

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, Mai 2015

# gebrüder götz

Kampagnentracking



# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit und -image**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Websuche-Interesse**

---

**Fazit**

# Steckbrief

---

<b>Auftraggeber</b>	gebrüder götz / SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	forsa.
<b>Grundgesamtheit</b>	Haushaltführende Personen zwischen 30 und 59 Jahren
<b>Methode</b>	Computergestützte Telefoninterviews anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 12. bis 16. Januar 2015 Endmessung: 4. bis 8. Mai 2015
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n= 758 Endmessung: n= 757
<b>Wirkungsmaße</b>	Gestützte Bekanntheit und Werbeerinnerung für Onlineshops für Schuhe, Markenimage, Websuche-Interesse

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit und -image**

---

**Werbeerinnerung**

---

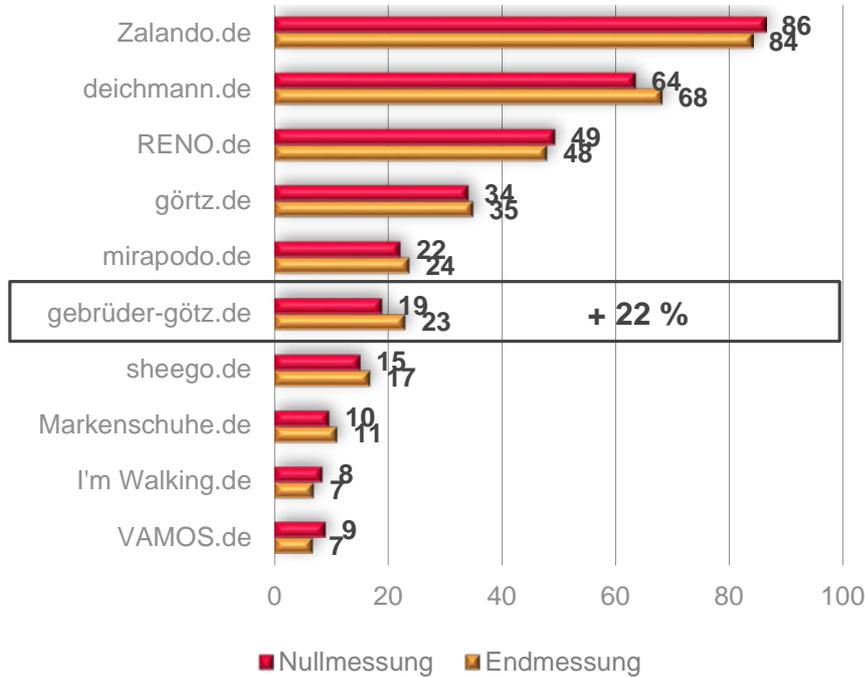
