



ad agents

CASE STUDY

246 Prozent mehr Suchanfragen dank ausgeklügelter YouTube Werbung

DIE HERAUSFORDERUNG

Kurz vor Weihnachten ist der Wettbewerb um Aufmerksamkeit besonders groß. Für Loberon war das die Chance, in den letzten Dezemberwochen aus der Masse herauszustechen und einen eigenen Weg zu gehen: Die Marke stärker in den Fokus rücken und gleichzeitig den Umsatz spürbar steigern. Dafür sollten kaufbereite Kund:innen nicht nur inspiriert, sondern auch zum Handeln bewegt werden, und zwar durch ein hochwertiges, video-first Erlebnis.

STRATEGIE & UMSETZUNG

Gemeinsam mit den Expert:innen der ad agents und Google setzte Loberon eine durchdachte YouTube-Strategie um, bei der kreative Wirksamkeit und der gezielte Einsatz von KI im Mittelpunkt standen. Konkret wurden Video View Campaigns (VVC) und Video Reach Campaigns (VRC) miteinander kombiniert. Mithilfe von KI-gestützter Optimierung und passenden Zielgruppensignalen sprach Loberon High-Value-Kunden mit packenden, storygetriebenen Videos an und blieb so während der Hauptgeschenksaison die erste Wahl für luxuriöse Wohnaccessoires.

Durch die Zusammenarbeit mit Google und ad agents als Google Partner konnten KI-unterstützte Lösungen rasch implementiert werden, was technische Präzision und kreative Flexibilität garantierte.

LOBERON

COMING HOME

LOBERON ist eine europäische Home-Living-Brand, die unter dem Motto „Coming Home“ stilvolle Möbel, Wohnaccessoires und Textilien in den Stilrichtungen Klassisch, Country und Mediterran anbietet. Die Marke steht für Inspiration, Qualität und Emotionalität und hat sich in den vergangenen Jahren durch starkes Wachstum eine feste Position im Markt gesichert.

Heute ist Loberon in zehn europäischen Ländern aktiv und spricht eine anspruchsvolle Zielgruppe an, die Wert auf Individualität und Atmosphäre legt.

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com





ad agents

DIE ERGEBNISSE

Loberon konnte einen Rückgang der Markensuchen um 8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr nicht nur aufhalten, sondern in einen Anstieg von 15 Prozent verwandeln. Dabei suchten Nutzer, die die Kampagne gesehen hatten, 2,4-mal häufiger nach der Marke. Auch nach Kampagnenende blieb die Klickrate um 7 Prozent höher als zuvor, was unter Beweis stellt, welche entscheidende Rolle YouTube bei der Erzielung eines nachhaltigen ROI spielen kann.

In Zukunft wird Loberon die internationale Expansion gemeinsam mit ad agents und Google über Demand Gen und Performance Max weiter vorantreiben und die Markenbekanntheit gezielt ausbauen.

246 %

mehr
Suchanfragen

15 %

Anstieg der
Marken-Suchanfragen

25 %

geringerer CPC
auf Search

„Ehrlich gesagt hatten wir zu Beginn unserer wettbewerbsintensivsten Saison nicht mit solchen Ergebnissen gerechnet. YouTube bot uns die perfekte Plattform, um Inspiration in konkrete Kaufentscheidungen umzusetzen – und genau darum geht es bei LOBERON: Menschen ihrem Zuhause näherzubringen.“

Martin Gittel, Director Marketing,
Loberon

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com

