr über diese außerordentliche Performance der mit Outbrain umgesetzten Kampagnen.”

KIRSTEN DONNERSTAG
MARKETING MANAGER GERMANY BEI TOURISM IRELAND

ERGEBNISSE

Nach der Umstellung von klassischer Bannerwerbung und anderen Traffic-ausgerichteten Anbietern hin zu Outbrain erhielt Tourism Ireland neben sehr vielen Website-Besuchern auch ein enorm gesteigertes Engagement der User zu niedrigen Kosten. Dank der Reduzierung der Absprungrate um mehr als 33% sanken entsprechend auch die Kosten pro Sitzung ohne Absprung erheblich. Die User verbrachten zudem mit +335% Verweildauer deutlich mehr Zeit auf ireland.com und surfte durch mehr Seiten pro Sitzung (+67%), was das große Interesse an den gelieferten Inhalten und die Performance des Targetings unterstreicht.

+67%

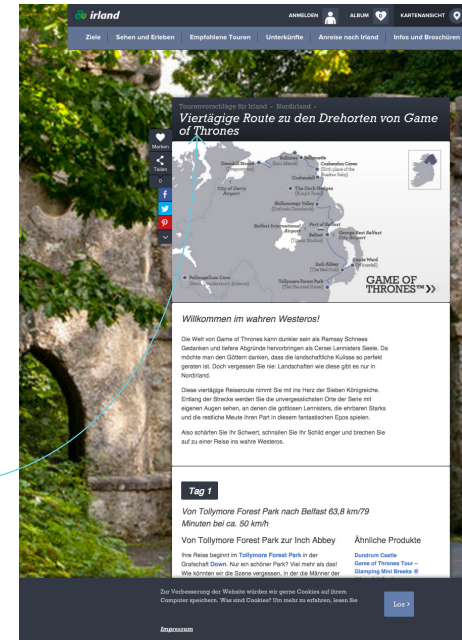
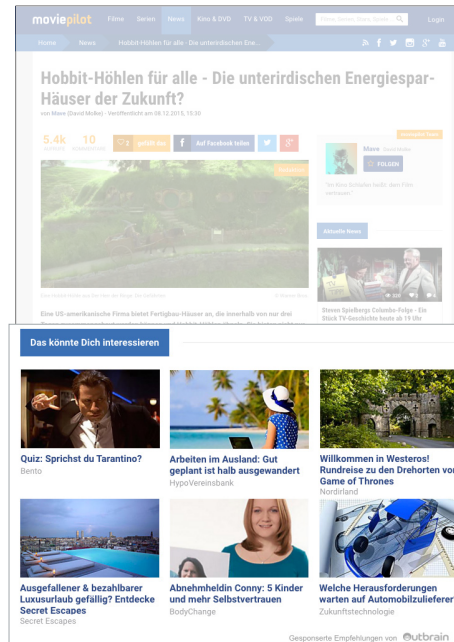
AUFGERUFENE SEITEN /
USER

+335%

VERWEILDAUER AUF
IRELAND.COM

-33%

ABSPRUNGRATE



CASE STUDY 7:

WIE BODYCHANGE MITHILFE VON OUTBRAIN INNERHALB VON 2 MONATEN ÜBER 800.000 NEUE BESUCHER GENERIERT

ZENTRALE THEMEN:

- Steigerung der Leads
- CPL signifikant senken

ÜBERBLICK

BodyChange ist Anbieter für onlinebasierte Abnehm- und Fitness-Coachings, die von einem erfahrenen Team aus hochqualifizierten Ernährungsexperten und Sportwissenschaftlern entwickelt werden. Das Konzept von BodyChange basiert auf einer langfristigen Ernährungsumstellung gepaart mit einer ausdauernden und Fett-verbrennenden Workout-Strategie und/oder einem Fettburner-Shake. BodyChange wollte durch die Zusammenarbeit mit der Empfehlungsplattform Outbrain die Generierung von Leads in Form von Registrierungen per E-Mail-Adresse maßgeblich steigern und zudem den CPL signifikant senken.

“Die Zusammenarbeit mit Outbrain hat uns mehr als überzeugt, dass Content Marketing als Performance-Kanal geeignet ist. Während dieser Zeit konnten wir unseren CPC stark reduzieren und die Conversion Rate sogar steigern, was sich positiv auf unsere Verkäufe ausgewirkt hat.”