**Websuche-Interesse**

---

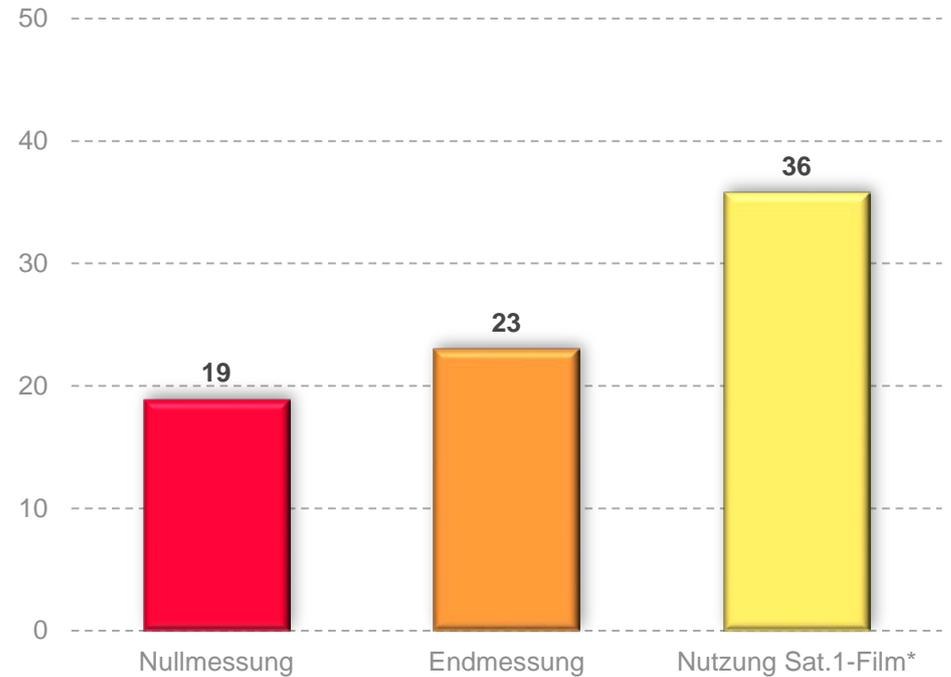
**Fazit**

# Markenbekanntheit deutlich gesteigert

## Gestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



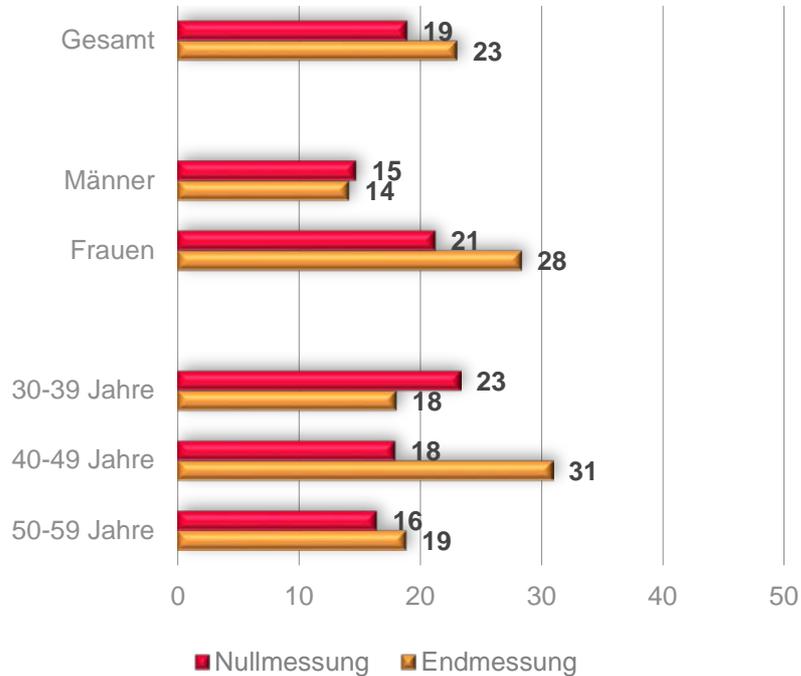
## Gestützte Markenbekanntheit gebrüder götz Angaben in Prozent



Frage: Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Onlineshops für Schuhe. Bitte Sie sagen mir, welche davon Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.  
 Basis: Haushaltführende Personen zwischen 30 und 59 Jahren; \*mind. jeden 4. Dienstag  
 Quelle: Forsa / SevenOne Media

# Hohe Zuwächse bei Frauen und 40-49jährigen

## Gestützte Markenbekanntheit - gebrüder götz Angaben in Prozent



Frage: Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Onlineshops für Schuhe. Bitte Sie sagen mir, welche davon Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.  
Basis: Haushaltführende Personen zwischen 30 und 59 Jahren  
Quelle: Forsa / SevenOne Media

