



Red Bull setzt auf innovatives Storytelling mit Carousel von Outbrain und erzielt dabei hochwertigen Traffic

Branche

Consumer Goods / Entertainment

Ziele

Hochwertiger Traffic

Überblick

Der Red Bull Energy Drink belebt Körper und Geist seit 1989. Er ist derzeit in 171 Ländern verfügbar und allein im Jahr 2018 wurden 6,8 Milliarden Getränke abgesetzt. Red Bull ist darüber hinaus auch ein Medienunternehmen, das Sport-, Entertainment- und Bildungs-Inhalte erstellt und zielgruppenspezifisch ausspielt.

Red Bull setzte auf die Native-Discovery-Plattform Outbrain, um qualitativ hochwertigen Traffic für die Serie „Drive Me Crazy“ zu generieren – die erste von Red Bull in Zusammenarbeit mit Discovery produzierte italienische Originalserie. Sie zeigt die Welt des Zwei- und Allrad-Motorsports von Red Bull aus der Sicht der Sportjournalistin Irene Saderini, die sich sechs verrückten Fahrherausforderungen in Italien und Europa stellt.

Lösung

Für den Start von „Drive Me Crazy“ auf RedBull.com testete die Marke das Carousel-Format von Outbrain. Damit werden alle Episoden der Serie mit spezifischen Bildern und Texten in einem Werbemittel präsentiert. Die zielgerichtete Ausspielung im Premium-Publisher-Netzwerk von Outbrain sorgte dafür, dass vor allem Motorsport-Enthusiasten den Content sahen.

Ergebnisse

Die Ergebnisse übertrafen die Erwartungen von Red Bull, auch im Vergleich mit bisherigen Native-Kampagnen:

26%

Bounce Rate (-47% vs. Ziel)

4:42 Min.

Durchschnittliche Session-Dauer (+96% vs. Ziel)

41%

Sessions über 30 Sekunden (+150% vs. Ziel)

„Für unsere Kampagne zu „Drive Me Crazy“, einer Serie mit sechs Folgen, die die Welt des Red Bull-Motorsports zeigt, brauchten wir ein Premium-Format, das sowohl das gesamte Projekt als auch die einzelnen Folgen hervorhebt. Das von Outbrain Anfang 2020 eingeführte Carousel-Format entsprach genau unseren Zielen und deshalb wollten wir die erste Marke sein, die es in Italien testet.“

– Ian Talamè, Digital Campaign Manager, Red Bull

