

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, November 2016

Modemark R ther

Kampagnentracking



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kauf und Kaufbereitschaft

Fazit

Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Haushaltsführende 20-49 Jahre mit Kind unter 14 in Bayern, Baden-Württemberg, Berlin, NRW
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 23. September bis 2. Oktober 2016 Endmessung: 21. bis 31. Oktober 2016
Stichprobe	Nullmessung: n= 1.018 Endmessung: n= 1.038
Wirkungsmaße	gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien

Agenda

Steckbrief

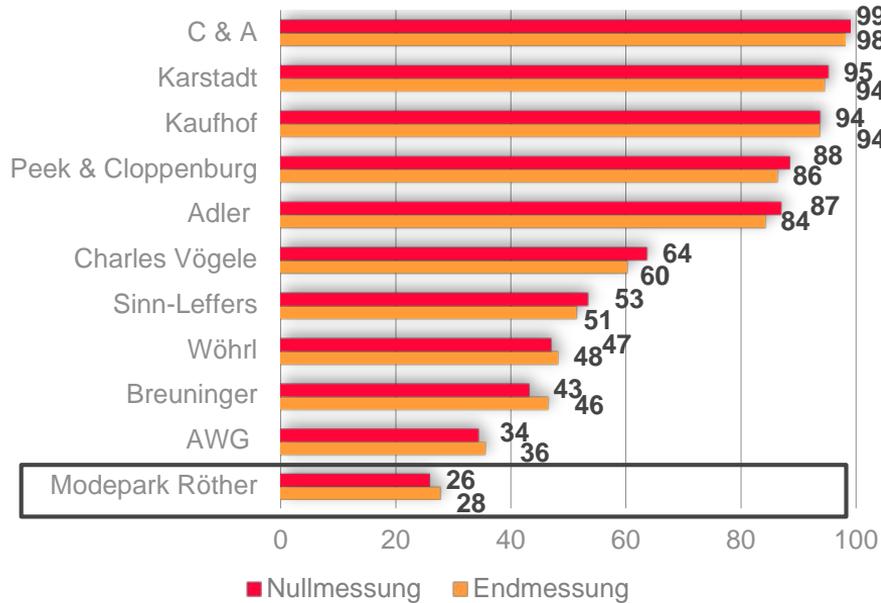
Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

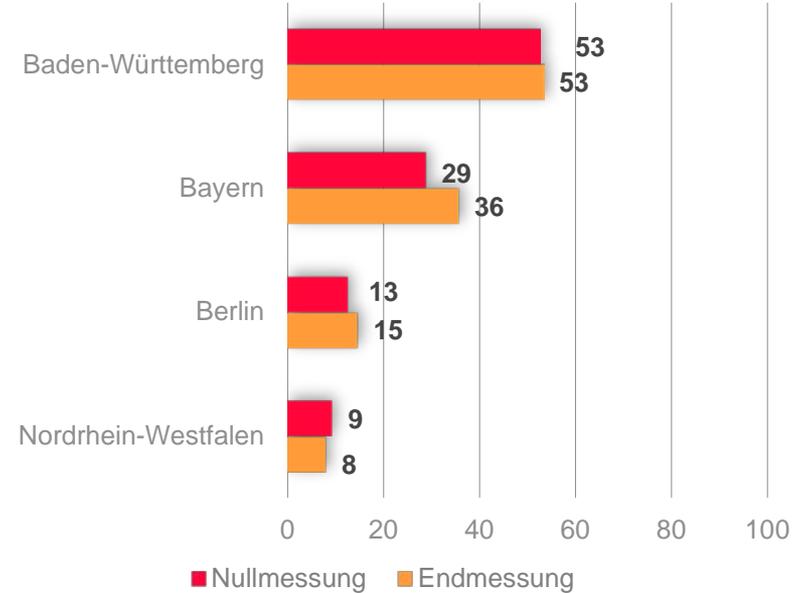
Fazit

Stärkster Anstieg der gestützten Markenbekanntheit in Bayern

Gestützte Markenbekanntheit
Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit Modepark Röther
Angaben in Prozent



Frage: Jetzt geht es um das Thema Modehandel. Sie sehen hier eine Reihe von Unternehmen aus diesem Bereich. Bitte geben Sie an, welche Sie davon kennen, und sei es auch nur dem Namen nach. Basis: Haushaltsführende 20-49 Jahre mit Kind unter 14 in Bayern, Baden-Württemberg, Berlin und NRW
Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

