

CASE STUDY:

TOURISM IRELAND DEUTSCHLAND STEIGERT MIT OUTBRAIN DEUTLICH DAS WEBSITE-ENGAGEMENT SEINER USER AUF IRELAND.COM



Produkt:

Outbrain Amplify

Branche:

- Reise

Zentrale Themen:

- Website-Engagement (qualitiver Traffic): Absprungrate, aufgerufene Seiten pro Sitzung, Verweildauer
- Kostensenkung des zu generierenden Traffics
- Neue Zielgruppen erschließen
- 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.



Ziele: Tourism Ireland Deutschland beabsichtigt durch die Zusammenarbeit mit der Content Discovery Plattform Outbrain die Aufmerksamkeit für das Reiseziel Irland weiter zu steigern und eine tatsächliche Reiseabsicht an Irland zu wecken. Zu einem günstigen Preis soll Traffic auf ireland.com geleitet werden, welcher sich durch ein hohes Website-Engagement auszeichnet: niedrige Absprungrate, mindestens zwei aufgerufene Seiten pro Sitzung, hohe Verweildauer.

Lösung: Durch die Zurverfügungstellung von relevanten Inhalten - bereits existierenden sowie neuen - möchte Tourism Ireland Deutschland das Interesse potentieller Irlandtouristen gewinnen und diese auf ireland.com locken, um sie dort möglichst lange mit Informationen über Irland zu versorgen und für einen Urlaub auf der Insel zu begeistern. Dies geschieht über zwei Ansätze:

- Zum einen werden Interessen von Usern mit Informationen über Irland verknüpft – Motivationen und Leidenschaften der User stehen also im Vordergrund (passion led). Ist ein User beispielsweise ein passionierter Wanderer, erhält er Informationen zum Thema Wandern in Irland.
- Zum anderen stellt Tourism Ireland Deutschland Content zur Verfügung, der für eine breite Zielgruppe angelegt ist, beispielsweise Rundreisen entlang der 2.500 km langen Küstenstraße Wild Atlantic Way. Dabei variieren thematische Schwerpunkte monatlich und werden je nach Performance des Contents optimiert und weiter verbreitet. Mithilfe von Outbrain kann Tourism Ireland Deutschland seinen Content an eine breite Nutzerschaft in einem qualitativ hochwertigen Umfeld kommunizieren und seine Zielgruppe passend ansprechen.

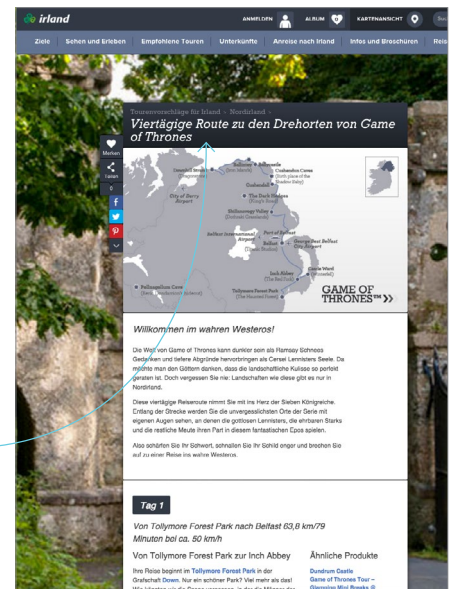
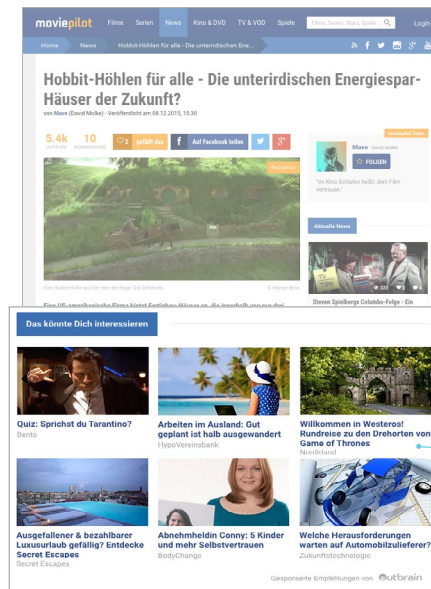
Gemeinsam mit Outbrain, der weltweit größten Content Discovery Plattform, musste eine relevante Messgröße für die gemeinsam gesteuerten Performance- Kampagnen definiert werden: hierzu wurden die Kosten pro Sitzung ohne Absprung als die ausschlaggebende Größe fixiert.

CASE STUDY:

TOURISM IRELAND DEUTSCHLAND STEIGERT MIT OUTBRAIN DEUTLICH DAS WEBSITE-ENGAGEMENT SEINER USER AUF IRELAND.COM

Die Content Strategie:

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. Neben Informationen über die beliebtesten Sehenswürdigkeiten und Reiseziele bietet Tourism Ireland Deutschland einen breitengefächerten Überblick über Land und Leute sowie Kunst und Kultur: Dazu zählen beispielsweise der St. Patrick's Day, die 2500 km lange Küstenstraße Wild Atlantic Way sowie die Originalschauplätze der TV-Serie Game of Thrones oder des Blockbusters Star Wars: Das Erwachen der Macht. Distribuiert werden dabei sowohl Evergreen Content als auch neu erstellte Inhalte. Die Herausforderung hierbei: Tourism Ireland Deutschland ist kein Verkaufsportal. Um den Kampagnenerfolg messbar zu machen, musste eine für Tourism Ireland Deutschland relevante Messgröße vereinbart werden.



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

ERGEBNIS

STEIGERUNG UM
+67%
AUFGERUFENE SEITEN / USER

STEIGERUNG UM
+335%
VERWEILDAUER AUF IRELAND.COM

REDUZIERUNG UM
-33%
ABSPRUNGRATE



“Die Reisebranche sitzt an der Quelle guter Inhalte und hat perfekt verstanden, wie sie ihre zahlreich vorhandenen Inhalte bestmöglich im Netz distribuieren kann, um mehr Reichweite zu generieren und neue Zielgruppen anzusprechen. Tourism Ireland Deutschland hat während der mehr als einjährigen Partnerschaft mit uns viele Erkenntnisse über seine User erlangt und konnte dadurch seine Ziele kontinuierlich verbessern.”

KATARINA ERES
Director Sales South, Brands & Agencies, Outbrain