

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, September 2013

# Fashionette

Kampagnentracking



SIXX

MyVideo

GOLD

ZNAXX

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Websuche-Interesse**

---

**Fazit**

## Steckbrief

---

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Durchführung</b>       | SevenOne Media / Advertising Research  |
| <b>Erhebungsform</b>      | Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens                             |
| <b>Grundgesamtheit</b>    | User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen                              |
| <b>Auswahlverfahren</b>   | Zufallsstichprobe über AdServer  |
| <b>Stichprobe</b>         | n = 4.893  |
| <b>Befragungszeitraum</b> | Nullmessung: 27. Juni bis 9. Juli 2013<br>Hauptmessung: 10. Juli bis 25. August 2013 |
| <b>Inhalte</b>            | Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Websuche-Interesse        |

# Die Kampagne



# Agenda

---

---

Steckbrief

---

**Markenbekanntheit**

---

Werbeerinnerung

---

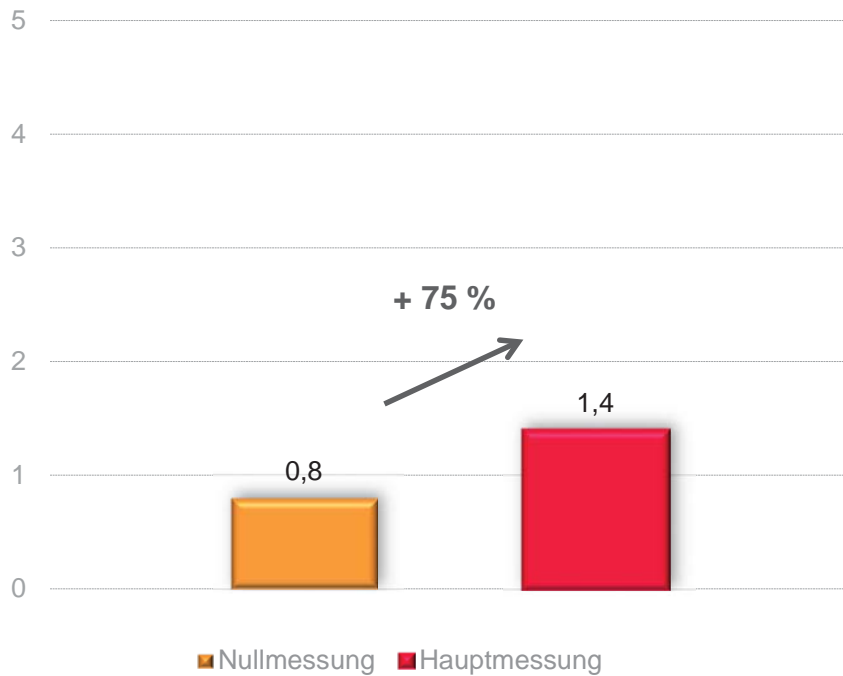
Websuche-Interesse

---

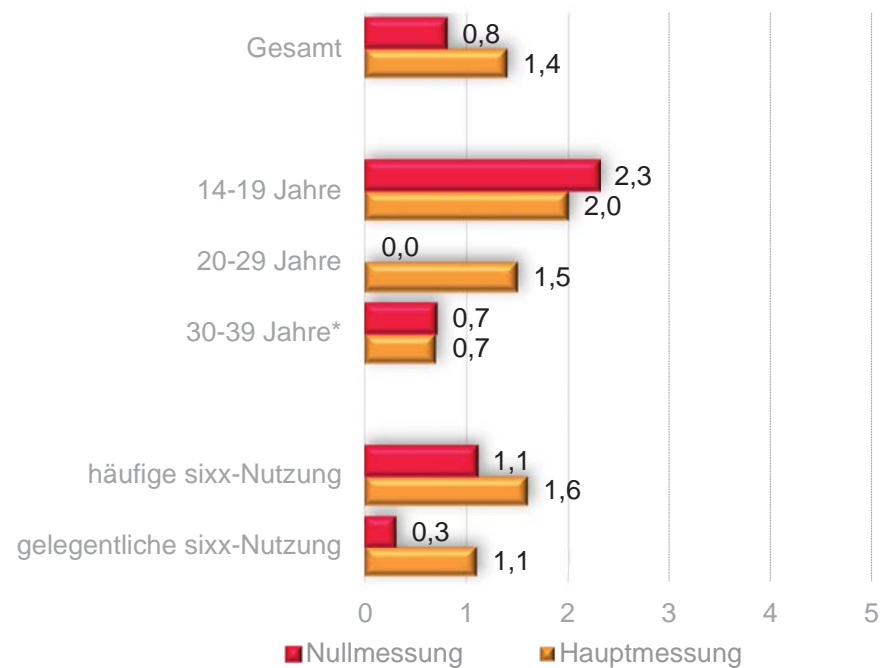
Fazit

# Deutliche Steigerung der ungestützten Bekanntheit

**Ungestützte Markenbekanntheit**  
Angaben in Prozent



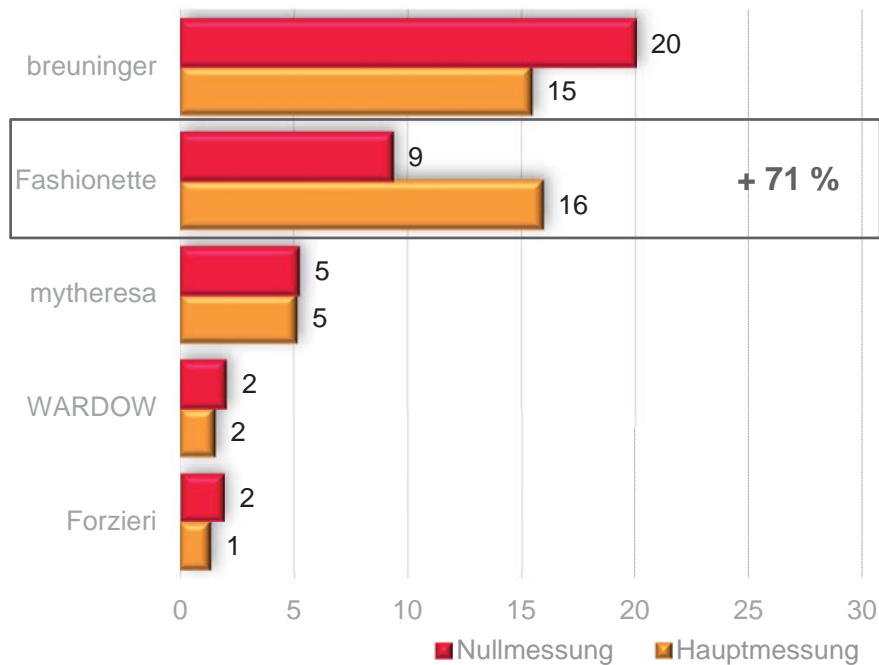
**Ungestützte Markenbekanntheit - Fashionette**  
Angaben in Prozent



