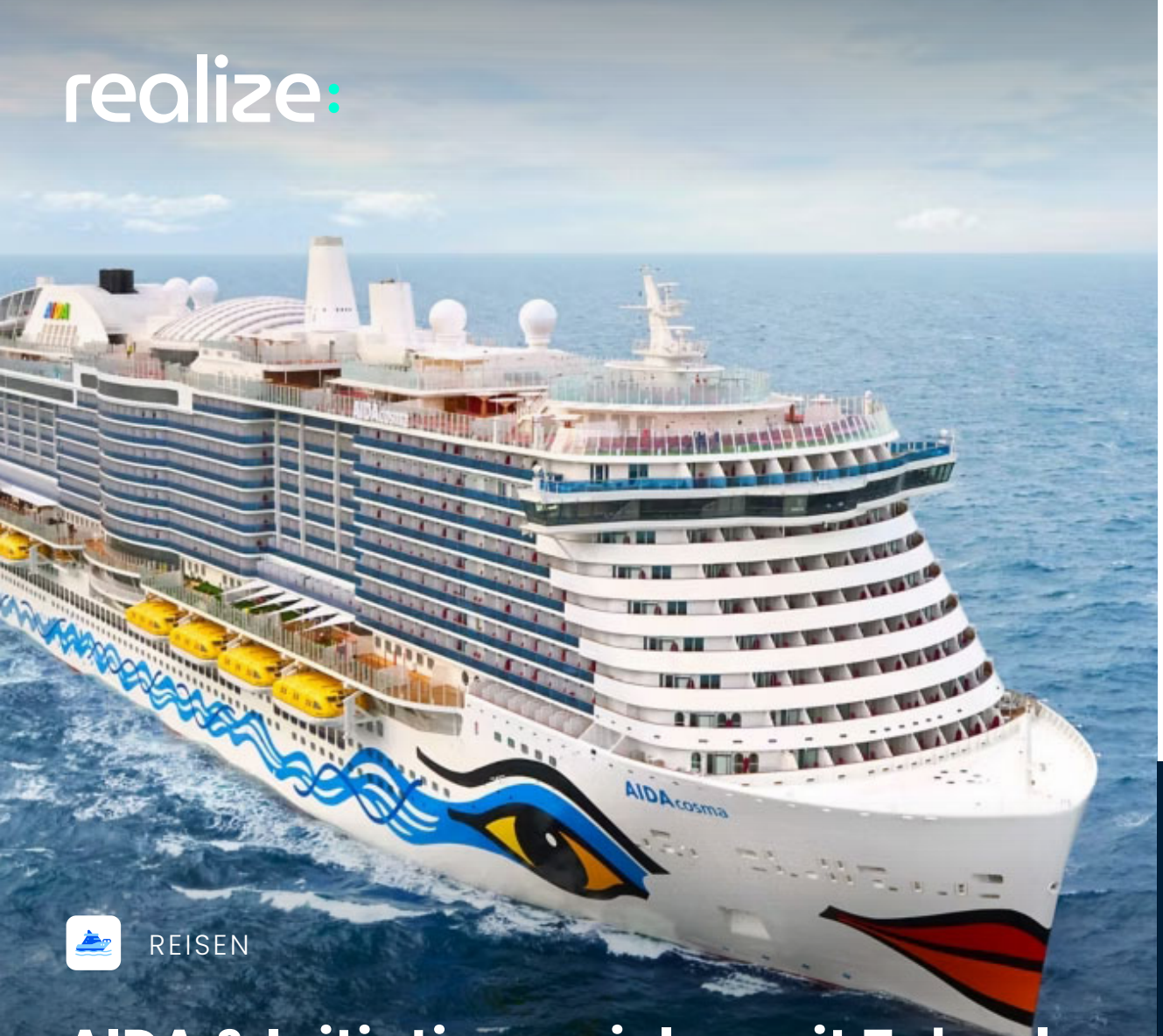
realize:



