

Red Bull erzielt mit Outbrains Click-to-Watch-Videolösung herausragende Ergebnisse



Hintergrund

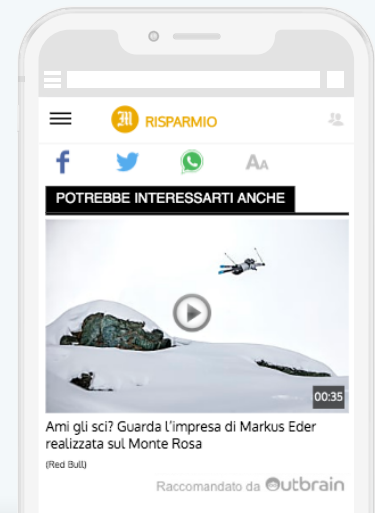
Der Red Bull Energy Drink belebt Körper und Geist seit 1989. Er ist derzeit in 171 Ländern verfügbar und allein im Jahr 2018 wurden 6,8 Milliarden Getränke abgesetzt. Red Bull ist darüber hinaus auch ein Medienunternehmen, das Sport-, Entertainment- und Bildungs-Inhalte erstellt und zielgruppenspezifisch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

Ziel

Zum Höhepunkt der Ski-Saison veröffentlichte Red Bull „Altopia“, einen 11 Minuten langen Film, in dem Freeskier Markus Eder nach dem perfekten Berg für Abfahrten fern der abgesteckten Pisten sucht. Zwei Ziele wurden festgelegt: die Marke und das Produkt bei Wintersport-Enthusiasten durch ansprechendem Premium-Content zu platzieren und qualifizierten Traffic für RedBull.com zu generieren, dem einzigen Ort, wo Fans den Film erleben können.

Lösung

Red Bull erstellte einen 35 Sekunden langen Video-Teaser und spielte ihn im Premium-Publisher-Netzwerk von Outbrain über das neue Click-to-Watch-Videoformat aus. Sobald Nutzer durch Klick auf die Videoempfehlung ihr aktives Interesse am Inhalt zeigen, startet der Video-Teaser im Vollbild mit Ton. Klicken die Betrachter auf den integrierten Call-to-Action-Button, werden sie auf die Webseite geleitet, auf der sie den vollständigen Film sehen können.



Ergebnisse (Desktop + Mobile)

Die Ergebnisse übertrafen die von Red Bull definierten Ziele:

11%

Bounce Rate
(-78% vs. Ziel)

4Min.

Durchschnittliche
Session-Dauer
(+100% vs. Ziel)

58%

Video Completion
Rate (= 75% des
Videos)



Wir arbeiten bereits seit 2014 mit Outbrain zusammen, um qualifizierten Traffic für RedBull.com zu generieren. Als KPIs für die Kampagne definierten wir die Bounce Rate und die Verweildauer (über 30 Sekunden). Die Ergebnisse waren stets hervorragend und – was noch wichtiger ist – verbesserten sich kontinuierlich. Deswegen wollten wir auch die Ersten sein, die das neue Click-to-Watch-Format testen.“

– Ian Talame, Digital Campaign Manager bei Red Bull