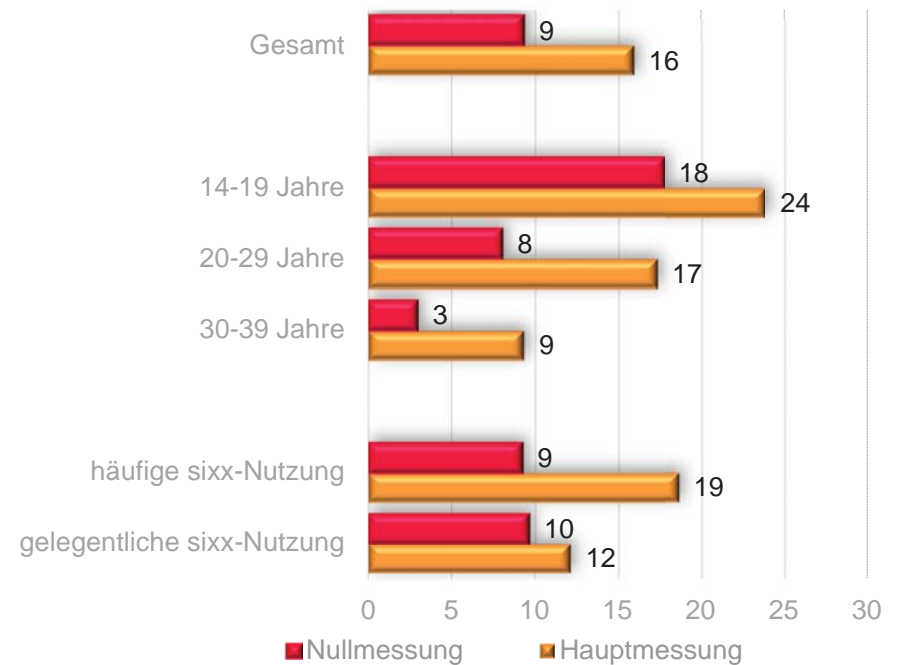
Frage: Jetzt geht es um das Thema Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires. Welche Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires kennen Sie?  
Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen. \*Geringe Fallzahl  
Quelle: SevenOne Media.

# Gestützte Markenbekanntheit bei sixx-Vielsehern verdoppelt

**Gestützte Markenbekanntheit**  
Angaben in Prozent



**Gestützte Markenbekanntheit - Fashionette**  
Angaben in Prozent



Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier nun eine Reihe von Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires. Welche davon kennen Sie, und sei es auch nur dem Namen nach? Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen.  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

