



„Taboola hat uns von Beginn an gezeigt, dass großes Optimierungspotenzial in unserer Content Recommendation steckt und uns tatkräftig bei der Umsetzung unserer Strategien unterstützt. Auch unser Taboola Account Management war eine große Hilfe. Ich denke, es waren vor allem die persönlichen Kontakte und die individuelle Beratung, die zu unserem Erfolg geführt haben.“

- **Vjekoslav Keskic**, Gründer und Geschäftsführer, ballnews media GmbH



VERLAG/SPORT

**ballnews media erzielt 210 %
Umsatzsteigerung mit
Taboola Feed**

210 %

höherer
Quartalsumsatz als
Wettbewerbsplattform



ballnews media aktiviert Leser:innen mit Taboola-Feed auf Artikelseiten

UNTERNEHMEN

ballnews media ist ein Special-Interest-Publisher im Fußballsegment, der rund um die Uhr aktuelle Fußballnachrichten und multimediale Inhalte bereitstellt.

HERAUSFORDERUNG

Optimierung der Nutzererfahrung auf der Website sowie der Monetarisierungsstrategie, um den Umsatz zu steigern.

LÖSUNG

Implementierung des **Taboola**-Feeds mit kuratierten, empfohlenen Inhalten auf Artikelseiten für Desktop- und Mobilgeräte.

RESULTATE

ballnews media erreichte mit **Taboola** einen **210 % höheren Quartals-RPM** im Vergleich zu anderen nativen Plattformen. Taboola benötigte nur einen Monat, um den gleichen Umsatz zu erzielen, den ein Mitbewerber im gesamten Quartal erzielte.

Einleitung

ballnews media ist ein Special-Interest-Publisher im Fußballsegment. Mit einer umfassenden digitalen Präsenz, die Websites, Apps und soziale Plattformen umfasst, bietet **ballnews media** rund um die Uhr die neuesten Fußballnachrichten und Multimedia-Inhalte.

ballnews media wird von einem fußballbegeisterten Team geführt, mit dem Credo: von Fans für Fans. Zu ihrem Portfolio gehören FCBinside.de, das größte unabhängige Nachrichtenportal zum FC Bayern München im deutschsprachigen Raum, sowie weitere mannschaftsspezifische Nachrichtenplattformen wie BVBWLD.de und SchalkeTOTAL.de.



ballnews media optimiert die Website-Monetarisierung mit empfohlenen Inhalten von Taboola

ballnews media hatte Content Recommendation als Werbe- und Monetarisierungsform nicht wirklich Priorität eingeräumt. Das Unternehmen hat mit einem zentralen Marketingpartner zusammengearbeitet, um klassische Display-Anzeigen und einige wenige empfohlene Content-Platzierungen zu schalten. **Taboola** war sich sicher, dass **ballnews media** seine Strategie noch weiter ausbauen und den Umsatz und das Engagement im gesamten Website-Portfolio steigern konnte.

Taboola verbindet Publisher mit fast 18.000 Werbetreibenden, die ihre Inhalte in markensicheren Umgebungen im Internet teilen möchten. Die Flaggschiff-Lösung von **Taboola**, der Taboola Feed, bringt das immersive Scroll-Erlebnis sozialer Medien auf die Websites von Publishern und empfängt User mit personalisierten Inhaltsempfehlungen im Feed-Design. So können das Interesse der Besucher:innen und ihre Interaktionen länger aufrechterhalten werden.

Nach einer kurzen Testphase war klar, dass **Taboola** über die Tools verfügt, die **ballnews media** bei der Optimierung ihrer empfohlenen Inhalte helfen können.

Taboola übertrifft Plattform des Mitbewerbers mit 210 % höherem RPM

ballnews media arbeitete direkt mit **Taboola** zusammen, um den Feed auf Artikelseiten auf Desktop- und Mobilgeräten zu implementieren, damit Besucher:innen länger Inhalte entdecken und interessiert bleiben. Die **Taboola** Account Managerin informierte über Lösungen zur Traffic-Akquise und zum Traffic-Austausch.

Das Ergebnis? **ballnews media** erzielte **im zweiten Quartal mit Taboola 210 % mehr Umsatz als im vierten Quartal mit einer Konkurrenzplattform**. Dies ist besonders beeindruckend, da im vierten Quartal häufig höhere Gewinnmargen erzielt werden. Tatsächlich brauchte Taboola nur einen Monat, um den gleichen Umsatz zu erzielen, den ein Mitbewerber in einem Quartal erzielte. Darüber hinaus **übertraf Taboolas organische Klickrate (CTR) die durchschnittliche organische CTR in Deutschland**.

ballnews media sieht **Taboola** jetzt als wichtigen Werbepartner, um den Umsatz zu steigern, empfohlene Content-Erlebnisse zu optimieren und personalisierte Kampagnenunterstützung zu erhalten.