



**ad:agents**

## CASE STUDY

# MIT DER AI EVALUATION SCORECARD ZU MEHR UMSATZ

## DIE HERAUSFORDERUNG

Das gemeinsame Ziel bestand darin, den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr weiter zu steigern. Der besondere Fokus lag dabei auf dem Non-Brand-Bereich, da gerade dieser Bereich entscheidend zur Neukundengewinnung beiträgt. Die Herausforderung: Nach mehreren Jahren hoher Wachstumsraten war das Ausgangsniveau bereits sehr ambitioniert. Gleichzeitig machte die angespannte wirtschaftliche Lage mit zurückhaltendem Konsumverhalten die Aufgabe nicht leichter. Es ging also darum, neue Potenziale zu heben, ohne die bestehende Effizienz zu gefährden.

## STRATEGIE & UMSETZUNG

Anstatt die bereits erfolgreichen Kampagnen direkt weiter zu skalieren, erfolgte zunächst ein strategischer Schritt zurück – eine umfassende Bestandsaufnahme mithilfe der AI Evaluation Scorecard.

Diese Scorecard bewertet Accounts anhand von zehn Hauptkriterien, von AI Readiness über die Nutzung von 1st-Party-Daten bis hin zu Produktdatenqualität und Creative Excellence. Jedes Kriterium ist in mehrere Unterpunkte unterteilt und wird abhängig von Branche und Geschäftsmodell gewichtet. So entsteht eine objektive Standortbestimmung, die nicht nur die aktuelle Performance, sondern auch die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit des Accounts einordnet.

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



Die Ergebnisse der AI Evaluation Scorecard: Mit einem Score von 85 % war die Kampagne bereits sehr stark aufgestellt, zeigte aber konkrete Uplift-Potenziale in den Bereichen AI Readiness, Privacy & 1st-Party-Daten sowie Creative Excellence.

In einem nächsten Schritt wurden die identifizierten Hebel gemeinsam mit dem Kunden umgesetzt und die fehlenden Features implementiert:

- **Data & Privacy:** Einführung von Enhanced Conversions sowie Zielgruppensegmentierungen, um vorhandene Nutzernsignale in die Kampagnenoptimierung einzubinden.
- **Struktur & Targeting:** Anpassung der Kampagnenstruktur mit gezieltem Einsatz von Broad Match.

„Was uns besonders gefallen hat? Dass die ad agents nicht nur mit Tools und KI jonglieren, sondern unsere Marke wirklich verstehen. Die Zusammenarbeit war strategisch, auf Augenhöhe, effizient – und angenehm unkompliziert.“

---

Martin Gittel, Director Marketing & Sales, Loberon



- **AI-Features:** Aktivierung zusätzlicher KI-basierter Funktionen wie finale URL-Erweiterungen und dynamische Assets.
- **Creatives & Full Funnel:** Ergänzung fehlender Video-Assets, um eine durchgängige Full-Funnel-Kommunikation über alle relevanten Google-Plattformen hinweg zu ermöglichen.

## DIE ERGEBNISSE

Die Kombination aus einem bereits exzellenten Set-Up und den neu implementierten Features hat der Google-KI die perfekten Rahmenbedingungen geschaffen, um die Kampagnen noch intelligenter zu steuern und die vorhandenen Potenziale voll auszuschöpfen.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen:

+ 27 %

Umsatz im  
Non-Brand-Bereich

→ bei gleichbleibender KUR

→ trotz herausfordernder Marktbedingungen

Damit ist es gelungen, nicht nur die kurzfristigen Ziele zu übertreffen, sondern auch die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit der Kampagne nachhaltig zu sichern.

Fazit: Durch die Kombination aus fundierter Analyse, gezielten Maßnahmen und einer engen Zusammenarbeit konnte ad agents den Kunden Loberon dabei unterstützen, auch in einem schwierigen Marktumfeld weiter zu wachsen und gleichzeitig die Basis für nachhaltigen Erfolg zu legen.

