

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, November 2015

Garmin

Kampagnentracking

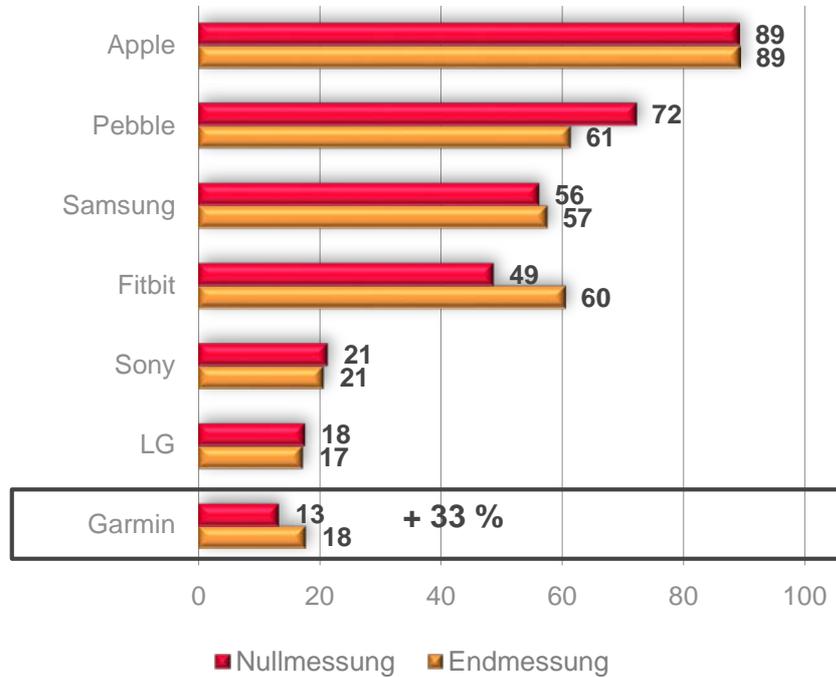


Steckbrief

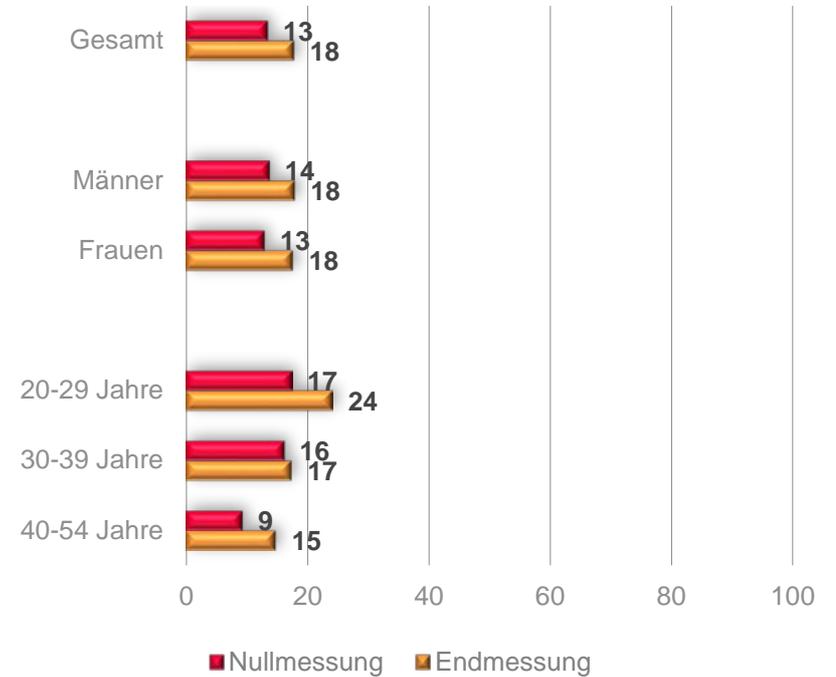
Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Erwachsene 20-54 Jahre in Nordrhein-Westfalen
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 18.-24. September 2015 Endmessung: 20.-26. Oktober 2015
Stichprobe	Nullmessung: n=760 Endmessung: n=1.010
Wirkungsmaße	gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Markenbekanntheit für Garmin als Smartwatchhersteller steigt um 33 Prozent

