

MAC – GERMANY'S NEXT TOPMODEL

Begleitforschung

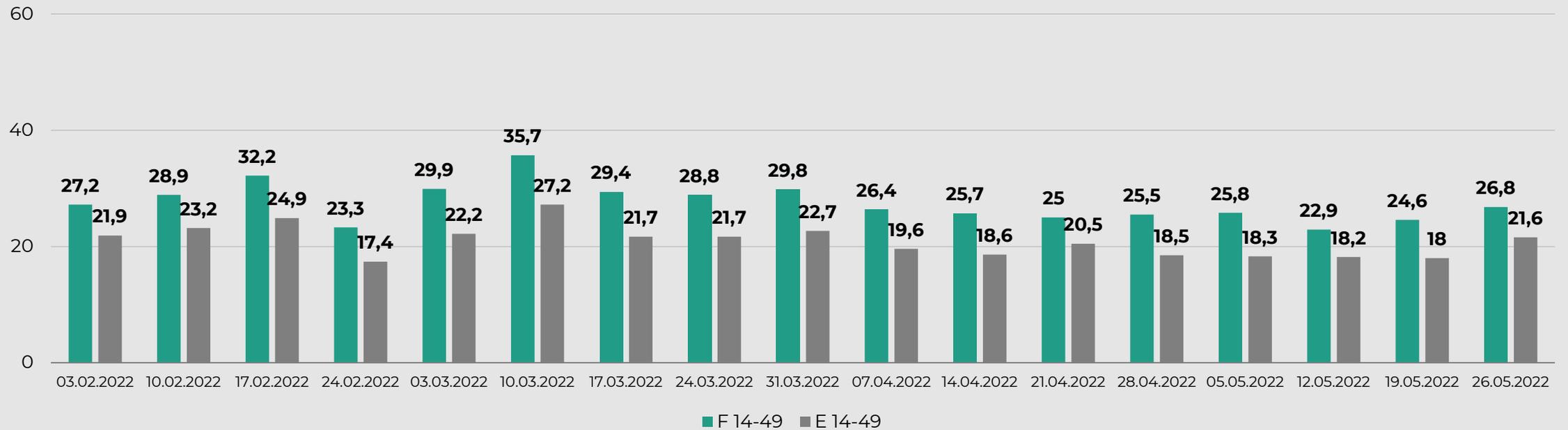
STECKBRIEF

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Frauen 18-49 Jahre
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 24.-31. Januar 2022 // Zwischenmessung: 13.-18. April 2022 // Endmessung: 27.-31.05.2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 826 // Zwischenmessung: n = 833 // Endmessung: n = 1.577
Wirkungsmaße	Gestützte Bekanntheit, gestützte Werbeerinnerung, Kaufbereitschaft, Erinnerung Placement, Bewertung Placement, Sponsor Erinnerung, Sponsorfit, Erinnerung Lizenz