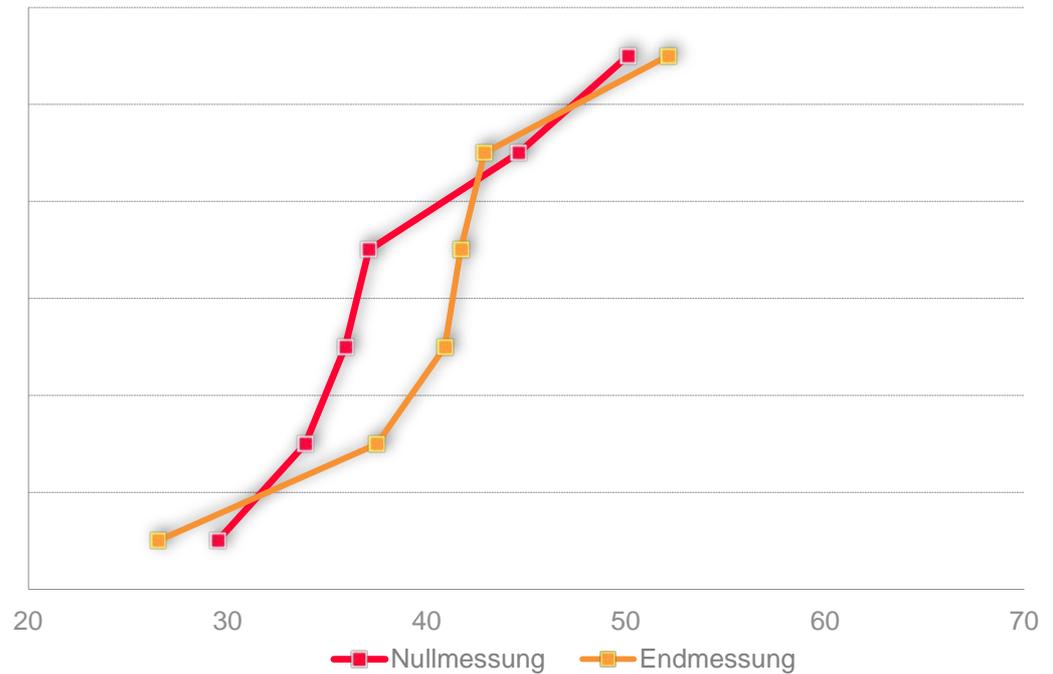
# Markenimage profitiert von TV-Kampagne

## Markenimage

Angaben in Prozent (Top Two)

gebrüder götz ...

- ... führt Schuhe von bekannten Marken
- ... hat eine große Auswahl an Schuhen
- ... überzeugt durch hohe Qualität
- ... hat schöne Schuhe für die ganze Familie
- ... ist sympathisch
- ... hat ein ansprechendes Sortiment für mich



Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Aussagen vor, mit denen man das Unternehmen gebrüder götz beschreiben könnte. Sagen Sie mir bitte zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen. Sie können Ihre Antwort abstufen von 1="stimme voll und ganz zu" bis 5="stimme überhaupt nicht zu". Basis: Haushaltführende Personen zwischen 30 und 59 Jahren, die gebrüder götz kennen  
Quelle: Forsa / SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit und -image**