Steckbrief

---

Markenbekanntheit

---

**Werbeerinnerung**

---

Websuche-Interesse

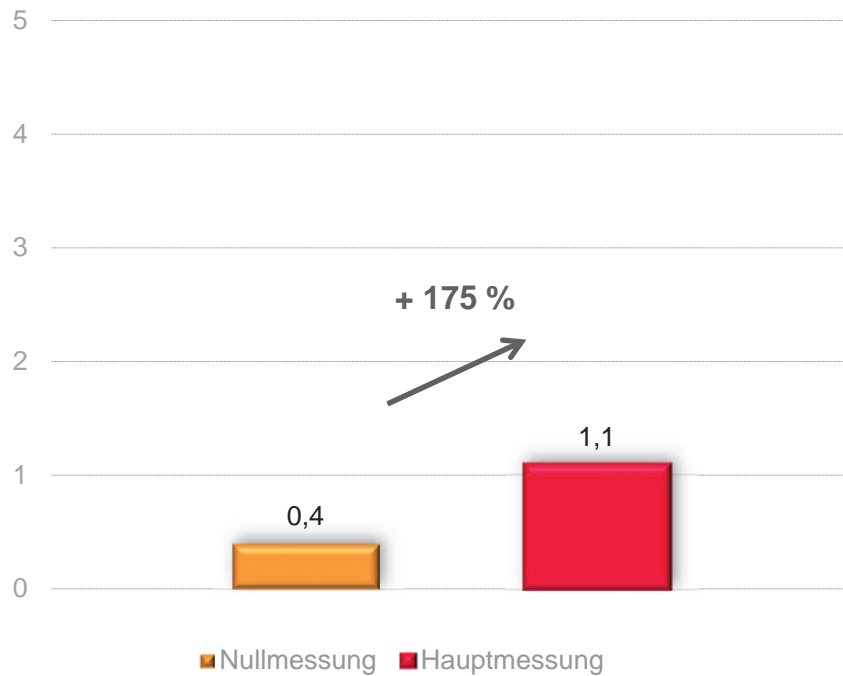
---

Fazit

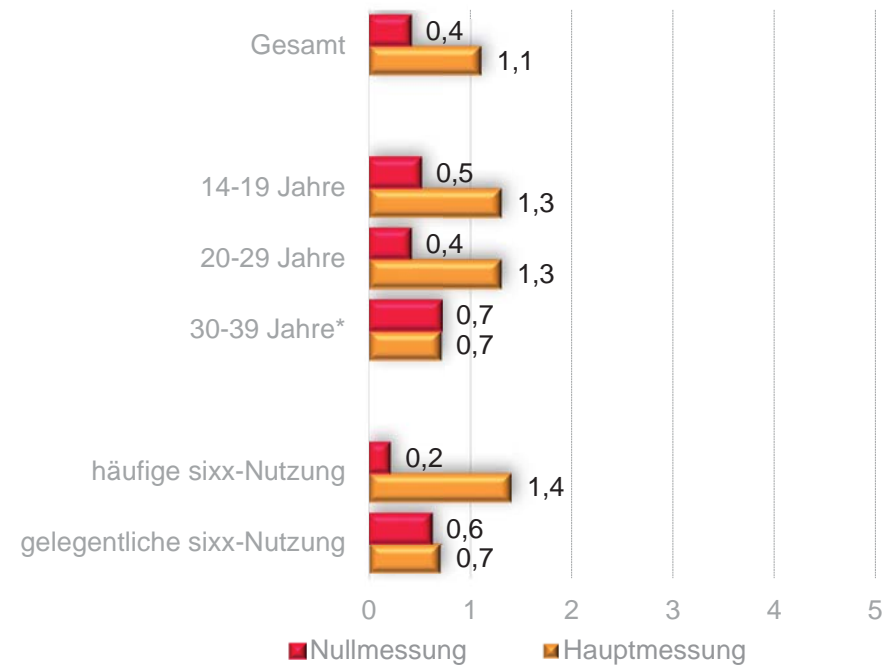


# Höchste Steigerung der ungestützte Werbeerinnerung bei sixx-Vielsehern

**Ungestützte Werbeerinnerung**  
Angaben in Prozent



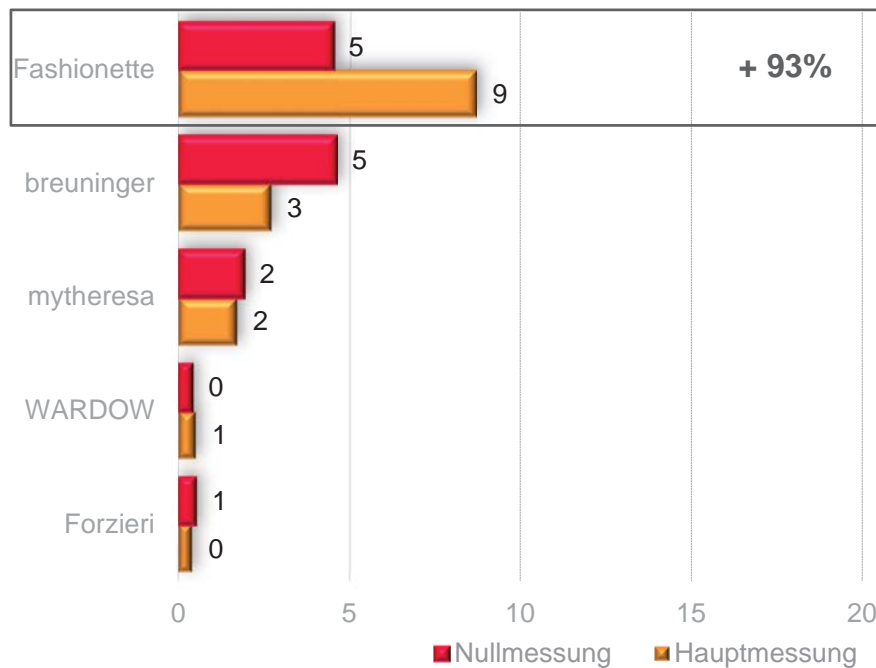
**Ungestützte Werbeerinnerung - Fashionette**  
Angaben in Prozent