REISEN

AIDA & Initiative erzielen mit Taboolas KI-gestützter Performance-Plattform einen 5-fachen ROAS und einen um 26 % niedrigeren CPO als mit vergleichbaren Partnern

Initiative

AIDA

„Wir freuen uns sehr, dass es uns gelungen ist mit Taboola als Partner, neue Maßstäbe im digitalen Performance-Marketing für AIDA zu setzen. Durch den Einsatz innovativer Technologien, intelligenter Zielgruppenansprache und datengetriebener Optimierung konnten wir nicht nur einen fünffachen ROAS erzielen, sondern auch den CPO im Vergleich zum Wettbewerbsumfeld um 26 % senken. Diese Partnerschaft war weit mehr als eine Kampagne – sie war ein strategischer Schulterschluss, der gezeigt hat, wie kraftvoll Zusammenarbeit und technologische Exzellenz sein können."

– **Kim Liebers,** *Managing Partner Client Services, Initiative*

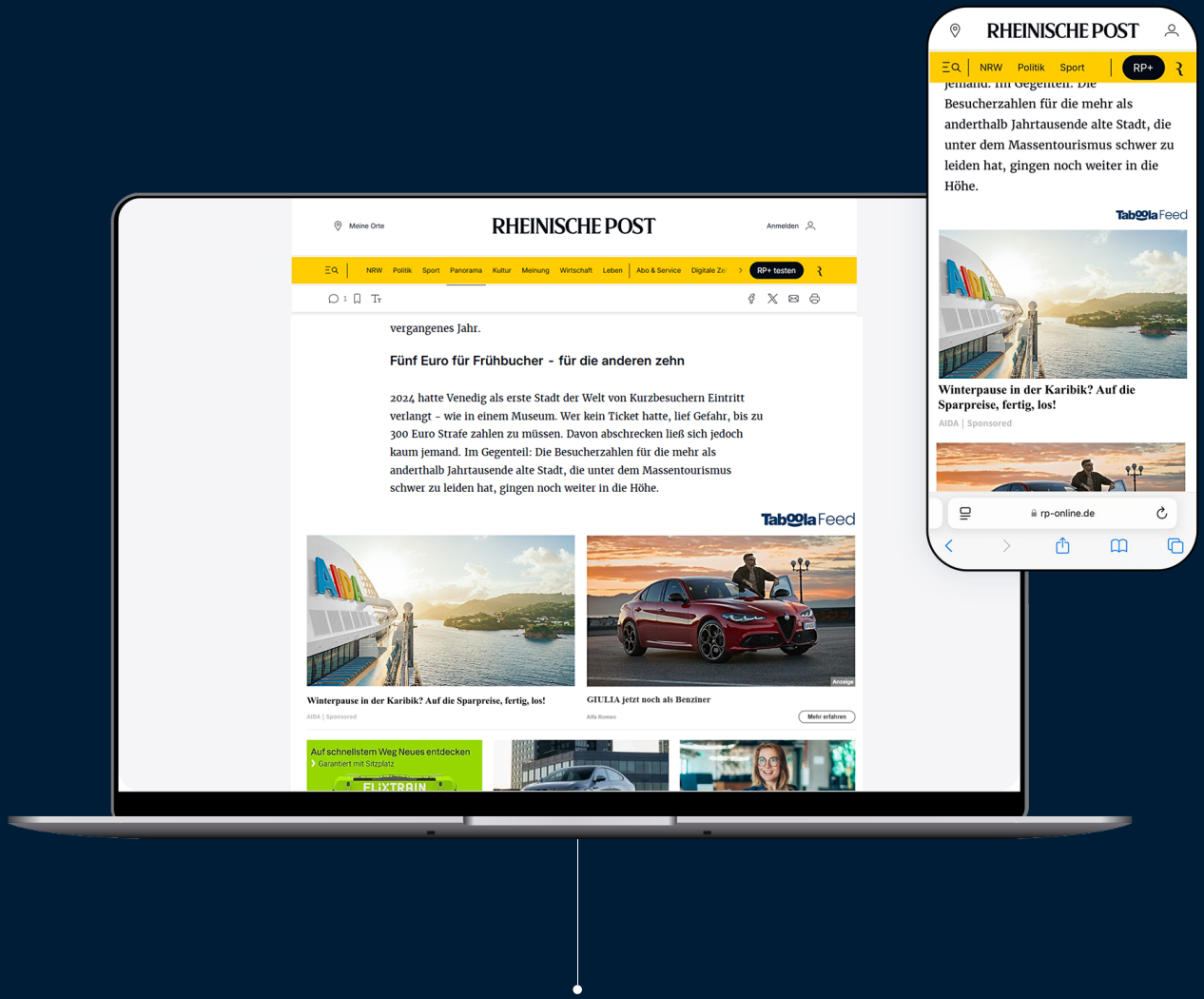
26 %
Niedrigerer durchschnittlicher CPO als mit vergleichbaren Partnern

