

HEIM

BORA & TERRITORY MEDIA steigern die Markenbekanntheit bei 30 % niedrigerem eCPM mit Taboola-Videoanzeigen

BORA

**TERRITORY
MEDIA**

„Das Account-Team von Taboola unterstützte uns nicht nur bei der Erstellung der Kampagne, sondern versorgte uns auch mit wirklich hilfreichen Erkenntnissen und Optimierungstipps. Die Kampagne wurde in neun verschiedenen europäischen Ländern geschaltet. Das Taboola Team war maßgeblich an der Überwachung der Anzeigen-Performance beteiligt und stellte sicher, dass wir unsere Ziele erreichten. Tatsächlich übertrafen die nativen Anzeigen von Taboola andere Videoformate bei wichtigen Kennzahlen wie eCPM, VTR, CTR und CPC.“

- **Julia Ruhland**, Senior Kampagnen Managerin
Display & Programmatic

30 %

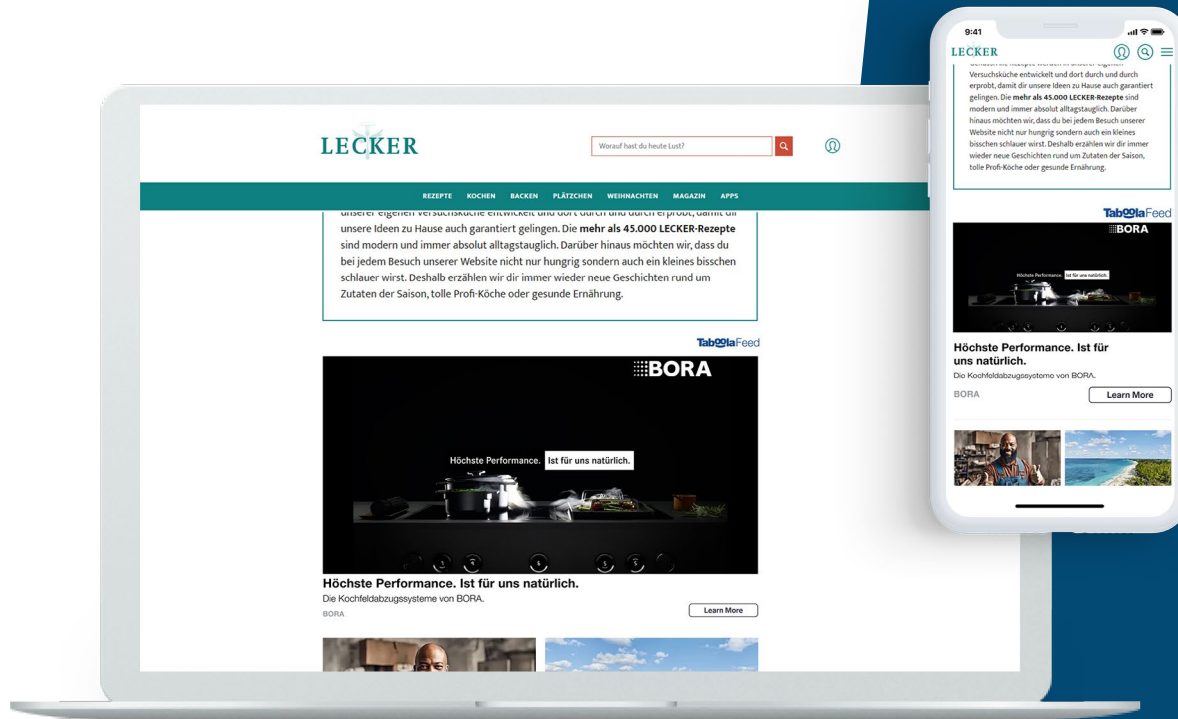
niedriger eCPM als
andere Videoformate

65 %

höhere VTR als
andere Videoformate

2-mal

höhere CTR als
andere Videoformate



UNTERNEHMEN

BORA ist ein deutsches Unternehmen, das hochwertige Einbauküchengeräte mit innovativer Technologie und funktionsfähigem Design vertreibt. **TERRITORY MEDIA** ist eine Full-Service-Agentur, die eine ganzheitliche 360°-Beratung über alle Mediengattungen hinweg bietet.

HERAUSFORDERUNG

Steigerung der Bekanntheit des einzigartigen Kochfeldabzugs von **BORA** durch den Start einer Videokampagne in neun europäischen Ländern.