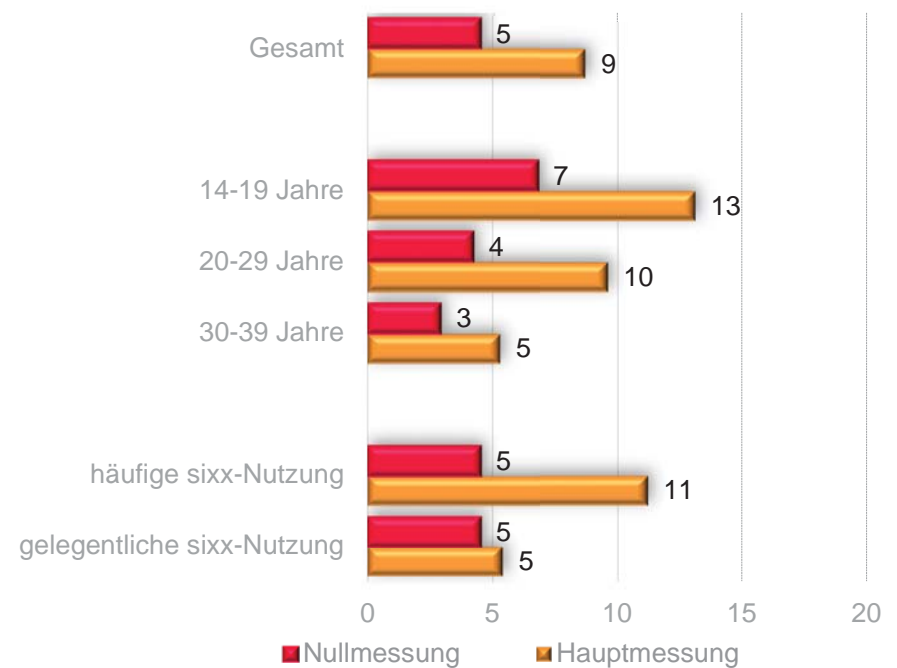
Frage: Und für welche Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?  
Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen. \*Geringe Fallzahl  
Quelle: SevenOne Media.

