



Da bin ich mir sicher.



1. Platz für HOFER Preis Song: Diskonter gewinnt mit über 3 Millionen Views erneut „YouTube Ads Leaderboard“

Sowohl einmal im Quartal als auch einmal jährlich veröffentlicht YouTube jene Videos, die bei den Zuschauerinnen und Zuschauern ganz besonders hoch im Kurs stehen. Nach dem Erfolg im Vorjahr brilliert HOFER auch bei der diesjährigen Auswertung der beliebtesten Videos 2020 auf voller Länge: Mit seiner kreativen Werbekampagne - dem HOFER Preis Song - hat es der Diskonter nicht nur auf den ersten Platz, sondern insgesamt gleich drei Mal in die Top Ten geschafft.

(Sattledt, 5. Februar 2021; HOFER) HOFER hat sich auch 2020 mit einer unkonventionellen Werbekampagne mit hohem Wiedererkennungswert ausgezeichnet, wie das Ergebnis des „YouTube Ads Leaderboards 2020“ bestätigt: Nachdem der [HOFER Preis Rap](#) im Vorjahr zum beliebtesten Video 2019 gekürt wurde, hat sich 2020 der [HOFER Preis Song](#) als kultverdächtiger Austropop-Ohrwurm ebenso gekonnt in den Kopf zahlreicher Kundinnen und Kunden geschlichen und mit über 3 Millionen Views auf YouTube erneut den ersten Platz für HOFER gesichert. Mit der humorvollen Werbekampagne, bei der Ogilvy als Agentur fungierte, honoriert HOFER nicht nur die Schönheit Österreichs, sondern feiert auch die Diversität seiner Kundinnen und Kunden sowie das, was sie alle miteinander verbindet: Die Begeisterung für den günstigen HOFER Preis. Der HOFER Preis bringt die Kernkompetenz des Diskonters - nämlich günstige Preise in Kombination mit hohen Standards hinsichtlich Regionalität, Frische und Nachhaltigkeit - auf den Punkt. Diese Botschaft wurde mit der humorvollen Werbekampagne ausdrucksstark kommuniziert und gleichzeitig wurde auch noch die Vielfalt der Produkte und Services von HOFER charmant präsentiert. Wie auch 2019 hat man mit dem HOFER Preis Song auf die Audiokomponente und den „Ohrwurm-Charakter“ gesetzt und sich für eine 360° Kampagne entschieden, da Musik besonders in der Werbung ein perfektes und emotionales Instrument ist, um Botschaften zu verstärken und diese im Mindset der Zielgruppe zu verankern. So ist es HOFER mit dem Preis Song auf ein Neues gelungen, Aufmerksamkeit zu generieren und sehr viel positives Feedback zu erhalten. Deshalb wurde Ende 2020 der HOFER Preis Song als [Weihnachts-](#) und [Silvester-Ausgabe](#) neu interpretiert und fortgesetzt - ebenfalls mit Erfolg: Auch diese beiden Versionen wurden fleißig auf YouTube geklickt und erreichten so den 4. und 7. Platz im „YouTube Ads Leaderboard“. Der Erfolg gibt HOFER recht und Kundinnen und Kunden dürfen demnach gespannt sein, mit welchen Werbemaßnahmen der Lebensmittelhändler auch im neuen Jahr wieder überraschen wird.

„YouTube Ads Leaderboard“ - die beliebtesten Werbevideos im Fokus

Regelmäßig veröffentlicht YouTube Werbevideos, die bei YouTube-Zuschauern besonders beliebt sind. Für das Ranking werden nur Videos berücksichtigt, die einen Mindestanteil an unbezahlten Views aufweisen können. Vierteljährlich und auch jährlich veröffentlicht Google jene YouTube Werbevideos, die bei Zuschauern am besten ankommen. Das Anzeigen-Ranking wird durch einen Algorithmus bestimmt, der bezahlte und organische Aufrufe sowie die Zuschauerbindung berücksichtigt.

