



Hearts & Science

„Taboola ist es gelungen, uns mit sehr guten Kampagnenergebnissen zu beeindrucken. Wir sehen seit mehr als 3 Jahren eine kontinuierliche Steigerung. Durch die smarte Steuerung der Taboola-KI und unseren Optimierungen konnten wir die Effektivität der Kampagnen dauerhaft verbessern. Taboola liefert hochwertigen Traffic und zeigt uns erneut, dass die Zusammenarbeit mit Taboola für die LBS und uns gewinnbringend ist.“

- Nursanali Aydin, Senior Native Advertising,
Hearts & Science Germany

117%

höhere Click-Through-Rate als bei Display-Kanälen

57%

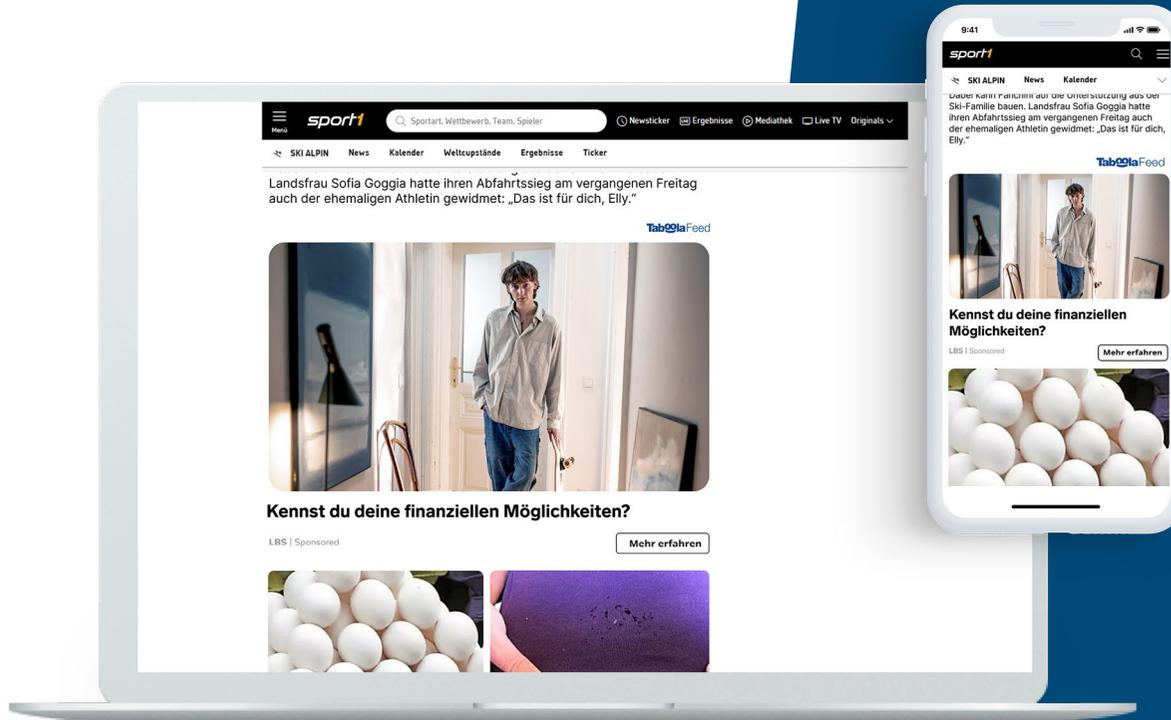
niedrigere durchschn. Cost-per-Click als bei Suchplattformen

39%

niedrigere durchschn. Cost-per-Click als bei Social-Media-Plattformen



LBS und Hearts & Science Germany erreichen 117 %-tige Steigerung der CTR mit Taboola Sponsored Content



UNTERNEHMEN

Die **LBS** Gruppe gehört zur Sparkassenfinanzgruppe und ist mit einem Marktanteil von rund 35 % und 7 Millionen Kund:innen bundesweit die führende Anbieterin für Bauspar- und Finanzierungslösungen mit dem Ziel, Menschen beim Erwerb von Wohneigentum zu unterstützen. **Hearts & Science** ist eine Agentur für integriertes Marketing und gehört zum Netzwerk der **Omnicom Media Group**. Bei **Hearts & Science Germany** arbeiten rund 160 Expert*innen aus den Bereichen Strategie, Kreation, Media und Performance-Marketing für eine nahtlose Integration dieser Kompetenzen in einem Agenturangebot.

HERAUSFORDERUNG

Diversifizierung des digitalen Marketing-Mix der **LBS** durch neue Wege zur Erzeugung hochwertigen Traffics und zur Steigerung des Markenbewusstseins.

LÖSUNG

Zusammenarbeit mit **Taboola** und dem Agenturpartner **Hearts & Science Germany**, um zielgerichtete native Anzeigen auf Premium-Publisher-Seiten zu positionieren.