# Deutlicher Anstieg der gestützten Werbeerinnerung

**Gestützte Werbeerinnerung**  
Angaben in Prozent



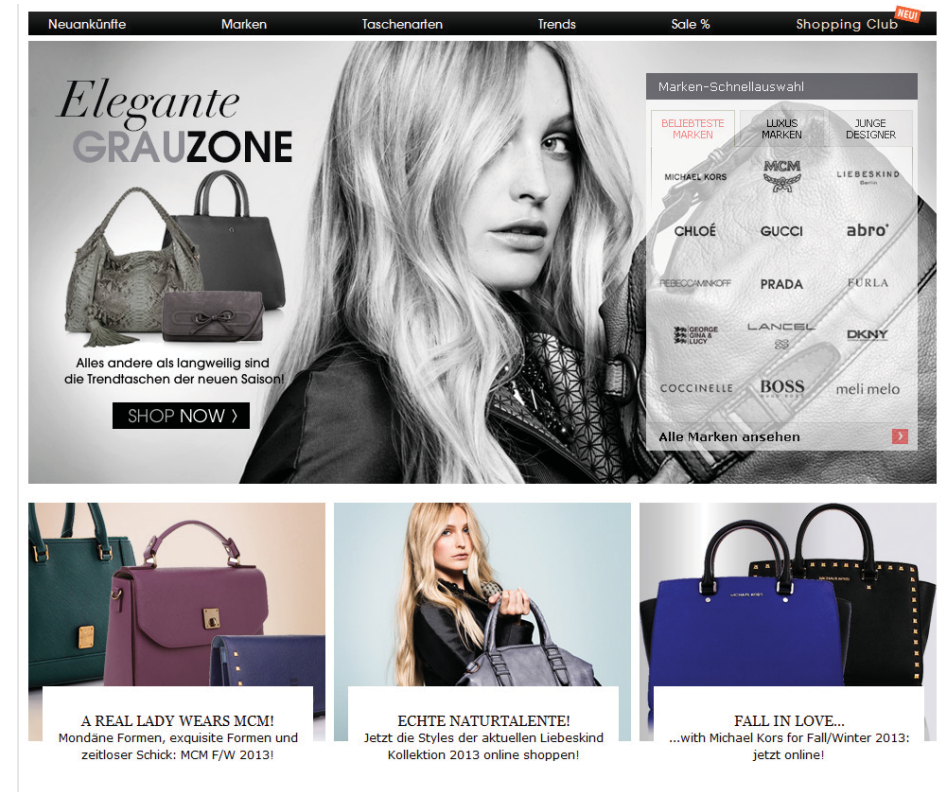
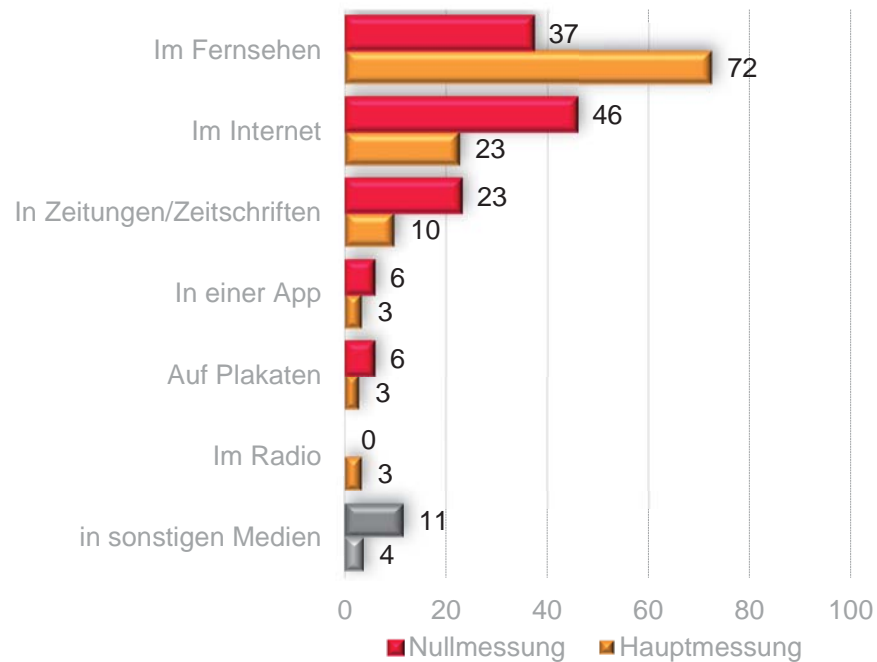
**Gestützte Werbeerinnerung - Fashionette**  
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen und die jeweilige Marke kennen.  
Quelle: SevenOne Media

# Nach der Kampagne ist TV das top-erinnerte Werbemedium

## Erinnerte Werbemedien Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie die Werbung für Fashionette gesehen, gehört oder gelesen haben?  
 Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen und sich an Werbung für Fashionette erinnern  
 Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

