

PRESSEMITTEILUNG

Influencer:innen-Werbung im TV: Seven.One Media verhilft Zirkulin zum erfolgreichen Produktlaunch und verlängert #InspireMe-Kampagne ins Metaverse

Unterföhring, 30. Juni 2023. Influencer:innen-Power für Bittertropfen in Bio-Qualität: Für das neue Produkt „Bitter-Elixir Bio“ von Zirkulin hat Seven.One Media jüngst eine exklusive TV-Kampagne umgesetzt. Zentrales Element der Kampagne bildete das Werbeformat #InspireMe mit der Food-Influencerin Nathalie Gleitman (132k Follower:innen auf Instagram). Auf ProSieben und sixx sowie auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen präsentierte die Food-Influencerin den Zuschauer:innen die Bittertropfen von Zirkulin – und das mit vollem Erfolg: Bereits zehn Tage nach Start erreichte „Bitter-Elixir Bio“ einen hohen zweistelligen Marktanteil im Segment Bittertropfen und war innerhalb kurzer Zeit ausverkauft, sodass die Kampagne erst einmal pausiert wurde. Im Juni startete Zirkulin dann einen zweiten Kampagnen-Flight. Ergänzt wurde der InspireMe-Spot durch klassische 20-Sekünder im TV sowie eine breite Social-Media-Kampagne, die durch esome, den KPI-driven Solution-Spezialisten in der ProSiebenSat.1-Familie, gesteuert wurde.

#InspireMe bleibt im Gedächtnis

#InspireMe beweist damit einmal mehr die hohe Werbewirkung von TV in Verbindung mit Social Media. Das belegt auch eine begleitende Werbewirkungsstudie der Seven.One Media: Im Rahmen des ersten Kampagnen-Flights konnte die Bekanntheit der Marke Zirkulin um 30 Prozent gesteigert werden. Und nicht nur das: Auch die Bekanntheit des beworbenen Produkts hat sich mehr als verdoppelt. Insgesamt kennt jeder zweite Zuschauende, der sowohl die 20-sekündigen Spots als auch die #InspireMe-Kampagne gesehen hat, danach „Bitter-Elixir Bio“.

So funktioniert die Influencer:innen-Werbung im TV

Seit zwei Jahren holt Seven.One Media mit dem Werbeformat #InspireMe Influencer:innen in den TV-Werbeblock. In den 45-sekündigen Spots präsentieren und testen Creators die beworbenen Produkte wie sonst auf ihren Social-Media-Kanälen. #InspireMe bringt damit die Glaubwürdigkeit der Influencer:innen in den reichweitenstarken TV-Werbeblock.

Bittertropfen auch für das Metaverse

Gemeinsam mit der Agentur 42Meta verlängerte Seven.One Media die Werbekampagne im ersten Kampagnen-Flight außerdem ins Metaverse. Auf 3D-Cubes machte Nathalie Gleitman auch im Web 3.0 auf Zirkulins Bittertropfen aufmerksam.

Moritz Keller, Category Lead OTC/Pharma bei der Districon GmbH: „Mit #InspireMe haben wir es zum Launch unserer Bio-Bittertropfen geschafft, gleichzeitig auf Social Media und im TV präsent zu sein. Die Kampagne konnte vom Start weg überzeugen und verschaffte uns eine erfolgreiche Markteinführung. Mit dem Launch von ‚Bitter-Elixir Bio‘ haben wir in der Drogerie unsere Marktführerschaft im Segment ‚Magen-Verdauung‘ gefestigt und zeitgleich eine neue, jüngere Zielgruppe für Zirkulin begeistern können.“

Weitere News der Seven.One Entertainment Group finden Sie unter:
www.presse.seven.one

Pressekontakt:

Kristina Schreiber
PR Manager Communications & PR / Strategy, Digital & Sales
Seven.One Entertainment Group
Mobile: + 491511 898 7012
email: Kristina.Schreiber@seven.one
Medienallee 7 / 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One Media GmbH
Ein Unternehmen der



Die Seven.One Entertainment Group ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE. Seit Oktober 2020 vereint die smarte Entertainment-Company alle Sendermarken der Gruppe sowie das Content-, Digital-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach. Die Seven.One Entertainment Group gilt als Innovationstreiber im AdTech-Bereich und steht für starke Content-Marken über die die Nation spricht – und das auf allen Plattformen.