ERGEBNISSE

LBS konnte dank **Taboola** hochwertige Website-Besucher:innen gewinnen und so die **CTR um 117 % steigern** und den **CPC um 57 % senken**.

LBS erreicht kontextuell ausgewählte Nutzer:innen mit gesponserten Inhalten zum Thema Immobilienfinanzierung

„Unser Ziel ist es, den Website-Traffic zu erhöhen und die Nutzer und Nutzerinnen für die Themen Bausparen, Finanzieren und Modernisieren im Rahmen unserer neuen LBS-Dachkampagne zu sensibilisieren. Die sehr guten Klickraten von bis zu 0,30 % haben uns gezeigt, dass wir passende Nutzer:innen über Native segmentieren und ansprechen. Dank des hochwertigen Traffics von Taboola konnten wir die CTR um 117 % steigern und den CPC im Vergleich zu den anderen Kanälen um 57 % senken.“

- **Birgit Schweinstetter**, Leiterin Marktkommunikation und Digitaler Vertrieb, LBS Bayerische Landesbausparkasse

Einleitung

Die **LBS** Gruppe besteht aus regional organisierten **Landesbausparkassen (LBS)** und ist mit einem Marktanteil von rund 35 % bundesweit die führende Anbieterin für Bauspar- und Finanzierungslösungen. Seit über 90 Jahren bringen die aktuell acht Landesbausparkassen Menschen ins eigene Zuhause. Die in Deutschland ansässige **LBS** bietet ihren Kund:innen unterschiedliche Lösungen zur Finanzierung ihres Hauses, ihrer Wohnung oder ihres Grundstücks an. Die **LBS** berät ihre Kund:innen nicht nur bei der Finanzierung von Wohneigentum und Modernisierungsvorhaben, sondern auch beim Erwerb und Verkauf von Immobilien sowie zu staatlichen Fördermöglichkeiten.



LBS und Hearts & Science Germany steigern Website-Traffic mit Motion Ads von Taboola

Die **LBS**-Gruppe versteht sich als Vorreiterin im digitalen Marketingbereich und nutzt gerne für ihre Kampagnen neue digitale Optionen, um mit ihren (potenziellen) Kund:innen adressatengerecht in Kontakt zu treten. Mit dem Start der neuen Dachkampagne in 2022 war die Zielsetzung daher klar: Die LBS wollte neue Wege für ihre Markenkampagne finden, um qualitativ hochwertige Zielgruppen zu erreichen und die Klickraten (CTR) auf ihre Webseiten zu erhöhen. Die **LBS** war bereits in einer Reihe von Display-Kanälen aktiv, wollte jedoch den digitalen Marketing-Mix diversifizieren, um die Ergebnisse zu verbessern. Mit **Taboola** war dafür der richtige Partner gefunden.

Als weltweit größte Discovery-Plattform bietet **Taboola** den Verbraucher:innen native empfohlene Inhalte in dem Moment, in dem sie bereit sind, sich mit etwas Neuem zu beschäftigen. Mit **Taboola** können Werbetreibende ein Publikum von 500 Millionen täglich aktiven Nutzer:innen auf über 9.000 ausgewählten Publisher-Seiten ansprechen.

LBS arbeitet mit **Taboolas** Partneragentur **Hearts & Science** Germany zusammen. Gemeinsam werden aufmerksamkeitsstarke Anzeigen auf Premium-Publisher-Seiten umgesetzt und ausgespielt. Image Ads mit visuellen

Elementen, Überschriften, Beschreibungen und Handlungsaufforderungen (CTAs) gehören genauso zum Werbemittelmix wie Motion Ads, bei denen es sich um individuell gestaltete Grafiken handelt, die sich ähnlich wie ein GIF bis zu 15 Sekunden lang bewegen.

Jede Werbeanzeige wurde User-zentrisch und kontextuell ausgespielt und regte dazu an, mehr über wichtige Finanz- und Anlagemöglichkeiten zu erfahren. Sobald ein:e Nutzer:in auf eine Anzeige klickte, wurde die Person auf eine individuelle, redaktionelle Landing Page geführt, wo sie mehr über die Lösungen der **LBS** im Bereich Bausparen, Finanzieren, Modernisieren und Immobilien erfahren konnte.

Ergebnis dieser Sponsored-Content-Kampagne in 2022 mit **Taboola** war eine um **117 % höhere Click-Through-Rate** als auf ihren gewohnten Display-Kanälen, einen um **57 % niedrigeren durchschnittlichen Cost-per-Click (CPC)** als bei Suchplattformen und einen um **39 % niedrigeren durchschnittlichen CPC** als bei Social-Media-Plattformen. Letztlich übertraf **Taboola** die Benchmark-Partner der **LBS** nachweislich und half dem Finanzdienstleister, den Marketing-Mix zu diversifizieren und den hochwertigen Website-Traffic zu steigern.