



„Dank der nativen Anzeigen von Taboola konnten wir Kund:innen erreichen, die wir auf anderen Plattformen wie Meta und Google nicht erreichen konnten. Unser Taboola Account Manager war maßgeblich an unserem Erfolg beteiligt. Er gab strategische Empfehlungen für unsere Werbemittel und Advertorials sowie praktische Tipps zur Verbesserung unseres AOV und der CVR. Er ist immer die Extrameile gegangen, und das haben wir sehr geschätzt.“

- Florian Bein, Co-Founder, Bedrop

35 %

höherer durchschnittlicher Bestellwert mit Taboola im Vergleich zu Meta und Google

77 %

Umsatzsteigerung durch Native Ads

33 %

Steigerung der Website-Sitzungen mit nativen Anzeigen



**Bedrop erreicht mit Taboola Native Ads einen um 35 % höheren AOV als mit Meta und Google**

## UNTERNEHMEN

**Bedrop**, mit Sitz in Deutschland, ist ein Familien-Startup, das natürliche Bienen-Pflegeprodukte vertreibt.

## HERAUSFORDERUNG

Neue Kund:innen über Suchmaschinen und Social-Media-Kanäle hinaus erreichen.

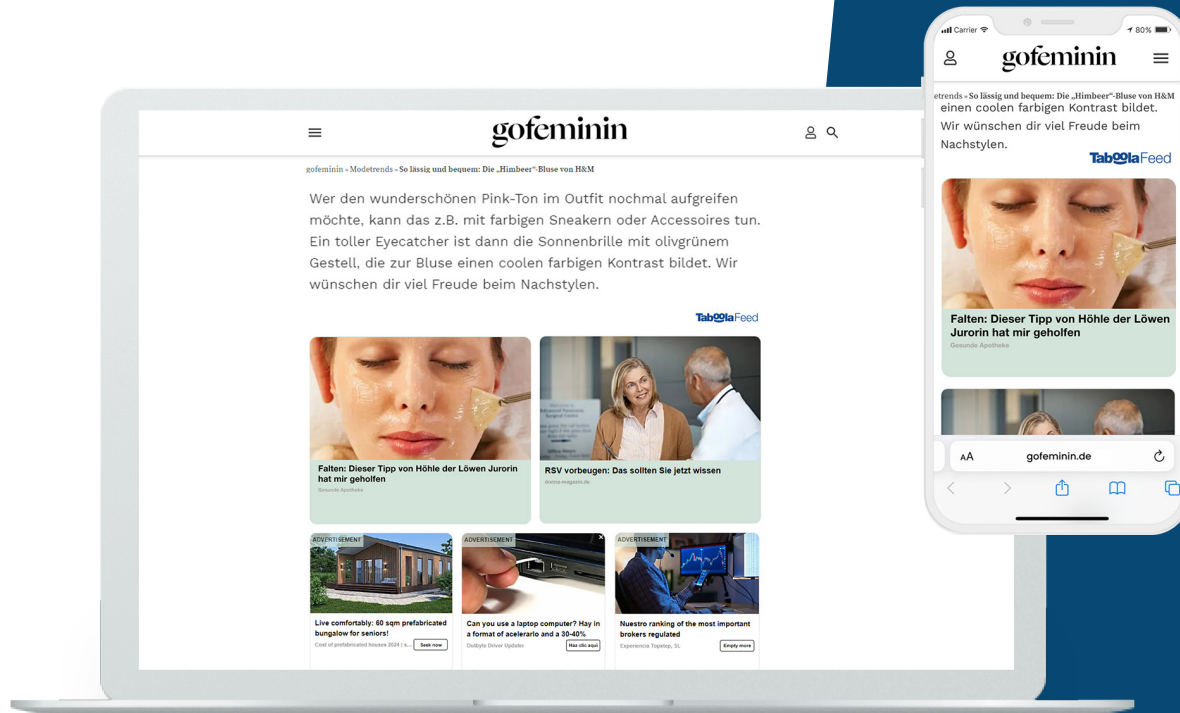
## LÖSUNG

Der Einsatz von **Taboola** Native Ads, Maximize Conversions sowie Tracking und Attribution, um engagierte Zielgruppen auf den führenden Publisher-Websites zu erreichen.

## RESULTATE

Mit **Taboola** erreichte **Bedrop** einen um **35 % höheren AOV als mit Meta und Google**. Native Advertising im Allgemeinen verzeichnete einen Umsatzanstieg von **77 % und einen Anstieg der Website-Sitzungen um 33 %**.

**Bedrop** aktiviert Kund:innen mit nativen Advertorials über das umfangreiche Publisher-Netzwerk von **Taboola**.





## Einleitung

**Bedrop**, mit Sitz in Deutschland, ist ein Familien-Startup, das natürliche Bienen-Kosmetik- und Pflegeprodukte vertreibt, darunter Cremes mit Manukahonig, Propolis und Bienengift. Alle Produkte von **Bedrop** stammen aus zertifiziertem biologischen Anbau und nachhaltiger Produktion. Sie bieten natürliche und umweltfreundliche Alternativen für moderne Schönheits- und Kosmetikkäufer:innen.