5-facher
durchschnittlicher Kampagnen-ROAS

82 %
Mehr Conversions als beim Kampagnenstart bei gleichzeitiger CPO-Reduktion um 50 %

19 %
Höherer Kampagnen-ROAS als mit vergleichbaren Partnern

realize:



AIDA & Initiative investieren verstärkt in Taboola Performance Ads und senken gleichzeitig den CPO

UNTERNEHMEN

AIDA Cruises ist eine führende deutsche Kreuzfahrt-Reederei, die Reisen zu unterschiedlichen Destinationen weltweit anbietet. Initiative, eine der global führenden Medienagenturen, ermöglicht Unternehmenswachstum für die ambitioniertesten und renommiertesten Marken der Welt.

HERAUSFORDERUNG

Gewinnen neuer Kund:innen mithilfe der neuesten und innovativsten Werbetechnologien, um Zielgruppen im Open Web zu erreichen und hierfür den richtigen Werbepartner zu finden.

LÖSUNG

Taboola Image Ads im Open Web schalten, KI-getriebene Optimierungen nutzen und das Gebotstool Maximize Conversions sowie Zielgruppen-Targeting-Lösungen zur Ergebnisoptimierung einsetzen.

RESULTATE

Taboola erreichte einen **5-fachen durchschnittlichen Kampagnen-ROAS** und einen **26 % niedrigeren durchschnittlichen CPO** im Verhältnis zu vergleichbaren Performance-Plattformen. Zudem wurden **82 % mehr Conversions** als zu Beginn der Kampagne bei gleichzeitiger **Reduzierung des CPO um 50 %** erzielt.

realize:

Einleitung

AIDA Cruises ist eine führende deutsche Kreuzfahrt-Reederei, die Reisen zu vielfältigen Destinationen weltweit anbietet. Als Teil der Carnival Cruises betreibt **AIDA** eine moderne Flotte von 11 Schiffen, die eine entspannte und lebendige Atmosphäre bieten und eine jüngere, aktive Zielgruppe ansprechen. Als führendes Touristikunternehmen in Deutschland zeichnet sich **AIDA** durch kontinuierliches Wachstum, wirtschaftlichen Erfolg und Pioniergeist beim Einsatz innovativer und nachhaltiger Technologien aus.

