



# Outbrain positioniert sich mit Native Awareness+ als Full-Funnel-Partner von Schweiz Tourismus

## Branche

Tourismus

## Ziele

Awareness, Engagement

## Produkt

Native Awareness+

## Überblick

Schweiz Tourismus (ST) ist die nationale Marketing- und Vertriebsorganisation der Schweiz und hat die Aufgabe, die touristische Nachfrage aus dem In- und Ausland zu fördern. Ein wichtiger Teil ihrer Arbeit sind Kommunikationskampagnen, die Interesse wecken und die Schweiz als touristische Attraktion mit vielfältigen Erlebnissen, die für Qualität, Modernität und Authentizität stehen, präsentieren sollen.

Nach einer durch die Pandemie bedingten Flaute konnte ST die Werbemaßnahmen wieder aufnehmen, um die Tourismusaktivitäten wieder zu beleben. Als langjähriger Partner von Outbrain war das Ziel für diese „Comeback“-Kampagne klar: die Bekanntheit und Sichtbarkeit für Tourismus in der Schweiz zu erhöhen.

## Lösung

Für die Kampagne nutzte ST die Native Awareness+ Suite von Outbrain – ein exklusives, markensicheres Format, das im In-Article-Bereich platziert wird und für 100% Share-of-Voice und maximale Sichtbarkeit sorgt. Die Tourismusagentur arbeitete für ihre humorvolle Kampagne über die Sehenswürdigkeiten der Schweiz auch mit bekannten Schweizer Persönlichkeiten wie Roger Federer und Mike Horn zusammen. Die KPIs der Kampagne waren eine Mindest-Viewability-Rate von 70% und ein CPM unter 5€.

## Ergebnisse

Die Kombination aus der kreativen Kampagne mit berühmten Persönlichkeiten und den performanten Anzeigenerlebnissen von Outbrain bei den weltweit führenden Medienunternehmen ermöglichte es, die Kampagnenziele zu übertreffen. Outbrains Native Awareness+ steigerte nicht nur die Bekanntheit, sondern trug auch dazu bei, eine hohe Engagement-Rate zu erzielen, die mit traditionellen Traffic-Kampagnen vergleichbar ist.

**75%**

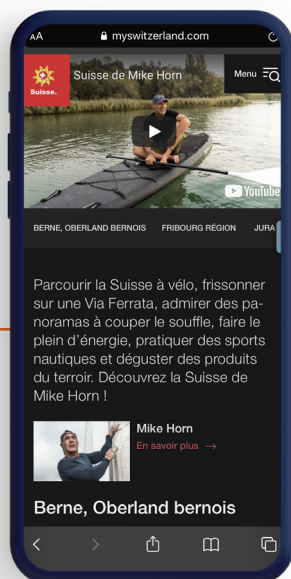
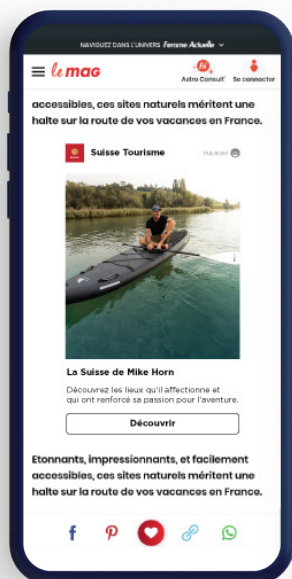
Sichtbarkeit

**-13%**

CPM vs. Ziel-CPM

**0.65%**

CTR (2,3x höher als Kampagnen-Benchmark)



„Outbrain ist ein wichtiger Partner für unsere Traffic- und Conversion-Ziele. Wir sind sehr zufrieden mit der Performance dieser Kampagne bei unseren High-Funnel-Zielen. Wir planen bereits, gemeinsam neue Native Awareness+ Kampagnen zu starten!“

– Sandra Bermudez, Marketing Manager, Switzerland Tourism