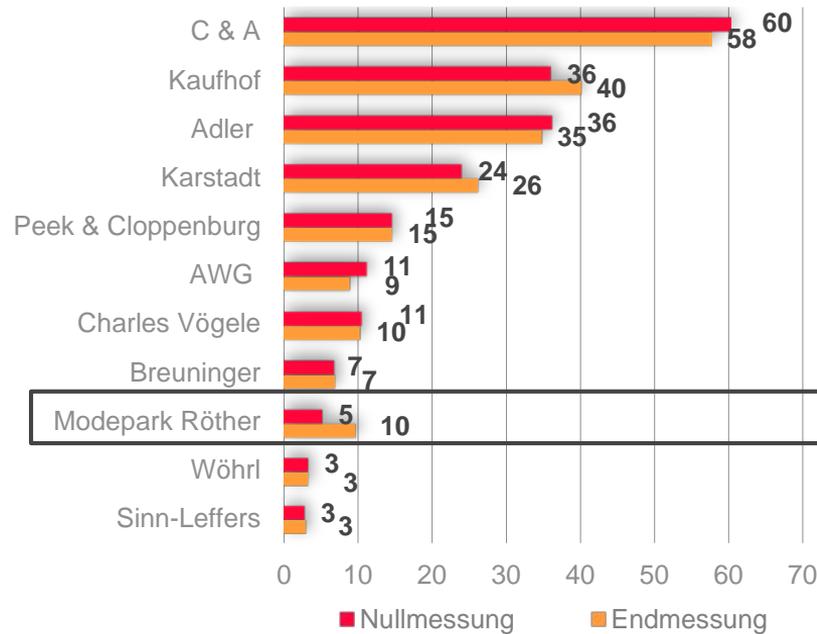
Werbeerinnerung

Fazit

Werbeerinnerung von Modemark R other verdoppelt

Gestützte Werbeerinnerung (Basis: Gesamt)