TOLLE QUOTEN AUCH IN STAFFEL 17

MARKTANTEILE GERMANY´S NEXT TOPMODEL DONNERSTAGS 20:15 UHR 03.02.2022 – 26.05.2022

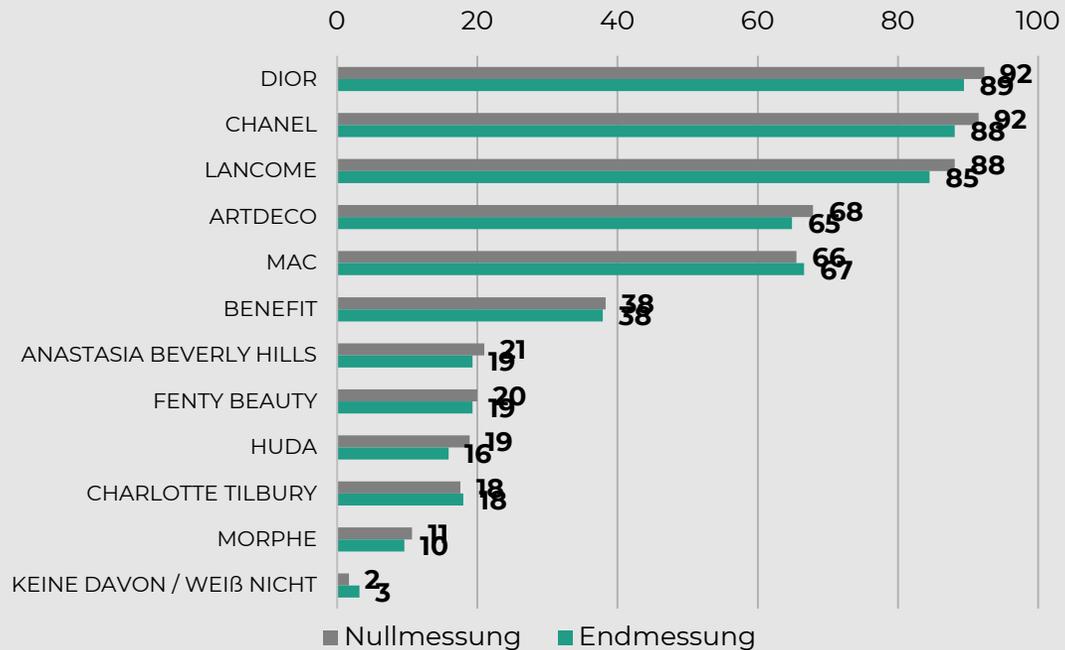
Angaben in Prozent



BEKANNTHEIT VON MAC INSBESONDERE UNTER FANS DER SENDUNG EXTREM HOCH

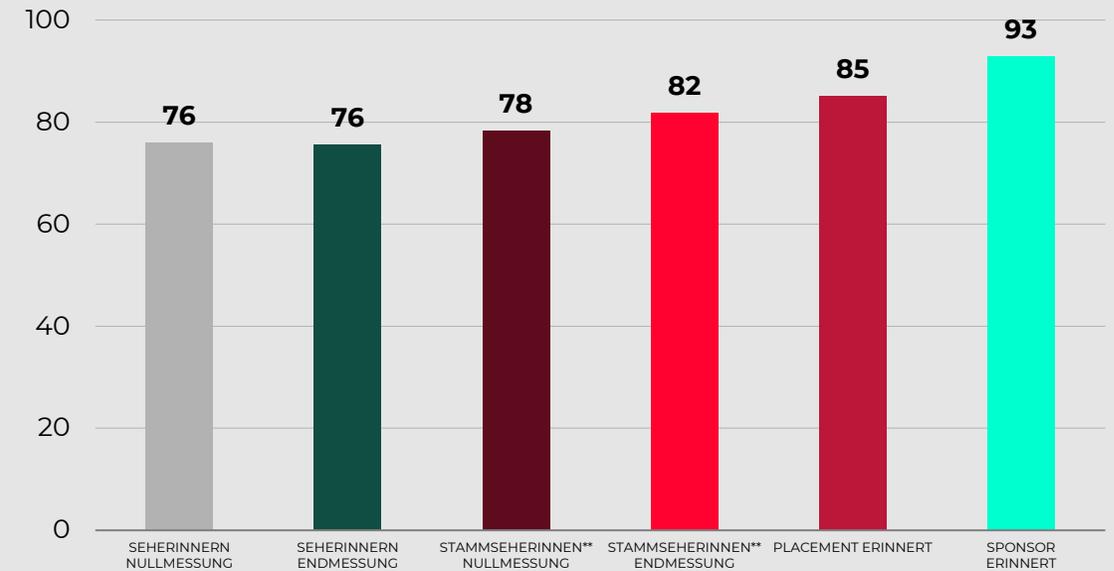
GESTÜTZTE BEKANNTHEIT DEKORATIVE KOSMETIK

