

# FLACONI - GERMANY'S NEXT TOPMODEL

Begleitforschung Sponsoring und Placement

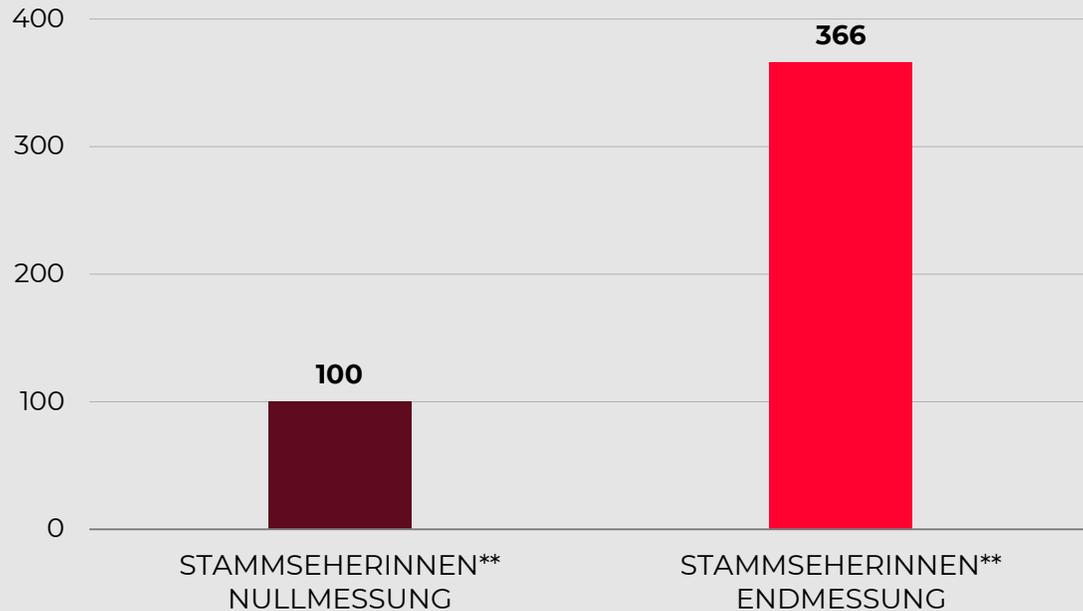
# STECKBRIEF

<b>Auftraggeber</b>	SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	Payback
<b>Grundgesamtheit</b>	Frauen 18-49 Jahre
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogen
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 18.-22. Januar 2021 // Endmessung: 28. Mai bis 02. Juni 2021
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n = 1.093 // Endmessung: n = 1.053
<b>Wirkungsmaße</b>	Ungestützte Bekanntheit, gestützte Werbeerinnerung, Aussagen Flaconi, (un-)gestützte Sponsor Erinnerung, Placementerinnerung

