



## PRESSEMITTEILUNG

### **Taboola startet ‚Taboola Trends‘ für kreative Köpfe und Performance Marketeers**

**London, 28. November 2017** – Andere Länder, andere Sitten – Kulturen, Sprachen, Branchen und Plattformen spielen bei jeder Analyse eine Rolle. Hinzu kommt, dass sich das Open Web ständig ändert. Werbetreibende und Marketingverantwortliche müssen daher immer ‚Up-to-date‘ bleiben und die neuesten Trends im Web im Blick behalten.

Daher analysiert die weltweit führende Discovery-Plattform Taboola ab sofort auf der Grundlage von 75 Millionen Klicks und über 50 Milliarden Impression aktuelle Trends im Netz, die Insights zum Verhalten der Nutzer liefert und kreative Ansätze für die Gestaltung nativer Kampagnen bietet.

[Taboola Trends](#) wird wöchentlich aktualisiert und bietet Daten zu Bild- und Keyword-Trends, die nach Kategorien wie Business, Lifestyle, Fashion, sowie nach Plattformtyp, Sprache und Land gefiltert werden können. Die Analyse basiert auf Artikeln mit mindestens 25 Klicks und 25.000 Impressionen pro Woche.

#### **Über Taboola Trends erhalten kreative Köpfe und Performance Marketeers folgende Insights:**

- Die leistungsstärksten Bildtypen für eine höhere Click-Through-Rate (CTR)
- Die besten Keywords und Redewendungen
- Stark konkurrierende Keywords und Wortgruppen
- Opportunity Keywords und Wortgruppen

#### **Eine Analyse mit Daten aus der letzten Woche zeigt folgende Ergebnisse:**

- **Frauen haben meistens eine höhere CTR als Männer.** Das gilt selbst in Kategorien wie Sport und Technik. Aber die männliche Zielgruppe sollte dennoch nicht vergessen werden. Taboola sieht einen CTR-Anstieg bei Männern in Kategorien wie Dating, Essen, Lifestyle und Haustiere.
- **In der Kategorie Automobile weisen Männer in Deutschland eine 61% höhere Klickrate als Frauen auf.**
- **Die meisten Menschen lieben Tiere,** jedoch nicht in jeder Anzeige. Bilder mit Tieren haben weltweit eine 107% höhere CTR als Bilder ohne Tiere – besonders in Großbritannien, wo die Klickrate um 396% höher ist. ABER: Israel, Bangladesch, Frankreich, Indonesien, Mexiko, Pakistan, Philippinen, Südafrika, Thailand, Türkei und

Vietnam stellen eine Ausnahme dar. Hier haben Bilder ohne Tiere eine höhere CTR. Diese Länder neigen dazu, Gegenstände und Menschen im Bild zu bevorzugen.

- **Bilder mit Lebensmitteln werden favorisiert.** Für Unternehmen, die Kampagnen in der Kategorie "Home" durchführen möchten, wird empfohlen, dass die Klickrate von Bildern mit Lebensmitteln in Deutschland 19% höher ist als die Klickrate von Bildern ohne Lebensmittel. Innerhalb dieser Kategorie sollten keine Tierfotos enthalten sein, da Indoor-Aufnahmen, farbenfrohe Fotos und Männer im Bild einfach eine bessere Performance aufweisen.
- **Im Themenbereich Bildung braucht es Kampagnen mit Text.** Taboolas Analyse zeigt, dass der CTR für informative Kampagnen mit Text im Bildungssektor in Deutschland 145% höher ist als ohne Text. Für diese Kampagnen sollten auch keine Personen gezeigt werden. Zudem werden Bilder in Schwarzweiß häufiger angeklickt (+18%).

Taboola Trends wurde für alle kreativen Köpfe, Performance-Verantwortliche, Werbetreibende und Agenturen entworfen. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich, die Seite bietet für alle Taboola Kunden Zugang zu Insights aus dem riesigen Datenschatz von Taboola. Die Insights sind natürlich keine 100%ige Garantie für zukünftiges Verhalten, allerdings sind sie ein hervorragender Ausgangspunkt für diejenigen, die neue kreative Ansätze testen möchten, ihre Klickraten (CTRs) erhöhen oder ihre CPAs senken wollen. Link: [Taboola Trends](#)

### **Über Taboola**

Taboola ist die weltweit führende Discovery Plattform, die mehr als 360 Milliarden personalisierte Redaktions- und Video-Empfehlungen zu mehr als 1 Milliarde Unique Usern pro Monat bringt. Zu den internationalen Publishern gehören USA Today, Huffington Post, MSN, Business Insider, Techcrunch, engadget, Chicago Tribune und Weather Channel. In Deutschland nutzen u.a. Axel Springer Media Impact mit „Die Welt“, Ströer Content Group, Sport1 und MHS Digital GmbH den individualisierten Discovery Service. Publisher, Vermarkter und Agenturen verwenden Taboola, um ihre Besucher an ihre Websites zu binden, Content zu verbreiten und Traffic zu monetarisieren, um eine hochwertige und hohe Reichweite zu generieren.

Das Unternehmen wurde 2007 von Adam Singolda in Tel Aviv gegründet. Der Hauptsitz von Taboola ist in New York, weitere Niederlassungen befinden sich in London, Los Angeles, Tel Aviv, Neu-Delhi, Bangkok, São Paulo, Peking, Istanbul, Seoul, Shanghai und Tokio. Aktuell beschäftigt die Firma 600 MitarbeiterInnen an den verschiedenen Standorten. [www.taboola.com](http://www.taboola.com) *Twitter: @taboola\_DACH*

### **Pressekontakt Taboola:**

Dana Miller, Director, Corporate Marketing  
M: +1.646.712.3826, E: [dana.miller@taboola.com](mailto:dana.miller@taboola.com)

### **Pressekontakt für Taboola DACH:**

Talisman Kommunikation und Imagebildung  
Heike Bedrich  
M: Heike Bedrich: +49.171.543 21 69  
E: [taboola@talisman-pr.de](mailto:taboola@talisman-pr.de) [Presse\\_dach@taboola.com](mailto:Presse_dach@taboola.com)