Steckbrief

---

Markenbekanntheit

---

Werbeerinnerung

---

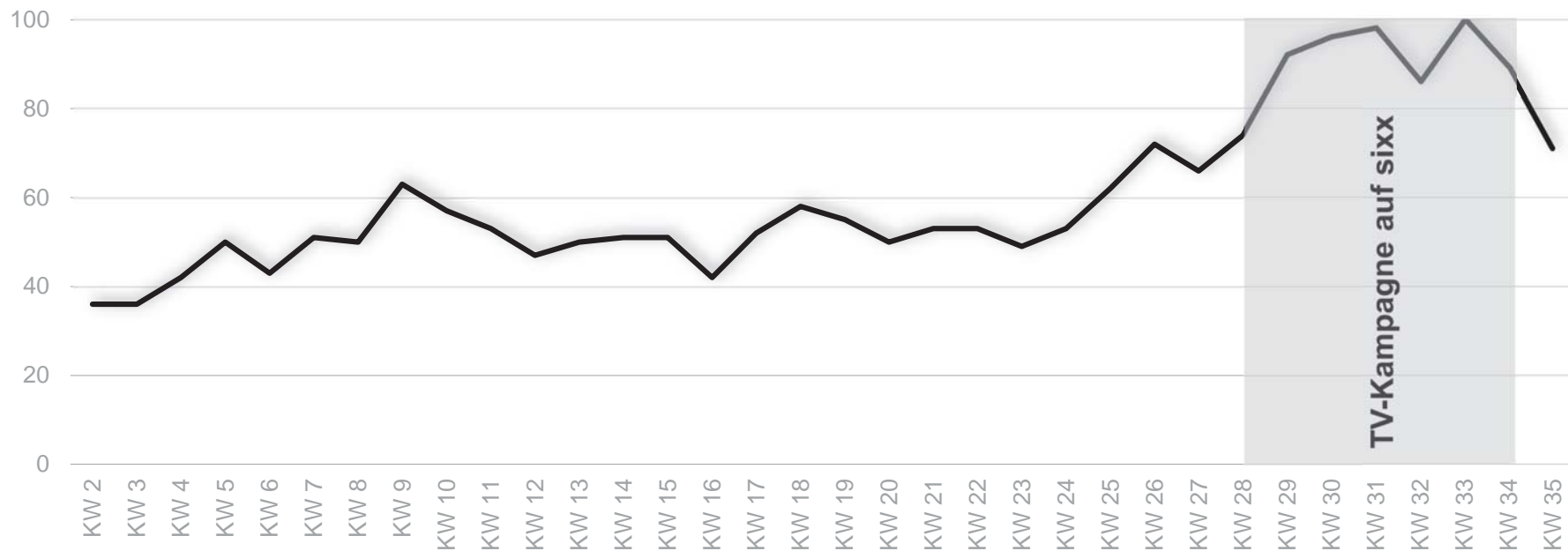
**Websuche-Interesse**

---

Fazit

# Interesse durch TV-Kampagne deutlich gesteigert

## Websuche-Interesse Fashionette Häufigkeit der Wortsuche



Um den Zusammenhang zwischen klassischer Werbung (insbesondere TV) und der Web-Suche zu untersuchen, stellen wir den Kampagnenzeitraum und Google-Suchanfragen deskriptiv gegenüber. Die Ergebnisse sind am jeweiligen Höchstwert indizierte Werte. Sie sagen nichts über das absolute Niveau aus, sehr wohl aber über die Entwicklung des Markeninteresses.  
Quelle: Google Insights

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Websuche-Interesse**

---

**Fazit**

## Erfolg auf ganzer Linie

Fashionette war im Juli und August 2013 erstmalig im TV vertreten. Die Kampagne lief ausschließlich auf sixx in Primetime-Formaten.

Der Kampagnenerfolg lässt sich an allen erhobenen Indikatoren ablesen: Markenbekanntheit und Werbeerinnerung werden sowohl ungestützt als auch gestützt deutlich gesteigert.

In der Zielgruppe der häufigen sixx-Seher fallen die Ergebnisse noch positiver aus. Die Wirkungsniveaus sind höher, ebenso die erzielten Zuwächse.

Wie sehr das Interesse an Fashionette gestiegen ist, belegt auch die Google-Insights-Analyse.

### Fazit

Die Kampagne hat sehr gut gewirkt. sixx bietet Unternehmen mit kleinem Budget und weiblicher Marken-Zielgruppe eine ideale Plattform für TV-Neueinführungen.



# Kontakt

---

**Franziska Rochau**  
Senior Research Manager

SevenOne Media  
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](mailto:franziska.rochau@sevenonemedia.de)