# BEKANNTHEIT STEIGT IM ZEITVERLAUF BEI DEN STAMMSEHERINNEN STARK AN

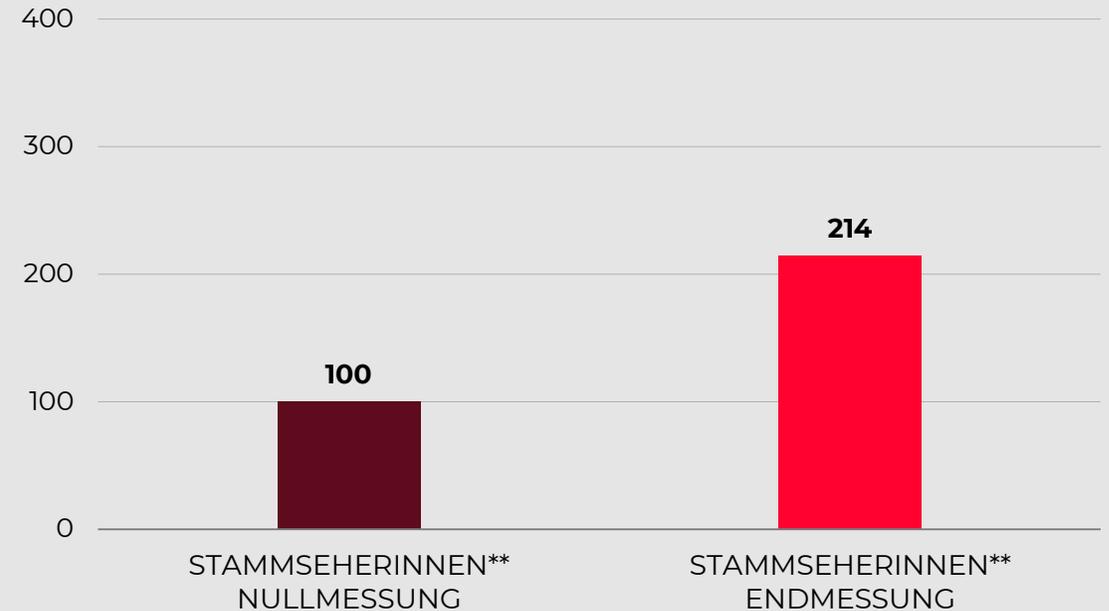
## UNGESTÜTZTE BEKANNTHEIT FLACONI – STAMMSEHERINNEN

Angaben in Prozent



## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG FLACONI – STAMMSEHERINNEN

