



“Taboolas High Impact Video-Platzierungen gaben uns Zugang zu gut sichtbaren Platzierungen auf Premium-Websites im offenen Web. Dies führte zu hervorragenden Resultaten für unsere jüngste Markenkampagne”

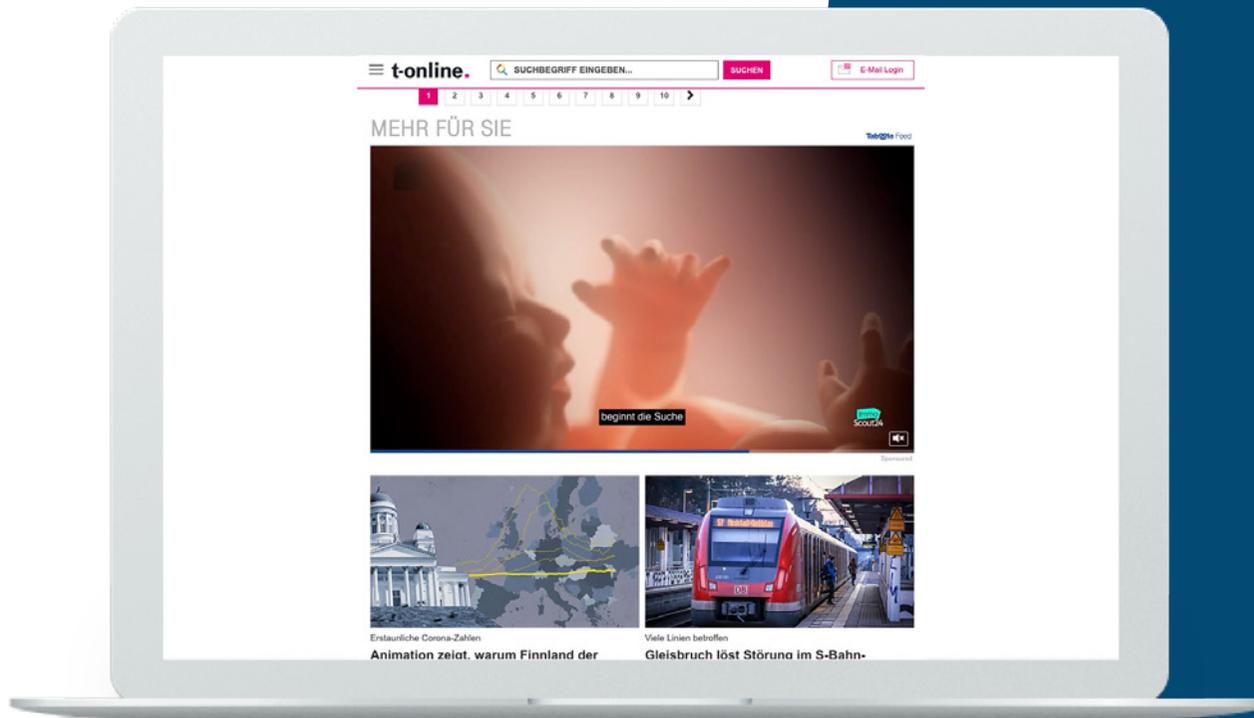
- **Alexandra Zinnow**, Lead PPC Marketing

+345.000

Completed Views



**ImmoScout24 erreicht mit Taboola
High Impact Video-Platzierungen
345.574 Familien auf Wohnungssuche**



UNTERNEHMEN

ImmoScout24 ist die führende Online-Plattform für Wohn- und Gewerbeimmobilien in Deutschland. Das Unternehmen unterstützt jeden Monat 13,8 Millionen Nutzer beim Erwerb ihrer neuen Wohn- oder Gewerbeimmobilie.

HERAUSFORDERUNG

Mithilfe von Video-Marketing einen Weg finden, die Zielgruppe – junge Familien auf Wohnungssuche – in hohem Maße zu erreichen. **ImmoScout24** kalkulierte den Erfolg anhand der Abschlussrate und der Kosten pro abgeschlossener Ansicht (CPCV).

LÖSUNG

Eine **Taboola** Kampagne mit wirkungsvollen High Impact Video-Platzierungen schalten, um eine hohe Sichtbarkeit auf Premium-Websites im ganzen Land zu gewährleisten.

ERGEBNIS

ImmoScout24 generierte mit seiner **Taboola** Kampagne über 345.000 komplettierte Videoaufrufe.

ImmoScout24 erreicht 345.574 Familien mit Taboolas hochwirksamen Video-Platzierungen

Einführung

ImmoScout24 ist eine führende Immobilien-Suchplattform und Marktführer für Wohn- und Gewerbeimmobilien in Deutschland. Das Unternehmen revolutioniert seit über 20 Jahren den Immobilienmarkt und unterstützt jeden Monat erfolgreich 13,8 Millionen Nutzer beim Erwerb ihrer neuen Wohn- oder Gewerbeflächen. Seit 2012 ist **ImmoScout24** auch in Österreich aktiv.



ImmoScout24 verbreitet innovative Video-Creatives mithilfe von Taboola High Impact Platzierungen.

Nachdem COVID-19 zur globalen Pandemie erklärt wurde, wollte **ImmoScout24** Familien erreichen, die nach neuen Wohnungen suchten. In einer Zeit, in der die privaten vier Wände zu Schulbank und Home Office umfunktioniert wurden, sehnten sich viele nach mehr Platz.

Um diese Familien zu erreichen, entwickelte **ImmoScout24** eine Videokampagne mit einer unglaublich einzigartigen Botschaft; ihr Video zeigte keine Schlafzimmer, Küchen oder Badezimmer, sondern würdigte stattdessen unser erstes Zuhause – den Mutterleib.

Um die gewünschte Zielgruppe in hohem Maße zu erreichen, führte **ImmoScout24** seine Videokampagne mit **Taboola** High Impact Platzierungen durch. Hier werden Videos mit Top-Platzierungen auf Premium-Publisher-Websites im offenen Web veröffentlicht.

Das Marketing-Team von **ImmoScout24** entschied sich für die wirkungsvollen Platzierungen von **Taboola**, um die Kontrolle über die Markensicherheit und -umgebung zu behalten. Es wurde sichergestellt, dass die Marke von redaktionellen Premium-Inhalten und keiner anderen Werbung umgeben war.

Taboolas hochwirksame Platzierungen haben sich als erfolgreich erwiesen, um mehr Aufmerksamkeit und Interesse zu generieren.

Taboola High Impact Video-Kampagne erzielte eine bessere Abschlussrate zu geringeren Kosten als die Facebook Video-Kampagne

Der Erfolg der Kampagne von **ImmoScout24** war hauptsächlich auf die hochwertige und einzigartige Videobotschaft zurückzuführen, die durch die Empfehlungs-Engine von **Taboola** verbreitet wurde.

ImmoScout24 nutzte auch Facebook- und YouTube-Anzeigen, um das Video zu verbreiten. Die beeindruckenden Video-Platzierungen via **Taboola** führten dabei zu geringeren Kosten pro kompletierter Ansicht (CPCV) und einer besseren Abschlussrate als die Facebook-Anzeigen. **Taboola** und YouTube waren die leistungsstärksten Kanäle für diese Kampagne.