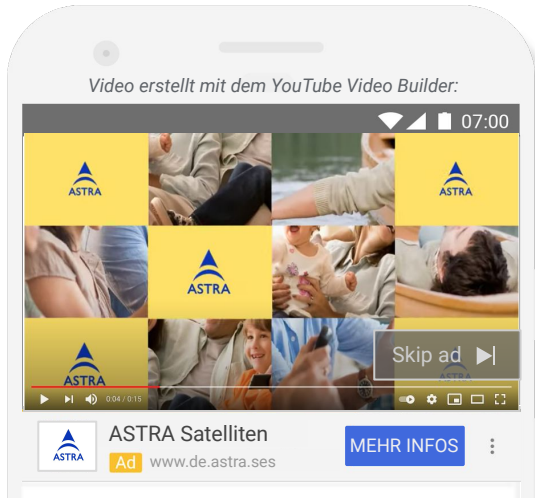


Remove once all necessary approvals (Marketing, PR, IR, and Legal) are obtained.

**ASTRA** nutzt in Kooperation mit der Agentur **SlopeLift** die YouTube Video Builder Beta und erhöht die Click-Through-Rate (CTR) ihrer DV360-Kampagne um 55%



Satellitenservice-Anbieter & Tochter der SES  
Unterföhring, Deutschland • [de.astra.ses](https://www.de.astra.ses)



### Die Herausforderung

ASTRA versorgt Haushalte in ganz Europa mit über 2.000 Fernseh- und Radiokanälen. Ihr Ziel ist es so viele relevante KonsumentInnen wie möglich auf ihre Webseite zu bringen und über ihre Services zu informieren und davon zu überzeugen. Als Werbematerialien standen Texte und statische Bilder, jedoch kein Bewegtbild zur Verfügung.

### Die Herangehensweise

ASTRA's Agenturpartner SlopeLift hat mithilfe der YouTube Video Builder Beta eine einfache Technologie genutzt, um aus Texten, Logos und Bildern neue Videos zu erstellen. Dabei wurden Vorlagen und Creative Best Practices angewendet, wie etwa die Marke ASTRA in den ersten 5 Sekunden zu zeigen und einen klaren Call-To-Action zum Besuch der Webseite einzubauen.

Mit einer Display & Video 360 (DV360) Kampagne wurde entlang der gesamten Kundenreise die Botschaft an den User sowohl über Display als auch über YouTube-Anzeigen kommuniziert. Ein übergreifendes Frequency Capping von 3 stellte sicher, dass die Anzahl an Ausspielungen je User effizient sind.

### Die Resultate

Durch Anreicherung der Kampagne mit Videomaterial wurde die Anzahl der ASTRA-Webseitenbesucher, die über einen Klick von Upperfunnel Display- oder Video-Maßnahmen kommen, um 20 Prozentpunkte erhöht. Diese User zeigten besonders hohes Interesse und besuchten im Schnitt +3.2% mehr Seiten und hatten eine um 5% niedrigere Absprungrate als der Durchschnitt. Insgesamt hat sich durch die Nutzung von YouTube-Anzeigen zusätzlich zu Display die Click-Through-Rate der Kampagne um +55% erhöht.

© 2021 Google LLC. All rights reserved. Google and the Google logo are trademarks of Google LLC. All other company and product names may be trademarks of the respective companies with which they are associated.

“Bestehendes Bildmaterial zu nutzen und daraus YouTube-Formate zu bauen, gibt uns die Möglichkeit relevante User auf der gewohnten Kundenreise zu begleiten.

Das wiederum hilft uns dabei die Ziele unserer Kunden besser und effizienter zu erreichen.”

– Konstantin Kasapis, CEO & Owner, Agentur SlopeLift

**+55%**

Click-Through-Rate (CTR) bei der Verwendung von Display-Anzeigen mit Video-Anzeigen vs. statische Display-Anzeigen alleine

**+3.2%**

mehr besuchte Seiten je Sitzung bei jenen Usern, die über diese DV360 Kampagne kamen



Google Marketing Platform