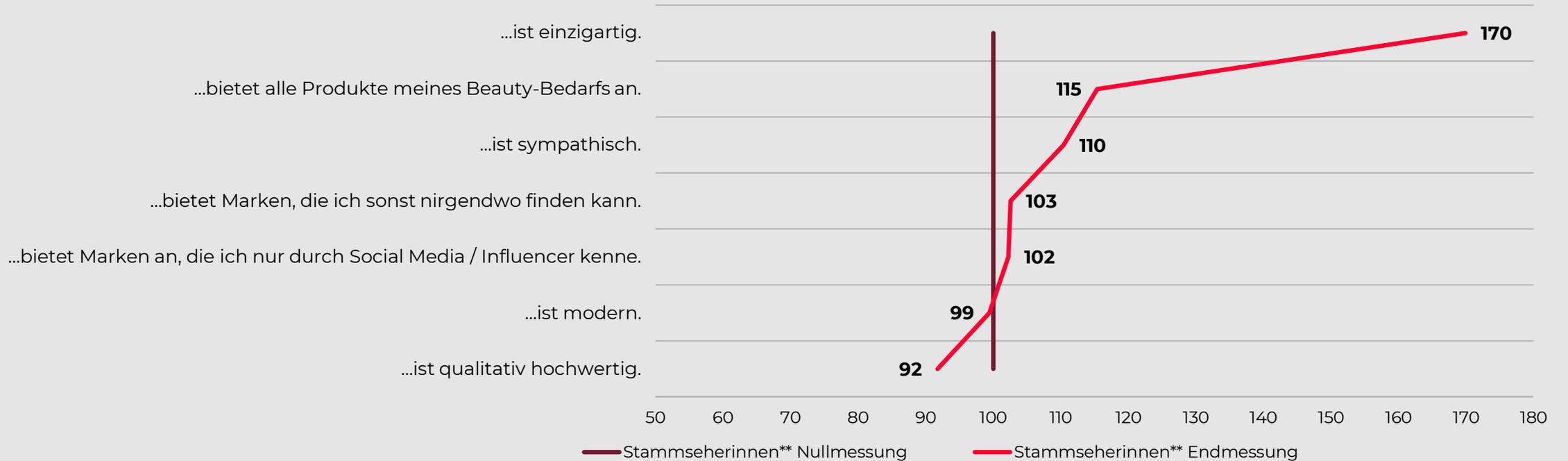
Angaben in Prozent



# SENDUNG STEIGERT BESONDERS DIE WAHRNEHMUNG ALS EINZIGARTIG

## AUSSAGEN FLACONI – STAMMSEHERINNEN

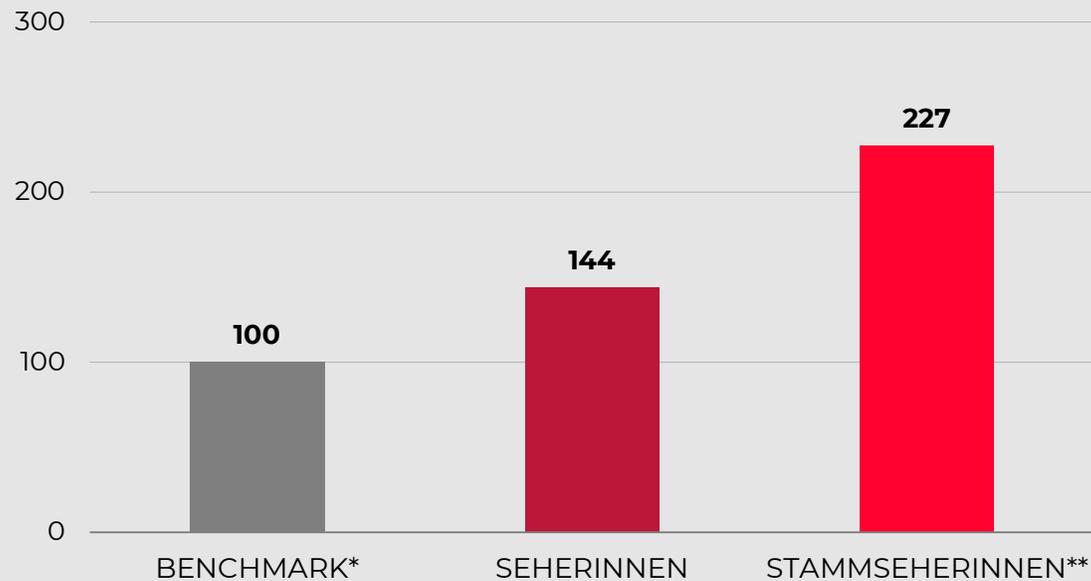
Angaben in Prozent (Top2)



# SPONSORING WIRD ÜBERDURCHSCHNITTLLICH GUT ERINNERT

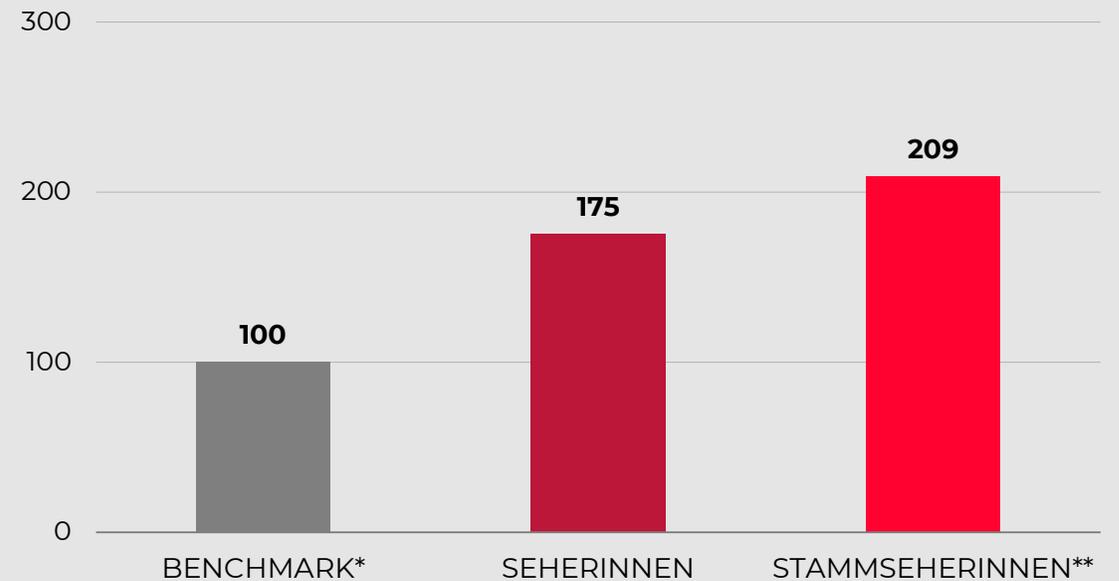
## UNGESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG – FLACONI