Initiative ist eine führende globale Medienagentur, die das Unternehmenswachstum der ambitioniertesten Marken der Welt fördert. Die Agentur ist davon überzeugt, dass Medien die Fähigkeit haben, Branchen neu zu gestalten und das gesamte Kundenerlebnis einer Marke zu orchestrieren. **Initiative** erzielt mit ihrem markenrechtlich geschützten Fame & Flow™-Ansatz messbare Ergebnisse für Marken und konzentriert sich dabei auf nachhaltiges Wachstum mit zukunftsorientierten Kommunikationsstrategien.

realize:

AIDA erreicht interessierte Zielgruppen im Open Web mit Targeting-Lösungen von Taboola

AIDA strebte danach, neue Kund:innen für ihr umfangreiches Angebot an Kreuzfahrten rund um die Welt zu gewinnen. Das Unternehmen suchte nach einem vertrauenswürdigen Partner, der dabei helfen sollte, ungenutztes Zielgruppenpotenzial im Open Web zu erschließen. Darüber hinaus sollte die Kampagnenstrategie klar und ergebnisorientiert ausgerichtet und mit der neuesten und innovativsten Werbetechnologie untermauert werden.

AIDAs Agentur **Initiative** arbeitete eng mit Taboola zusammen, um die Kampagnen aufzusetzen. Zunächst wurde die Qualität der Nutzer:innen analysiert und ein breites Spektrum an Anzeigenformaten getestet. **Taboola** bietet fortschrittliche Lösungen, die Werbetreibende benötigen, um ihre Reichweite im Open Web zu skalieren und ihre Performance zu steigern.

Nach der ersten Testphase nutzten **Initiative** und **AIDA** die gewonnenen Erkenntnisse, um ihre Strategie zu optimieren. Durch datengestützte Entscheidungsfindung setzten sie eine Vielzahl von Zielgruppen-Targeting-Mechanismen ein, darunter **Taboolas** First- und Third-Party Marketplace Audiences. Gleichzeitig wurde mithilfe von Brand Safety- und Suitability Pre-Bid-Lösungen von Double Verify für Markensicherheit gesorgt. Darüber hinaus integrierte **AIDA** Retargeting in seine Always-On-Media-Strategie, indem das Unternehmen seine interne DMP mit **Taboolas** Werbeplattform verbunden hat. Dies ermöglichte das Retargeting von über 30 verschiedenen reisespezifischen First-Party-Zielgruppen.

realize:

AIDA erzielt mit Taboola Maximize Conversions einen um 26 % niedrigeren durchschnittlichen CPO als mit vergleichbaren Performance-Partnern

AIDA und **Initiative** nutzten zudem die fortschrittliche Gebotslösung *Maximize Conversions* von **Taboola.** Diese KI-basierte Lösung passt Gebote automatisch an, um hochwertige Zielgruppen im Open Web anzusprechen und die Performance zu optimieren.

Um den Erfolg der Zusammenarbeit mit **Taboola** zu beurteilen, verglichen **AIDA** und **Initiative** die Ergebnisse kontinuierlich mit einer definierten Gruppe vergleichbarer Performance-Partnern. Nach 1,5 Jahren Skalierung über 120 Kampagnen und 600 Anzeigen hinweg erzielten **AIDA** und **Initiative** beeindruckende Ergebnisse mit **Taboolas** Werbeplattform. Bei kontinuierlich steigenden Werbeausgaben generierte Taboola für AIDA einen um **26 % niedrigeren durchschnittlichen Cost per Opportunity (CPO) im Vergleich zu den anderen Performance-Partner. Taboola** erzielte außerdem einen **5-fachen durchschnittlichen Kampagnen-ROAS — somit 19 % höher als die vergleichbaren Plattformen.** Zudem erreichten **Taboola** und **Initiative 82 % mehr Conversions bei einer CPO-Reduktion um 50 %** im Vergleich zum Start ihrer Zusammenarbeit.

Um den bemerkenswerten Erfolg der bisherigen Partnerschaft weiter auszubauen, planen **AIDA** und **Initiative** neue Werbelösungen von **Taboola** - wie Motion Ads und Dynamic Creative Optimization (DCO) - zu testen. Zudem möchten sie die Bindung mit **AIDAs** bestehendem Kundenstamm intensivieren, um langfristige Markenloyalität und noch mehr Erfolge in den entscheidenden Phasen des Kaufprozesses zu erzielen.