

Österreich Werbung setzt seit fast zwei Jahren auf das Advertising.com Netzwerk sowohl für große nationale als auch für kleine lokale Kampagnen.

Die Aufgabe	Regelmäßig bucht Österreich Werbung CPC-Kampagnen unterschiedlichster Art im Advertising.com Netzwerk, um Traffic auf den Angebotsseiten zu generieren.
Die Umsetzung	ca. 15-20 Kampagnen pro Jahr - Von einer einzelnen Hotelbewerbung bis zum Großereignis - In Deutschland und UK - Ein Ansprechpartner auch bei internationalen Buchungen
Die Ergebnisse	Sehr gute Ergebnisse im Run of Network - AdLearn-Optimierungen um das bis zu Vierfache - Über den gesamten Zeitraum der Partnerschaft wurden besonders performancestarke Seiten für Kampagnen dieser Art gefunden



Der Auftraggeber

Als nationale Tourismusorganisation führt Österreich Werbung jährlich weit über 1.500 Marketing-Aktivitäten in 40 Märkten durch. Sie führt die Marke „Urlaub in Österreich“, stärkt die Tourismusdestination Österreich im In- und Ausland, übernimmt Marketingaufgaben in den Herkunftsmärkten und sorgt für Wissenstransfer. Rund 75% der Übernachtungen in Österreich kommen aus Deutschland, Österreich und den Niederlanden. Allein im EM Jahr 2008 gab es fast 24 Millionen Übernachtungen deutscher Gäste.

Ob groß, ob klein – alles passt ins Netzwerk rein

Eine Partnerschaft geht oft ungewöhnliche Wege – so auch in diesem Fall. Kleinstkampagnen wie der Romantikurlaub im Pirchner Hof laufen genauso erfolgreich wie große nationale (Werbe-)Ereignisse wie die Fußball-Europameisterschaft 2008 mit einem Volumen von 65.000 Euro.



You are welcome!

Für Österreich Werbung zählt zwar in erster Linie der Klick, doch guter Service ist ebenso ein wichtiges Kriterium der Zusammenarbeit. „Wir schätzen an AOL Advertising, dass sie schnell und flexibel auf unsere Wünsche eingehen“, berichtet Sören Kliemann, zuständig für Marketing Deutschland bei Österreich Werbung.

Dabei konnte AOL Advertising unter anderem auch mit einem Ansprechpartner bei Buchungen in mehreren Ländern punkten. „Das vereinfachte den Ablauf- und Koordinierungsaufwand bei uns erheblich“, bestätigt denn auch Kliemann.

AdLearn – die intelligente Klickwaffe

AdLearn kann bei den unterschiedlichen Anforderungen, die die Kampagnen von Österreich Werbung mit sich bringen, seine Stärke voll ausspielen. Die ersten drei bis vier Tage läuft die Testphase. Basierend auf diesen Erfahrungen werden die Werbemittel auf den Websites und zu der Tageszeit ausgespielt, die die beste CTR erreicht.

Zwei Beispiele:

So lag die durchschnittliche CTR in den ersten vier Tagen der **Haydn-Kampagne** bei 0,17%. Nach Optimierungen durch AdLearn wurde für die anschließenden zwei Monate eine durchschnittliche CTR von 0,44 % erzielt – die maximale CTR lag bei 1,54%.

Noch wesentlich größere Erfolge verzeichnete AdLearn bei der breiteren **Kampagne „Niederösterreich“**. Von einer anfänglichen CTR von 0,16% stieg diese auf durchschnittliche 0,78% mit einer maximalen CTR von 1,59%.



2009:
EIN JAHR
FÜR
JOSEPH
HAYDN
(1732-1809)



So funktioniert AdLearn

AdLearn ist eine selbstentwickelte Echtzeit-Optimierungssoftware.

Sie analysiert die User-Response und nutzt diese Daten, um Ihre Kampagnen-Performance zu optimieren.

AdLearn passt die Werbemittelplatzierung kontinuierlich im gesamten Laufwerk an.

Der kontinuierliche Zyklus von Feedback und Optimierung läuft im Stundentakt während der gesamten Kampagne.