---

**Werbeerinnerung**

---

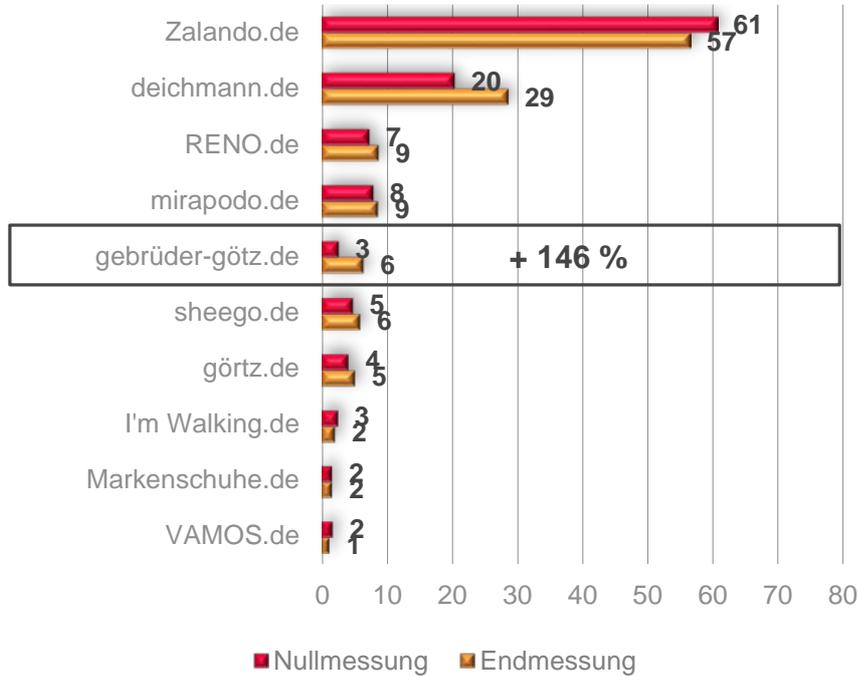
**Websuche-Interesse**

---

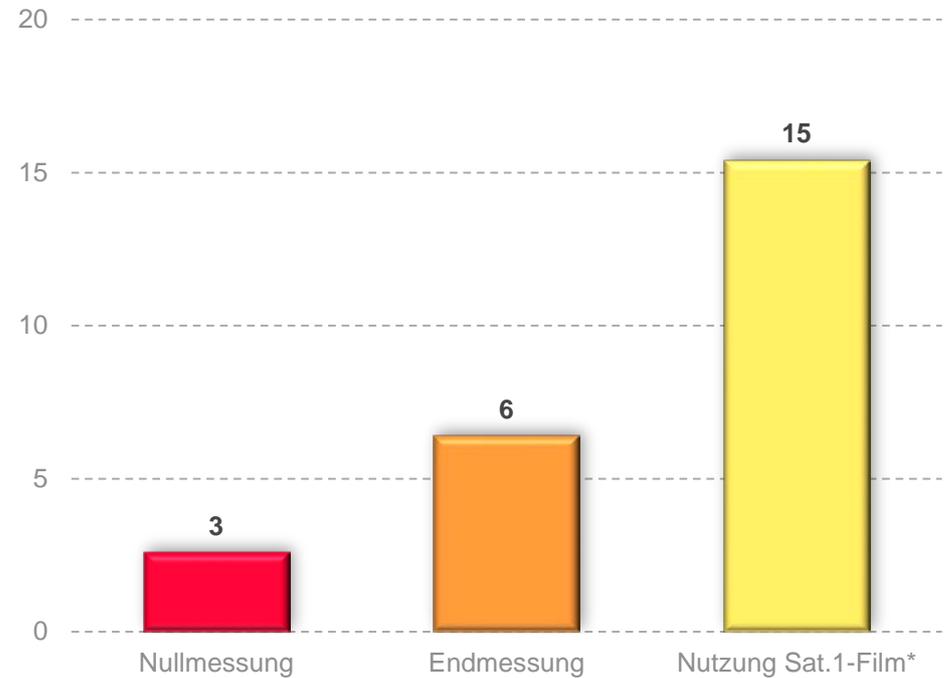
**Fazit**

# Werbeerinnerung bei Sat.1-Filmsehern vervielfacht

## Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



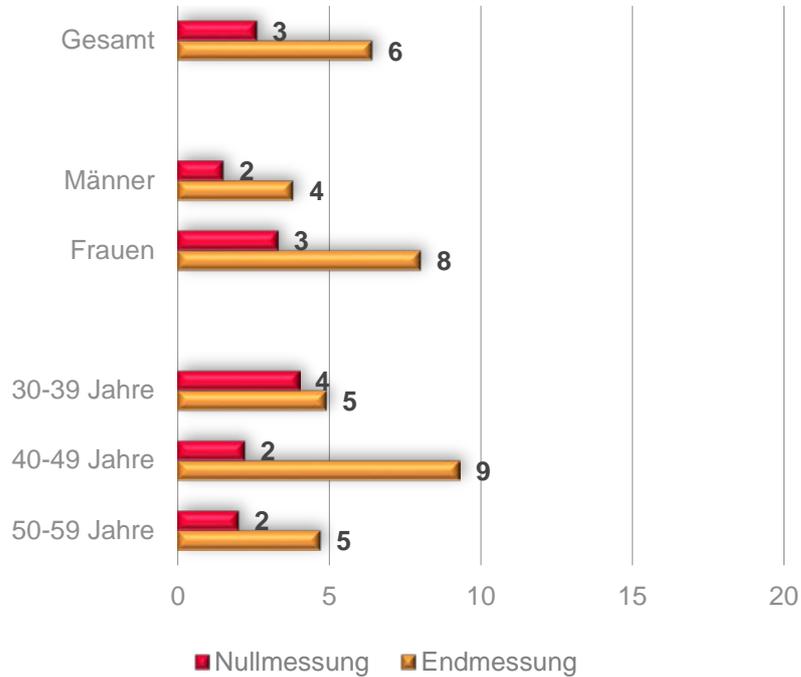
## Gestützte Werbeerinnerung gebrüder götz Angaben in Prozent



Frage: Und für welche dieser Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
 Basis: Haushaltführende Personen zwischen 30 und 59 Jahren; \*mind. jeden 4. Dienstag  
 Quelle: Forsa / SevenOne Media