SVEN NÜHRIG
DIRECTOR MARKETING BEI SOCIAL MEDIA INTERACTIVE

ERGEBNISSE

Durch die Distribution von Fitness-, Lifestyle- und Health-Content über das Outbrain Premium-Publisher-Netzwerk konnte Social Media Interactive die Lead-Generierung für sein Online-Fitnessprogramm BodyChange maßgeblich steigern. Über einen Zeitraum von lediglich zwei Monaten wurden insgesamt mehr als 800.000 neue Besucher gewonnen. Durch dieses enorm gesteigerte Klick-Volumen konnte der CPC kontinuierlich um über 50% reduziert werden. Zudem senkte Social Media Interactive seinen CPL mit dem Outbrain KPI-Optimierungstool um 66%.

400.000+

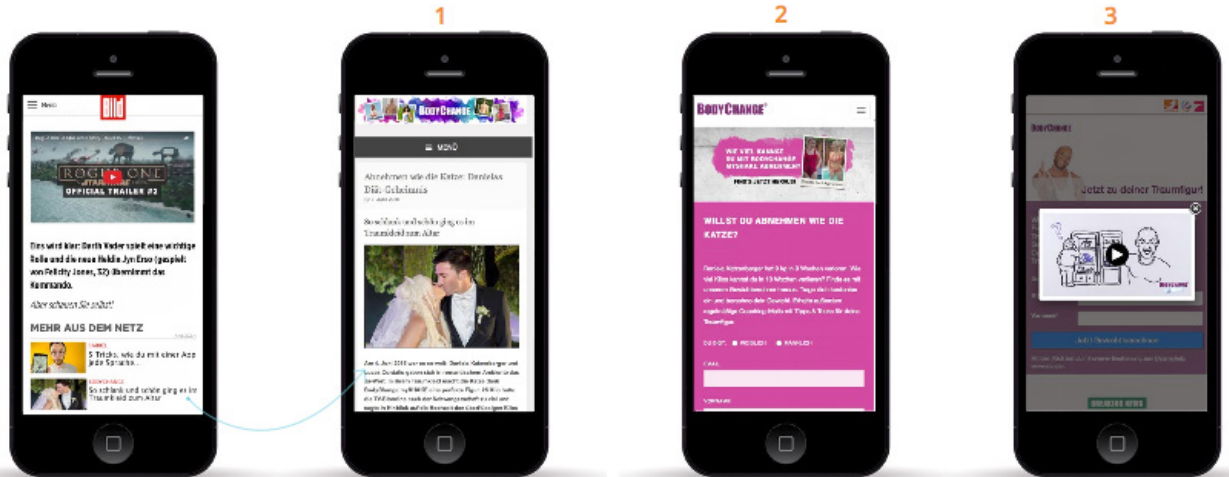
KLICKS/MONAT

10.000+

LEADS

-66%

COST PER LEAD



FAZIT

Die Cases zeigen, dass unabhängig vom Kampagnenziel mit der richtigen Distribution von Content ein großes Potenzial genutzt werden kann. Neben der Verwendung bereits bestehender hochwertiger Inhalte, wie Testberichte, Fahrberichte oder Pressemitteilungen, lohnt sich auch die Kreation von neuen Blogs, Magazinen, Whitepapers oder Videos. Unsere Technologie spielt Ihren Content in Premium-Umfeldern aus und empfiehlt ihn mehr als einer halben Milliarde Menschen im Monat. Content Discovery ist ein extrem effektiver Kanal, mit dem Marken ihre Kunden auf ihren Lieblingsseiten erreichen - dies maximiert die Awareness, das Engagement und die Conversions.

Eine Zusammenarbeit mit Outbrain ist aber nicht das Gleiche wie einfach nur Traffic einzukaufen. Sie platzieren Ihre Brand Story direkt neben vertrauenswürdigen Artikelempfehlungen von Publishern wie SPIEGEL ONLINE, FOCUS Online, Bild.de und den passenden vertikalen Publikationen. Die Werkzeuge für das Aufsetzen von Kampagnen mit spezifischen Zielen sind vielfältig und die Ergebnisse beeindruckend. Im Zentrum steht jedoch immer das Gleiche: großartiger Content.





Machen Sie Brand-Stories zu Brand-Ergebnissen

Outbrain ist die führende Content-Discovery-Plattform und bringt Premium-Publisher und Marketer jeder Größe im dynamischsten Content-Marktplatz zusammen.

Eine einzige Plattform für die besten Content-Interaktionen.

Kontaktieren Sie uns!

www.outbrain.com/de

infode@outbrain.com

[@outbrainDACH](https://twitter.com/outbrainDACH)

MÜNCHEN • KÖLN • NEW YORK • LONDON • PARIS • MAILAND •
MADRID • TEL AVIV • TOKIO • SINGAPUR • SYDNEY • SÃO PAULO •
CHICAGO • WASHINGTON D.C. • LOS ANGELES • SAN FRANCISCO
• ATLANTA