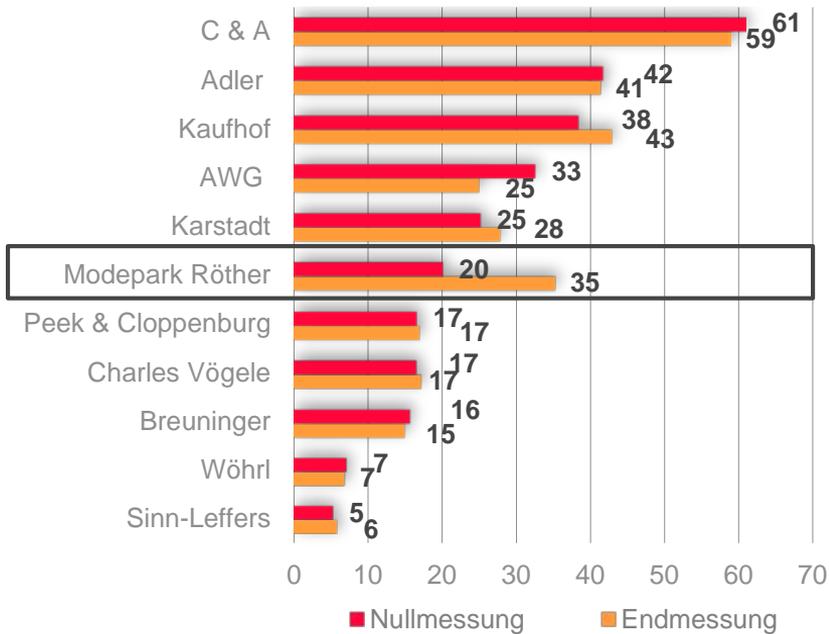
Angaben in Prozent



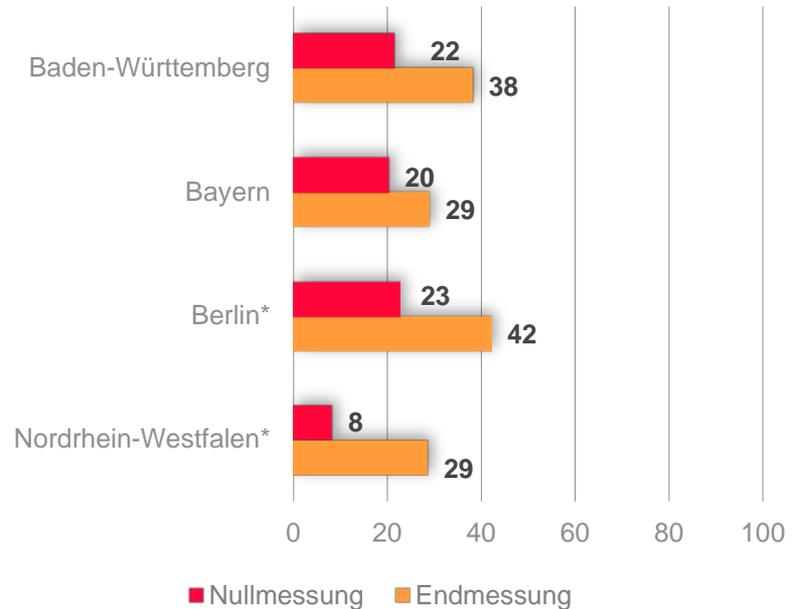
Frage: Und für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Haushaltsführende 20-49 Jahre mit Kind unter 14 in Bayern, Baden-Württemberg, Berlin und NRW
Quelle: Payback / SevenOne Media

Anstieg der Werbeerinnerung von Modepark Röther insgesamt hoch

Gestützte Werbeerinnerung (Basis: Marke bekannt)
Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung Modepark Röther
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

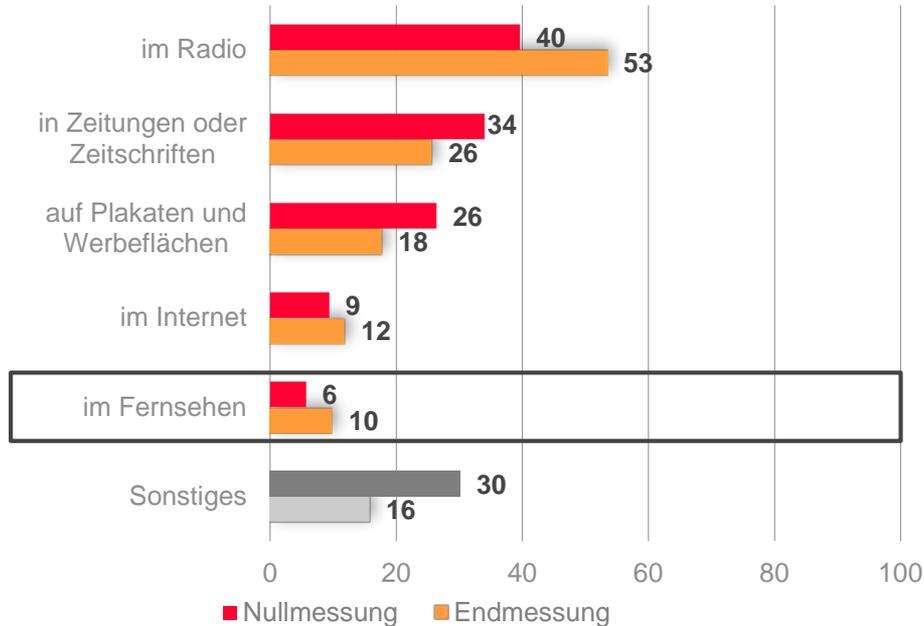
Basis: Haushaltsführende 20-49 Jahre mit Kind unter 14 in Bayern, Baden-Württemberg, Berlin und NRW, die die jeweilige Marke kennen; *niedrige Fallzahlen bei Interpretation berücksichtigen

Quelle: Payback / SevenOne Media

Erinnerung an TV-Werbung leicht gestiegen

Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



Frage: Sie haben angegeben, dass Sie sich an Werbung für Modepark Röther erinnern. In welchem Medium haben Sie Werbung für Modepark Röther gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Haushaltsführende 20-49 Jahre mit Kind unter 14 in Bayern, Baden-Württemberg, Berlin und NRW, die sich an Werbung für Modepark Röther erinnern
Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Fazit

Fazit

- Markenbekanntheit und Werbeerinnerung liegen auf einem niedrigen Niveau, haben aber durch die Kampagne zugenommen.
- Beide Werte weisen regionale Unterschiede auf.
- Die TV-Werbung wurde nach der Kampagne stärker erinnert als zuvor.

Fazit

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung sind gestiegen. Die Ergebnisse zeigen erste Erfolge der Kampagne. Es besteht ein Wirkungspotential, das mit höheren Werbedruck und über einen längeren 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

franziska.rochau@sevenonemedia.de