Gestützte Markenbekanntheit Smartwatches Angaben in Prozent



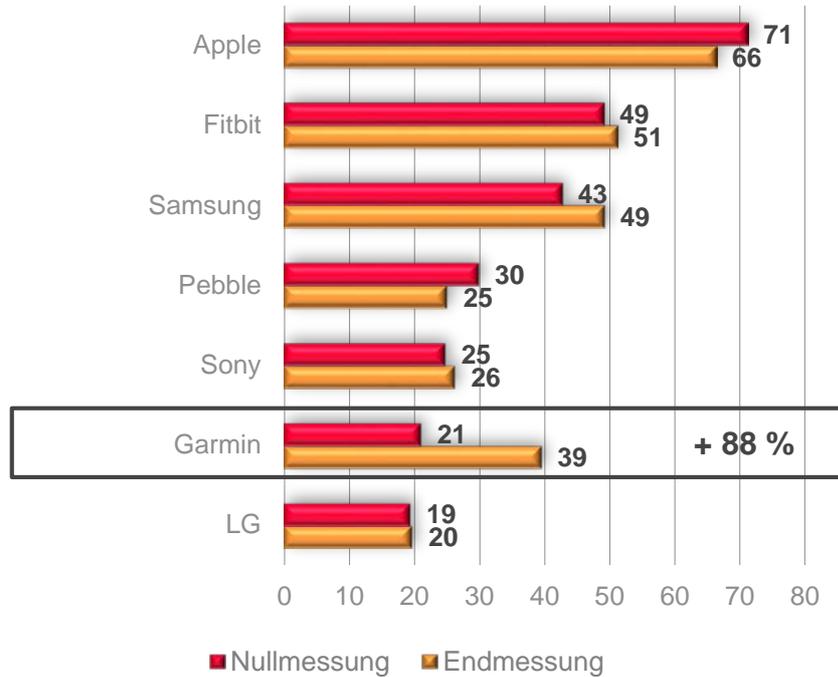
Gestützte Markenbekanntheit Smartwatches - Garmin Angaben in Prozent



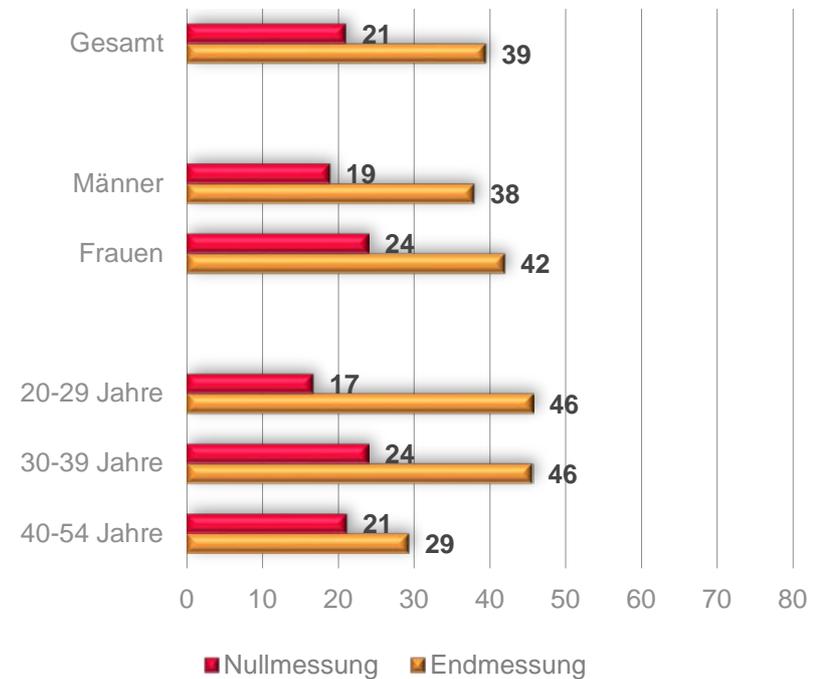
Frage: Und von welcher dieser Marken wissen Sie, dass sie Smartwatches herstellen?
 Basis: Erw. 20-54 Jahre in Nordrhein-Westfalen
 Quelle: Payback / SevenOne Media

Deutlicher Anstieg der Werbeerinnerung in allen Zielgruppen

Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung - Garmin Angaben in Prozent



Frage: Für welche dieser Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung für eine Smartwatch gesehen, gehört oder gelesen?
 Basis: Erw. 20-54 Jahre in Nordrhein-Westfalen
 Quelle: Payback / SevenOne Media

Ein erfolgreicher Start

- Der TV-Einsatz zeigt erste Erfolge. Garmin ist als Smartwatch-Hersteller nach der Kampagne deutlich bekannter.
- Die Werbeerinnerung wird fast verdoppelt.

Fazit

Um langfristige Effekte über alle Indikatoren im Hinblick auf eine repräsentative Gesamtstichprobe zu erzielen, empfiehlt sich eine TV-Kampagne über einen längeren Zeitraum mit höherem Werbedruck.

Kontakt

Franziska Rochau
Senior Research Manager

SevenOne Media GmbH
Medienallee 4
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89/9507-43 52
Fax +49 (0) 89/9507-943 52
www.sevenonemedia.de
franziska.rochau@sevenonemedia.de