Angaben in Prozent



## GESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG – FLACONI

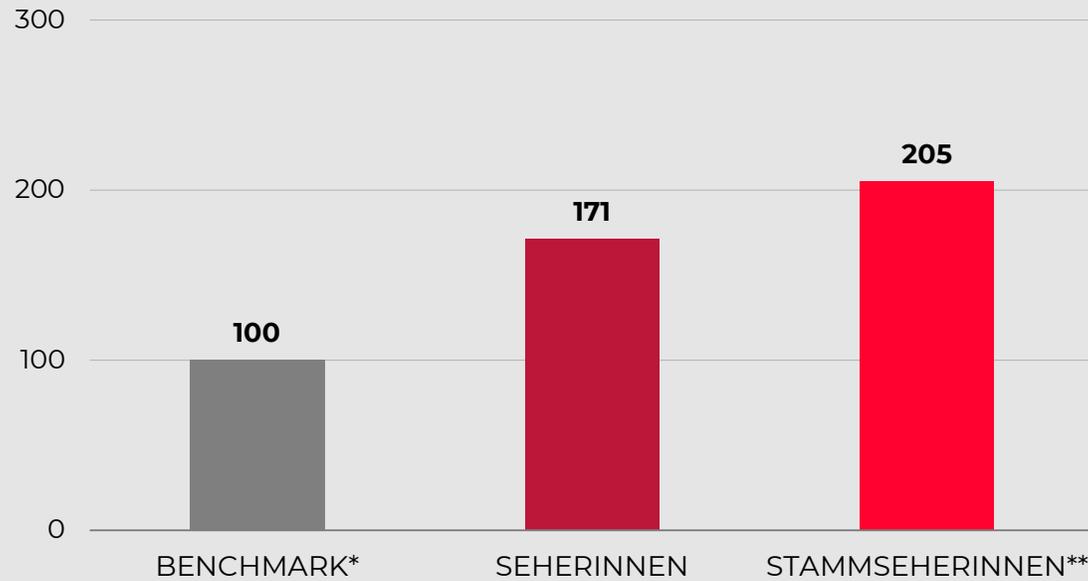
Angaben in Prozent



# PLACEMENT BLEIBT GUT IN ERINNERUNG

## GESTÜTZTE PLACEMENTERINNERUNG – FLACONI

Angaben in Prozent



# KEY FACTS

- Die ungestützte Bekanntheit von Flaconi steigt insbesondere bei den Stammseherinnen der Sendung an.
- Die Werbeerinnerung steigt bei den Stammseherinnen der Sendung um 114 Prozent.
- Die Integration bei GNTM hat einen positiven Einfluss auf die Einzigartigkeit und die Sympathie von Flaconi. Außerdem wird die Breite der Angebotspalette deutlicher.
- Das Sponsoring wird sowohl ungestützt als auch gestützt sehr gut erinnert. Dies gilt insbesondere, da es sich um eine Erstintegration handelt.
- Auch das Placement wird deutlich überdurchschnittlich erinnert, der Wert liegt klar über Benchmarkniveau.

## Fazit

Die einzelnen Bausteine des Engagements von Flaconi bei Germany's next Topmodel werden sehr gut erinnert und haben einen deutlich positiven Einfluss auf die Marken-KPIs.

Advertising and Media Research

# JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

[jennifer.osterhold@seven.one](mailto:jennifer.osterhold@seven.one)

