

# Wie HOT mit Outstream Video Smartads die Awareness für sein Internet-TV-Angebot steigerte

**Branche**

Entertainment

**Ziele**

Awareness & Engagement

## Herausforderung & Ziele

HOT ist ein israelischer Anbieter von TV-, Internet- und Telefonservices. Um die Awareness für das neue Internet-TV-Angebot NEXT TV zu erhöhen, produzierte und verbreitete HOT kurze Video-Spots. Das Unternehmen wollte eine neue qualifizierte Zielgruppe erreichen und nutzte dafür neben YouTube auch andere Plattformen. HOT analysierte den Kampagnenerfolg über die Completion Rate (Awareness) und die Verweildauer auf der Zielseite (Engagement).

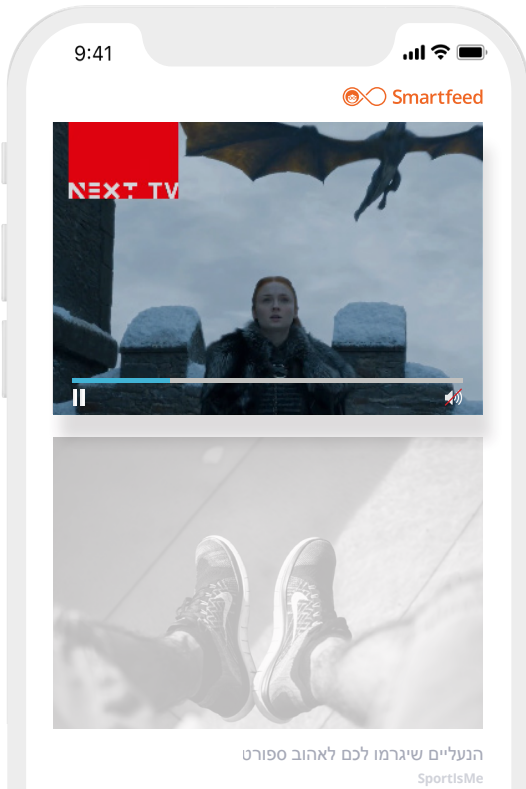
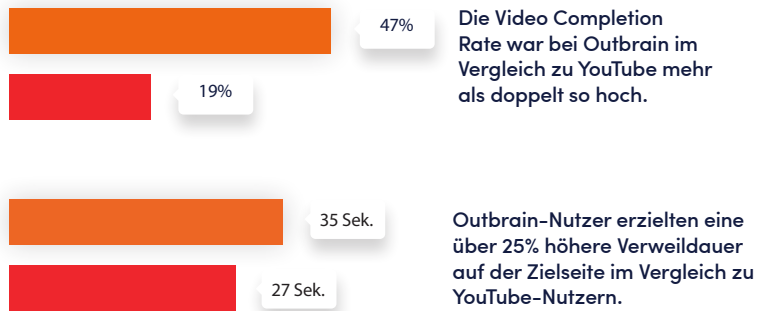
## Lösung

Outbrains Outstream-Videoformat hilft Marken dabei, die Aufmerksamkeit zu maximieren. Anzeigen werden im Discovery-Moment ausgespielt, wenn Nutzer bereit für neue Entdeckungen sind, und sie sind optimal im Feed integriert. Outstream-Videoanzeigen werden auf Premium-Publishern im Open Web ausgespielt. Brands wie HOT erhalten somit Zugriff auf neue und qualitativ hochwertige Zielgruppen, wenn sie Outbrain neben TV und Social in ihrem Marketingmix integrieren.

## Ergebnisse

Outstream-Videos von Outbrain spielen (ohne Ton) erst ab, wenn Nutzer das Video durch aktives Scrollen erreichen, was zu weniger Unterbrechungen und zu einer höheren Aufmerksamkeit führt. Um das Engagement zu erhöhen und sicherzustellen, dass vor allem interessierte Nutzer die Video-Spots sehen, nutzte HOT Daten und Targeting-Funktionen von Outbrain. Die Verbindung aus einer verbesserten User Experience, effektiver Skalierung und der fortgeschrittenen Technologie sorgte dafür, dass Outbrain YouTube bei den Awareness- und Engagement-KPIs übertraf. Darüber hinaus betrug der CPCV bei Outbrain nur ein Drittel des Preises bei YouTube.

**VERGLEICH ZWISCHEN OUTBRAIN (ORANGE) UND YOUTUBE (ROT)**



Sind Sie bereit, Ihre erste Kampagne zu starten? Kontaktieren Sie uns unter [infode@outbrain.com](mailto:infode@outbrain.com) oder melden Sie sich bei Ihren Account Manager.