# Deutliche Zuwächse in allen Zielgruppen

## Gestützte Werbeerinnerung - gebrüder götz Angaben in Prozent



Frage: Und für welche dieser Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: Haushaltführende Personen zwischen 30 und 59 Jahren  
Quelle: Forsa / SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit und -image**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Websuche-Interesse**

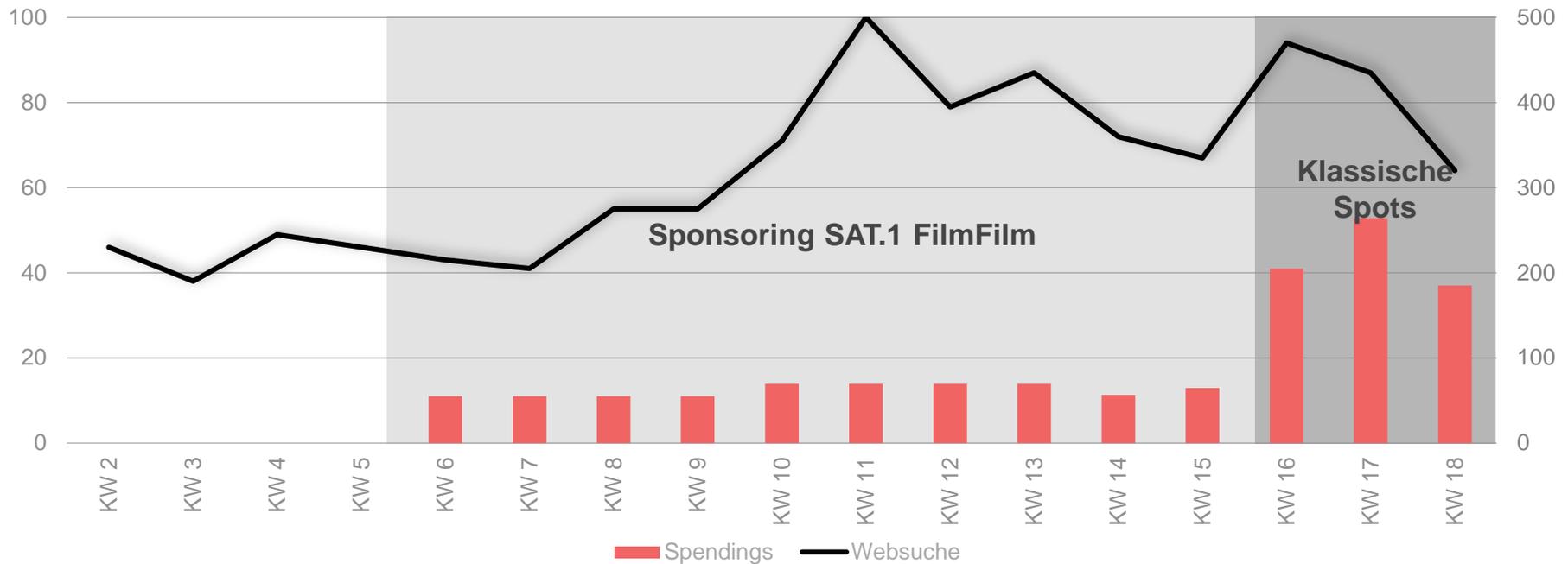
---

**Fazit**

# Sponsoring und klassische Kampagne steigern Interesse an der Internetseite

## Websuche-Interesse gebrüder götz

Häufigkeit der Wortsuche in Indizes und TV-Spendings in Tsd. €



Zeitraum: 04.01. - 02.05.2015  
Quelle: Nielsen Media Research, Google Trends

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit und -image**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Websuche-Interesse**

---

**Fazit**

## Ein erfolgreicher Einstieg

---

- Markenbekanntheit und Werbeerinnerung steigen deutlich während der Kampagne.
- Auch das Markenimage profitiert vom TV-Einsatz.
- Das Interesse an der Website steigt während des Kampagnenzeitraums.

### Fazit

TV ist für Produktneueinführungen das ideale Einstiegsmedium. Die Ergebnisse zeigen erste Erfolge der Kampagne. Es besteht ein Wirkungspotential, das mit höheren Werbedruck und längerem Kampagnenzeitraum weiter ausgeschöpft werden kann.



# 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](http://www.sevenonemedia.de)  
franziska.rochau@sevenonemedia.de