## Bedrop findet mit Taboola Native Ads neue Zielgruppen im Open Web

**Bedrop** wollte neue Kund:innen über Suchmaschinen und Social-Media-Kanäle hinaus erreichen. Nachdem das Unternehmen Anzeigen auf Plattformen wie Meta und Google geschaltet hatte, stagnierte das Wachstum auf diesen Kanälen. Um weiter zu wachsen, musste der Marketing-Mix mit neuen und innovativen Strategien diversifiziert werden.

**Taboola** bot die perfekte Lösung: Native Advertising im Open Web. Im Gegensatz zu den „Walled Gardens“ von Suchmaschinen und Social Media hilft **Taboola** Werbetreibenden, ihre Reichweite über ein Netzwerk von über 9.000 Premium-Publishern zu erweitern und so Zielgruppen zu erschließen, die auf anderen Plattformen nicht verfügbar sind. Die nativen Anzeigenformate von **Taboola** sind außerdem darauf ausgelegt, nicht nur Produkte zu bewerben, sondern Kund:innen mit hochwertigem Storytelling zu informieren, das zu den redaktionellen Inhalten auf Publisher-Websites passt.

Um die Möglichkeiten von **Taboola** optimal zu nutzen, empfahl unser Account Manager **Bedrop** einen Media Buyer, der auf die Zusammenarbeit mit D2C-Marken spezialisiert ist. Mit diesem Team war **Bedrop** in der Lage, eigene **Taboola** Image und Motion Ads zu erstellen – die kurze, GIF-ähnliche Visuals enthalten – und Werbemittel zu testen, um die effektivsten Lösungen für ihr Publikum zu finden.

**Bedrop** hat beispielsweise herausgefunden, dass einfache und direkte Anzeigentitel sowie Bildelemente, die Männer darstellen, zu mehr Klicks führen. Bei den Landing Pages hingegen führten ausführliche Advertorials mit Videos und Testimonials von Kund:innen zu mehr Conversions. Eine Landing Page bot zum Beispiel einen detaillierten Einblick darin, wie und warum Bienengift dazu beitragen kann, feine Linien und Fältchen zu mildern, und enthielt einen Erfahrungsbericht der prominenten Investorin Judith Williams.

## Bedrop steigert seinen Umsatz um 77 % mit nativer Werbung, einschließlich mit Taboola Sponsored Content und Maximize Conversions

**Bedrop** nutzte Maximize Conversions von **Taboola**, um die Werbeausgaben zu optimieren. Maximize Conversions basiert auf **Taboolas** grundlegendem Algorithmus für maschinelles Lernen und passt die Gebote automatisch an, um innerhalb eines vorgegebenen Budgets so viele Conversions wie möglich zu erzielen – so können Werbetreibende ihre Ergebnisse steigern und gleichzeitig die Kosten senken.

Neben der Maximierung der Conversions erkannte **Bedrop** zusätzlich den Mehrwert von Native Advertising und von **Taboola** als eine Form von Pressearbeit und Berichterstattung. Mit Native Advertising wurden Artikel auf Premium-Publisher-Websites geschaltet und so die Reichweite weiter gesteigert.

Funktionales Tracking und Attribution spielten eine wichtige Rolle für den Erfolg von **Bedrop** im **Taboola**-Netzwerk. Zusätzlich verzeichneten die Verkäufe dank nativer Werbung im Amazon-Shop einen deutlichen Anstieg.

Native Anzeigen führten zu einer **Umsatzsteigerung von 77 % und einer Steigerung der Website-Sitzungen um 33 %**. Seit der Einführung nativer Anzeigen hat **Bedrop 67 % mehr Bestellungen** generiert. Insgesamt **übertrafen** die Top-Kampagnen von Taboola das **Return on Ad Spend (ROAS)-Ziel von Bedrop um bis zu 50 %**.

Darüber hinaus stellte **Bedrop** fest, dass **Taboola**-Anzeigen zu einem um **35 % höheren durchschnittlichen Bestellwert (AOV) beitragen als Meta- und Google-Anzeigen**. Offensichtlich waren die Zielgruppen aller nativen Kanäle bereit, höherpreisige Produkte zu kaufen. Kund:innen reagierten beispielsweise auf eine native Anzeige, die ein Set aus drei Produkten mit einem Aktionspreis bewarb.

Nach dem Erfolg dieser verkaufsorientierten Kampagne erwägt **Bedrop** die Einführung einer Banding-Kampagne mit **Taboola**, um die Bekanntheit im gesamten Open Web zu steigern und die Reichweite des Unternehmens auf ein internationales Publikum auszuweiten.