

VisitDenmark erhöht mit Outbrain die Awareness für Odense als Top-Destination

Branche

Travel

ProdukteClick-to-Watch Video
In-Feed, In-Article & End-of-Article**Ziele**Brand Awareness
Hochwertiger Traffic
Verweildauer**Überblick**

VisitDenmark ist Dänemarks offizieller Tourismusverband und hat zum Ziel, das Land als Top-Destination für Reiselustige zu bewerben. Die Kampagne „Odense, das Zuhause von Hans Christian Andersen“ sollte die Bekanntheit der Stadt Odense erhöhen und setzte dafür auf spielerische Elemente, das Thema „Entdecken der kleinen Dinge“ und emotionales Video-Storytelling.

Ziele

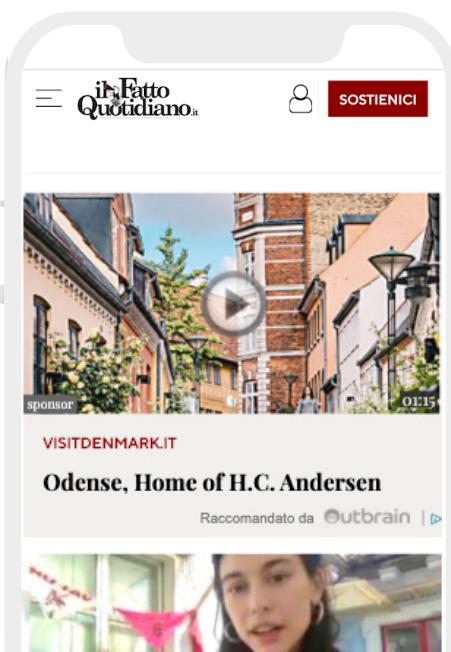
Die Kampagne sollte die Bekanntheit auf digitalen Plattformen und dem Portal VisitDenmark.it erhöhen. Reisebegeisterte sollten interessante und spannende Fakten zu Odense kennenlernen und Lust auf einen Besuch der Stadt bekommen.

Lösung

VisitDenmark erstellte ein über eine Minute langes Video, das den Zuschauer dazu verleiten sollte, die Wunder und Authentizität der kleinen Dinge wiederzuentdecken. Das Unternehmen setzte auf Outbrains Native-Lösungen, um die richtige Zielgruppe über ein nicht-unterbrechendes, aufmerksamkeitsstarkes Format zu erreichen.

Der dänische Tourismusverband wählte das innovative Click-to-Watch-Videoformat, das auf das Opt-In des Users setzt und das Video erst nach aktiver Auswahl durch den Nutzer im Vollbild abspielt. Es eignet sich somit hervorragend für Storytelling. Die Inhalte wurden im Premium-Publisher-Netzwerk von Outbrain auf In-Article- sowie auf In-Feed-Platzierungen verbreitet.

Über den integrierten Call-to-Action-Button gelang qualifizierter Traffic auf das Portal von VisitDenmark. Darüber hinaus wurden Empfehlungen auch auf End-of-Article-Platzierungen, die ein herausragendes Engagement erzielen, ausgespielt.



VisitDenmark erhöht mit Outbrain die Awareness für Odense als Top-Destination

Ergebnisse

Dank der Native-Discovery-Platzierungen und der zielgerichteten, auf den echten Interessen der Nutzer basierenden Ausspielung der Anzeigen, konnte Outbrain qualifizierten Traffic für die unterschiedlichen Landing Pages von VisitDenmark generieren. Der Tourismusverband erhöhte durch Outbrain für die Dauer der Kampagne die Anzahl der durchschnittlichen Page Views/Tag von 50 auf 1.500 und die Verweildauer um 55%. Die Kampagne übertraf – auch dank der fortwährenden Optimierungen – die vorher festgelegten KPIs deutlich.

3000%

mehr Traffic auf den Landing Pages
(Durchschnitt am Tag)

+55%

Erhöhung der Verweildauer
(2:53 Min.)

+0,11%

CTR



„Die Zusammenarbeit mit Outbrain war eine sehr positive Erfahrung und übertraf unsere Ziele bei Weitem. Die Distribution von hochwertigem Content in einem Premium-Publisher-Netzwerk ist eine großartige Möglichkeit, Awareness und Interaktionen zu erreichen. Aufgrund der erzielten Ergebnisse, der Transparenz bei der Umsetzung der Kampagne und dem kontinuierlichen Dialog mit dem Account Management hoffen wir, dass wir in Zukunft weitere Kampagnen mit Outbrain realisieren können.“

– Annalisa Ferraresi, Marketing Manager, Italy & France bei VisitDenmark