

META Case Study: MEISTER

Kickoff zur Fußball-EM 2024: Events als Booster für den Markenaufbau

Steigerung der Markenbekanntheit und Awareness-Aufbau für das Produkt Echtholzboden Natureflex HD 100.



Die Herausforderung

Das Familienunternehmen MEISTERWERKE aus Rüthen-Meiste ist Hersteller von hochwertigen Bodenbelägen, Paneelen und Leisten. Unter der Marke MEISTER werden die Produkte vorwiegend über den qualifizierten Fachhandel vertrieben. Für den neuen Echtholzboden Natureflex HD 100 sollte die Bekanntheit und das Interesse bei Endverbrauchern, insbesondere jungen Familien, gesteigert werden.

Ziel der Kampagne war es, die USPs des neuen Holzbodens einfache Verarbeitung, leichte Pflege, Preisattraktivität und Eignung für Renovierungen – durch visuell gestaltete Personas, wie den Renovierungsbuddy, den Klimahelden, den Spielkameraden und den Fairplayer hervorzuheben.

Plattform Meta	Service Used Strategie, Content Creation, Performance Marketing	Branche Handel und Industrie
--------------------------	---	--

Unser Ansatz

Meister nutzte die EM 2024 als Aufhänger für eine Social Media Kampagne. Das Wortspiel mit dem Markennamen „MEISTER“ passte perfekt zum Anlass und sollte die Aufmerksamkeit auf den Echtholzboden Natureflex HD 100 lenken. Die Kampagne richtete sich an eine junge Zielgruppe, insbesondere junge Familien, die renovieren und einen unkomplizierten sowie bezahlbaren Echtholzboden suchen.

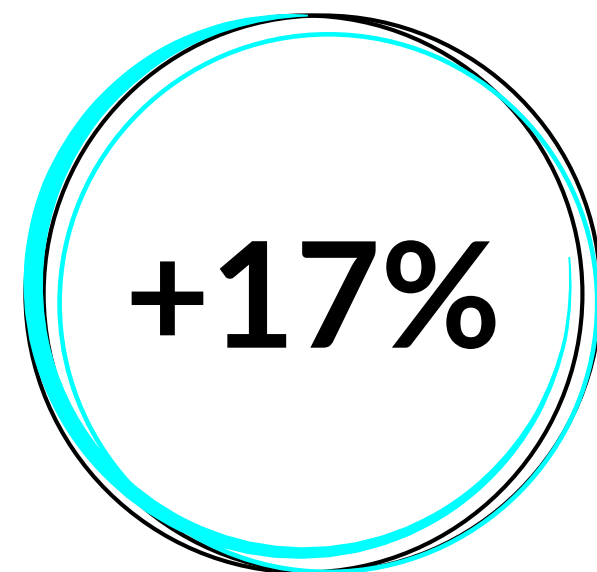
Um die Kampagne innerhalb des kurzen Zeitraums von vier Wochen effizient umzusetzen, wurde im Vorfeld ein strukturiertes Testkonzept entwickelt. Dieses umfasste u.a. das Testen verschiedener Kommunikationsbausteine über statische Anzeigen, wobei für jede Persona zwei unterschiedliche Hooks getestet wurden.

Die erste Phase verfolgte das Ziel, eine hohe Reichweite und Klicks in der relevanten Zielgruppe zu generieren. Gleichzeitig sollten durch den Testansatz Learnings für die nächste Phase gewonnen werden. Für die bestperformenden Werbemittel wurden für die zweite Phase neue Creatives erstellt, um die Zielgruppe gezielt mit den effektivsten Hooks anzusprechen. Zudem wurden die gewonnenen Erkenntnisse genutzt, um das Targeting und die hinterlegten Zielgruppen anzupassen.

Das Ergebnis

Durch die gezielte Nutzung von Meta Ads und die Verbindung mit einem Großereignis wie der Fußball-EM 2024 konnte das Unternehmen seine Botschaft effektiv und weitreichend kommunizieren. So wurde sowohl die Marke MEISTER als auch der Echtholzboden Natureflex HD 100 erfolgreich in den Fokus der Zielgruppe gerückt. Dank der zu Beginn konzipierten Teststrategie konnte die User-Qualität* nach den Learnings in der ersten Phase um 17 %, der Traffic auf die Landingpage um 357% gesteigert und folglich auch der CPA (Cost per LP-Aufrufe) um 80,8% gesenkt werden.

*Gemessen an der CTR-Steigerung innerhalb der relevanten Zielgruppe



User Qualität
(Zielgruppenansprache)



Traffic Steigerung
auf die Website



CPA
(LP-Aufrufe)



Wir sind sehr zufrieden mit den Ergebnissen der Kampagne. Besonders das gut aufgesetzte Testingkonzept von der Boutique Agency hat uns begeistert. Die Learnings und kontinuierlichen Optimierungen sowie die daraus resultierenden Ergebnisse in dieser kurzen Laufzeit haben uns gezeigt, dass Werbung über Meta, auch für erklärungsintensive Produkte wie unsere, hohes Skalierungspotenzial bietet.

