

# Galaxus erzielt mit Outbrain qualitativ herausragenden Traffic zu einem attraktiven Preis

**Branche**  
E-Commerce/Einzelhandel

**Ziel**  
Engagement

**Produkt**  
Standard Smartad

## Überblick

Galaxus ist der E-Commerce-Marktführer in der Schweiz und seit 2018 auch in Deutschland erfolgreich. Die Plattform verbindet einen Online-Shop, eine Community und ein Magazin zu einem ganzheitlichen Online-Einkaufserlebnis. Kunden lassen sich auf Galaxus inspirieren und finden nützliche Informationen zu Alltags- und Luxusprodukten.

Mit dem Ziel, hochwertigen Traffic mit einem hohen Engagement zu einem günstigen Preis zu generieren, wandte sich Galaxus Deutschland an Outbrain, der führenden Empfehlungsplattform für das Open Web.

## Lösung

Die Werbestrategie von Galaxus Deutschland besteht aus einem Soft-Sell-Ansatz: Zielgruppen werden über hochwertige Inhalte gewonnen, in denen bestimmte Artikel vorgestellt werden. Auf diese Weise steigert Galaxus Deutschland das thematische Interesse, bevor die Verbraucher die relevanten Produktseiten erreichen. Galaxus Deutschland wollte dementsprechend auch mit Outbrain möglichst interessierte Zielgruppen zu einem attraktiven Preis ansprechen.

Für seine Native-Advertising-Kampagne nutzte Galaxus Deutschland die Standard-Smartad von Outbrain – ein klassisches Native-Format, das Marken durch hochwertige Bilder, ansprechende Überschriften und einen optionalen Call-to-Action-Button präsentiert. Durch die Ausspielung der Anzeigen auf Basis von Outbrains proprietären Interessendaten wird sichergestellt, dass Nutzer mit einer hohen Affinität für die werbende Marke angesprochen werden. Dies sorgt für ein hohes Engagement und ein angenehmes Anzeigenerlebnis.



## Ergebnisse

Galaxus Deutschland konnte dank Outbrain Traffic mit einem hohen Engagement zu einem günstigen Preis generieren. Im Durchschnitt blieben mehr als 70% der Outbrain-User 30 Sekunden oder länger auf der Galaxus-Seite. Dazu war Outbrain äußerst kosteneffizient: Der CPM war 76% günstiger als der durchschnittliche CPM bei parallel laufenden Display- und Social-Kampagnen, die berechnete Cost per Minute 67% günstiger als der durchschnittliche Wert der anderen Kanäle.

**70%**

der User mit einer Verweildauer von über 30 Sekunden

**45 Sek.**

durchschnittliche Verweildauer

**76%**

niedrigerer CPM vs. Display & Social

**67%**

niedrigerer Cost per Minute vs. Display & Social

Outbrain ist für uns ein interessanter Kanal, um kostengünstig relevanten Traffic für unsere redaktionellen Themen zu generieren. Native Advertising eignet sich für Galaxus Deutschland, weil die User eingeladen werden, sich mit unseren Inhalten zu beschäftigen, was das Engagement erhöht. Wir werden Outbrain in Zukunft auch für weitere Marketing-Aktivitäten im Mid- und Lower-Funnel einsetzen und sind zuversichtlich, dass die Plattform auch bei diesen Maßnahmen überzeugen kann.

– Katharina Grenz, Performance Marketing Manager, Galaxus Deutschland