

P R E S S E M I T T E I L U N G

Erfolgreich „du bist zuhause“-Gefühl verströmt esome setzt leistungsstarke Connected TV-Kampagne für Musterring um

Hamburg, 12. Mai 2025. „du bist zuhause“: Der CTV-Marketingspezialist [esome](#) setzt erste Benchmarks für leistungsstarkes Streaming Advertising. Für den Möbel- und Einrichtungsanbieter [Musterring](#) haben die Hamburger Plattformkampagnen-Experten in Zusammenarbeit mit dem Bewegtbildvermarkter [Seven.One Media](#) eine kombinierte TV- und CTV-Kampagne umgesetzt, die für Aufmerksamkeit für die Marke und ihr Angebot sorgen sollte. Ziel des von esome konzipierten CTV-Flights: zusätzliche zielgruppengenaue Kampagnenreichweite und additive Stärkung zentraler Marken- und Image-KPI. Das Ergebnis: Musterring konnte auf ganzer Linie erfolgreich „du bist zuhause“-Gefühl verströmen.

Zielgruppe der Musterring-Kampagne mit dem Testimonial-Duo Bettina Zimmermann und Kai Wiesinger waren Frauen im Alter von 40-59 Jahren, die über ein passendem Haushaltneetoeinkommen für Möbel im hochpreisigen Segment verfügen. Ausgespielt wurde der (C)TV-Spot in Senderumfeldern der [Seven.One Entertainment Group](#) und auf den von esome ausgewählten Streamingplattformen Joyn (ProSiebenSat.1), Prime Video (Amazon), sky sowie Samsung TV Plus, die alle ein Targeting auf die gewünschte Zielgruppe ermöglichen. Beim CTV-Part zeichnete esome neben der Kampagnenplanung auch für die begleitende Leistungs- und Werbewirkungsmessung sowie die darauf basierende Kampagnenoptimierung verantwortlich.

Leistungsstarke Zielgruppenansprache

Zur Sicherstellung einer leistungsstarken Zielgruppenansprache – insbesondere einer hohen Zielgruppenerreichung mit der gewünschten Kontaktfrequenz – wurde die CTV-Kampagnen in Zusammenarbeit mit dem Messdienstleister [Audience Project](#) täglich überprüft und analysiert und von esome entsprechend optimiert. So konnten u.a. Inventarüberschneidungen konsequent reduziert und Inventare mit hoher in-audience-Güte maximal ausgeschöpft werden.

PRESSEMITTEILUNG

Das Ergebnis: Der CTV-Flight erzielte eine Durchdringung (Reichweite) von über 20 Prozent (20,1%) in der avisierten Zielgruppe unter exakter Einhaltung der geplanten durchschnittlichen Kontaktdosis von drei Streaming-Werbekontakten pro Zuschauerin. Durch die Minimierung der CTV-Inventarüberschneidungen in der relevanten Zielgruppe auf unter 2,5 Prozent konnte der CTV-Flight on-top-Reichweite und Werbedruck und optimal miteinander verbinden und einen sehr guten inkrementellen Reichweitzuwachs von fast 14 Prozent (13,7%) zur TV-Kampagne beitragen. Alles in allem eine hochwertige Zielgruppen-adressierung als Grundlage für ein wirkstarkes Branding.

Wirkungsvolle Marken- und Imageverankerung

Um zu überprüfen, ob der CTV-Flight zudem auch die intendierten Brandingeffekte erzielte, setzte esome gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut [MetrixLab](#) eine umfassende Brand-Lift-Studie auf. Sie ermittelte den Einfluss des Streaming-Kampagnenparts auf zentrale Marken- und Image-KPI.

Auch hier lieferte der digitale Bewegtbildkanal äußerst gute Ergebnisse: Mit der CTV-Kampagne konnte die Werbekanntheit von Musterring in der Zielgruppe auf fast das Dreifache gesteigert werden (+187%). Bei den Frauen, die die Streaming-Werbung gesehen hatten, zählten 70 Prozent mehr Musterring zu ihren Top2-Marken in punkto Kaufinteresse und 39 Prozent mehr zu ihren zwei bevorzugten Marken als in der Vergleichsgruppe (ohne Werbekontakt).

Auch die für Musterring relevanten Image-Items konnten durch die CTV-Kampagne bei signifikant mehr Frauen aus der Zielgruppe nachhaltig verankert werden: Einrichtungsvielfalt und Individualität: +66 Prozent, inspirierendes Design: +74 Prozent, Top Service: +50 Prozent, höchste Produktqualität: +42 Prozent.

Und auch mit Blick auf die zu TV intendierte additive Stärkung zentraler Marken- und Image-KPI erfüllte der CTV-Flight bei allen relevanten Bewertungsgrößen die Erwartungen: So steigerte die Streamingkampagne bspw. die Markenbeliebtheit sowie die Top-Service-Bewertung noch einmal um über drei Prozent (3,4% bzw. 3,3%).

„CTV ist ein wirkungsvoller Baustein auf unserem Weg, Musterring jünger, weiblicher und digitaler aufzustellen. Die Kampagne hat gezeigt, wie treffsicher wir unsere Zielgruppe über diesen Kanal erreichen –

PRESSEMITTEILUNG

insgesamt sind wir auf einem sehr guten Weg“, erklärt **Bettina Höner, Marketingleiterin Musterring**.

„Die Musterring-Kampagne zeigt, was für ein leistungs- und wirkungsstarker Werbekanal CTV sein kann, wenn man die Potenziale aus der Verbindung des Big Screen mit den Vorteilen digitaler Mess- und Steuerungslogiken konsequent ausschöpft“, erklärt **Benjamin Bunte, Geschäftsführer esome advertising technologies**. „Ob stand alone oder, wie hier, im Zusammenspiel mit klassischem TV: Als digitaler Bewegtbildkanal bietet CTV hervorragende Voraussetzungen für KPI-fokussierte Bewegtbildkampagnen. Wir freuen uns sehr, dass uns Musterring die Möglichkeit gegeben hat, mit unserer Plattform-Expertise und unserem outcome-orientierten Optimierungs-Know-how ein Kampagnenkonzept umzusetzen, dass den Werbeerfolg nachhaltig gesteigert hat.“

Über esome

esome ist der Marketingspezialist im Bereich CTV und setzt mit seiner führenden Plattformexpertise neue Maßstäbe bei innovativen und leistungsstarken Kampagnenkonzepten für den Streamingbereich. 2014 als Pionier im Bereich Social Advertising gestartet, hat sich das Unternehmen zu einem erfolgreichen Digitalmarketing-Dienstleister entwickelt, der heute maßgeschneiderte Lösungen für die KPI-basierte Kampagnenoptimierung anbietet. Mit einem Team von über 100 interdisziplinären Expert:innen orchestriert esome eine breite Palette digitaler Kanäle – von Connected TV über Social Media bis hin zu Open Web –, immer mit dem Ziel, Wirkung und Effizienz von Multichannel-Kampagnen datenbasiert zu maximieren.

Vom Unternehmenssitz in Hamburg sowie dem Standort in Belgrad aus berät und betreut esome mehr als 400 internationale Marken, darunter diverse DAX-Unternehmen.

Weitere Informationen unter: <https://www.esome.com/de/digital-marketing-solutions/>

PRESSESERVICE

Presseinformationen sowie
honorarfreies Bildmaterial erhalten
Medienvertreter unter

<https://esome/presse>

PRESSEKONTAKT

< elias communications >
Nadja Elias
Schulstraße 31
D – 80634 München
Tel.: +49 (0)89 15890306
E-Mail: presse@esome.com