LÖSUNG

Nutzung von **Taboola** Video- und Motion Ads, um Zielgruppen in nativen, markensicheren Umgebungen zu erreichen.

RESULTATE

Im Vergleich zu anderen Videoformaten erzielten **Taboola**-Videoanzeigen einen um **30 % niedrigeren eCPM**, eine **um 65 % höhere VTR** und eine **2x höhere CTR**.

BORA bewirbt innovative Küchengeräte mit **Taboola** Video und Motion Ads.

Einleitung

Die **BORA** Vertriebs GmbH & Co. KG ist ein 2007 gegründetes deutsches Unternehmen, das hochwertige Kücheneinbaugeräte wie Kochfeldabzugssysteme und Dampfgar- und Backsysteme vertreibt. Seit September 2023 wurde das Produktsortiment von **BORA** um mehrere Kategorien erweitert: Kühl- und Gefriersysteme, Beleuchtung und Zubehör & Accessoires. Die Mission von **BORA** ist es, den Lebensraum Küche zu revolutionieren, indem sie außergewöhnliche Produkte für außergewöhnliche Erlebnisse anbieten.

TERRITORY MEDIA ist eine Full-Service-Medienagentur, die eine ganzheitliche 360°-Beratungskompetenz für alle Medienarten bietet, um die Effizienz und Performance von Kampagnen zu steigern.



Mit Taboola Native Ads spricht BORA Kund:innen in markensicheren Umgebungen an

BORA vertreibt hochwertige Küchensysteme mit überzeugendem Design. Für die aktuelle Kampagne wollte **BORA** sein innovatives Kochfeldabzugssystem kreativ ins Rampenlicht rücken. Anstatt Kochdünste in eine sperrige Haube zu leiten, saugt der Kochfeldabzug sie direkt dort ab, wo sie entstehen – sei es ein Topf, eine Pfanne, ein Grill oder ein Bräter.

Um die Bekanntheit dieses einzigartigen Kochfeldabzugs zu steigern, wollte **BORA** eine Video-Werbekampagne in neun europäischen Ländern starten. Das Unternehmen wollte sich nicht nur auf traditionelle programmatische Videokampagnen verlassen. Denn ein innovatives Produkt braucht eine innovative Werbekampagne. Deshalb testete man native Videoanzeigen, die in Form und Funktion zu den sie umgebenden Inhalten passen.

Hier kam Taboola ins Spiel.

Als führende Native-Advertising-Plattform hilft Taboola mehr als 15.000 Werbetreibenden, ihre Zielgruppen im gesamten Open Web zu erreichen – in Umgebungen, in denen sie sich bereits mit Inhalten beschäftigen und bereit sind, etwas Neues zu konsumieren.

Mit Taboola konnte **BORA** seine Kampagne auf neun europäische Länder ausweiten und gleichzeitig seine hohen Standards für Markensicherheit erfüllen. Man nutzte Taboolas riesiges Netzwerk aus über 9.000 geprüften Premium-Publishern und verwendete die Geotargeting-Funktionen der Plattform, um genau die richtigen Zielgruppen zu erreichen.

Taboola-Videoanzeigen erzielen eine um 65 % höhere VTR als andere Videoformate

BORA und **TERRITORY MEDIA** haben **Taboola**-Videoanzeigen genutzt, um potenzielle Kund:innen über ihre Produkte zu informieren und Benutzer:innen auf eine Landing Page zu leiten, auf der sie mehr erfahren können. Um Aufmerksamkeit zu erregen und das Engagement zu steigern, experimentierte **BORA** auch mit **Taboola** Motion Ads. Diese Anzeigen enthalten kurze, GIF-ähnliche Videos, die darauf ausgelegt sind, Klicks und Conversions zu steigern und gleichzeitig die Kosten zu senken.

Die Ergebnisse sprechen für sich. Im Vergleich zu anderen Videoanzeigen-Formaten erzielten die nativen Anzeigen von Taboola einen um **30 % niedrigeren effektiven Cost-per-Mille (eCPM)**, eine um **65 % höhere View-through-Rate (VTR)** und eine **doppelt so hohe Click-through-Rate (CTR)**. Insgesamt hat **Taboola BORA** und **TERRITORY MEDIA** dabei geholfen, die Bekanntheit bei ihrer Zielgruppe zu effizienteren Kosten zu steigern.