Angaben in Prozent



BEKANNTHEIT MAC

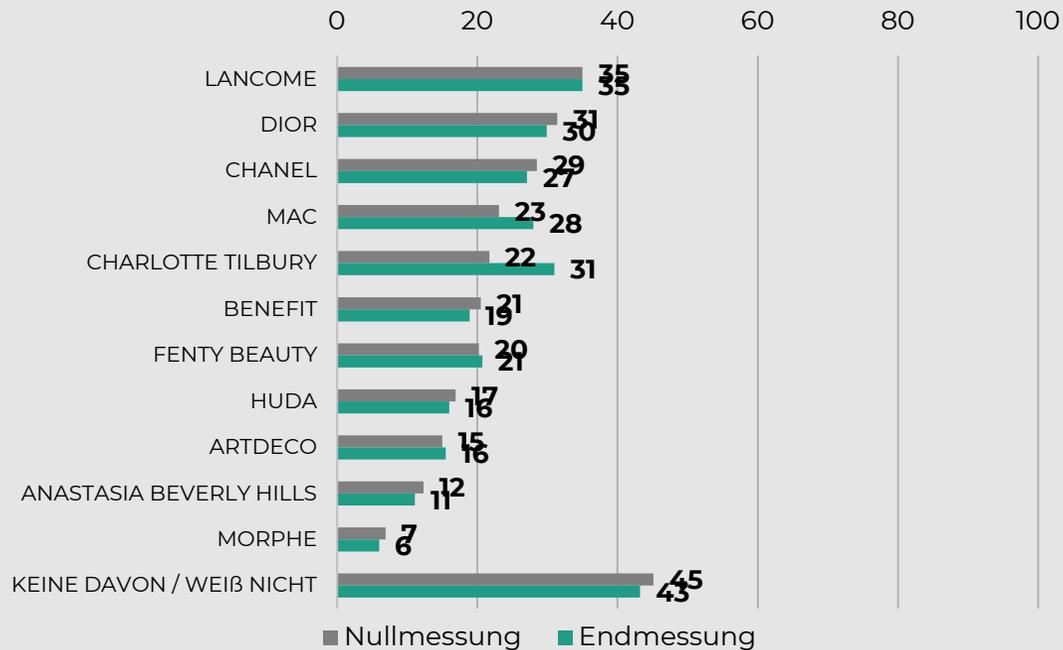
Angaben in Prozent



DIE HÄLFTE DER STAMMSEHERINNEN ERINNERN SICH AN WERBUNG FÜR MAC

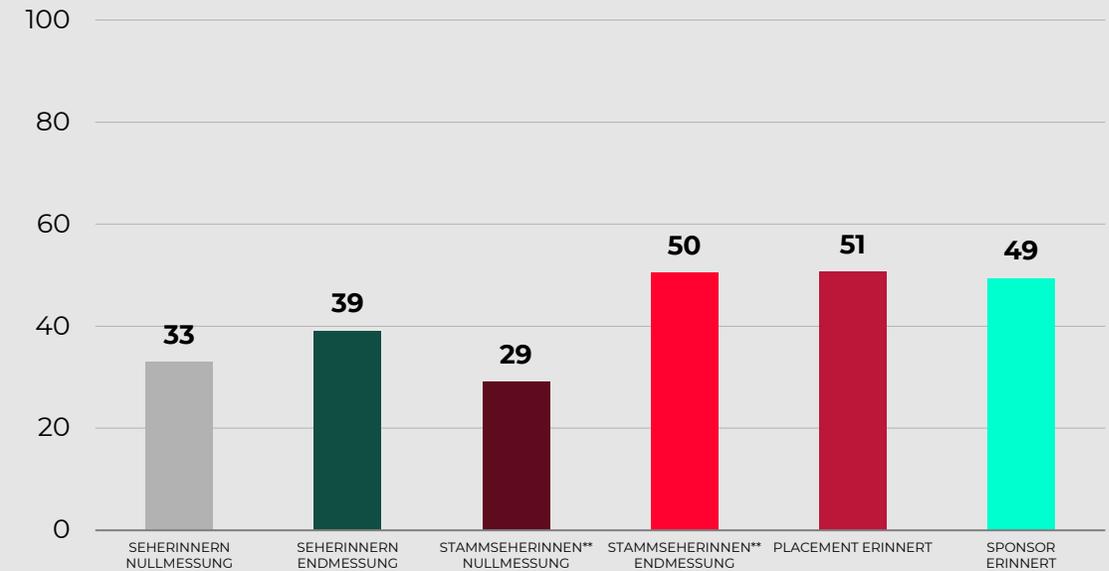
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG DEKORATIVE KOSMETIK

Angaben in Prozent



WERBEERINNERUNG MAC

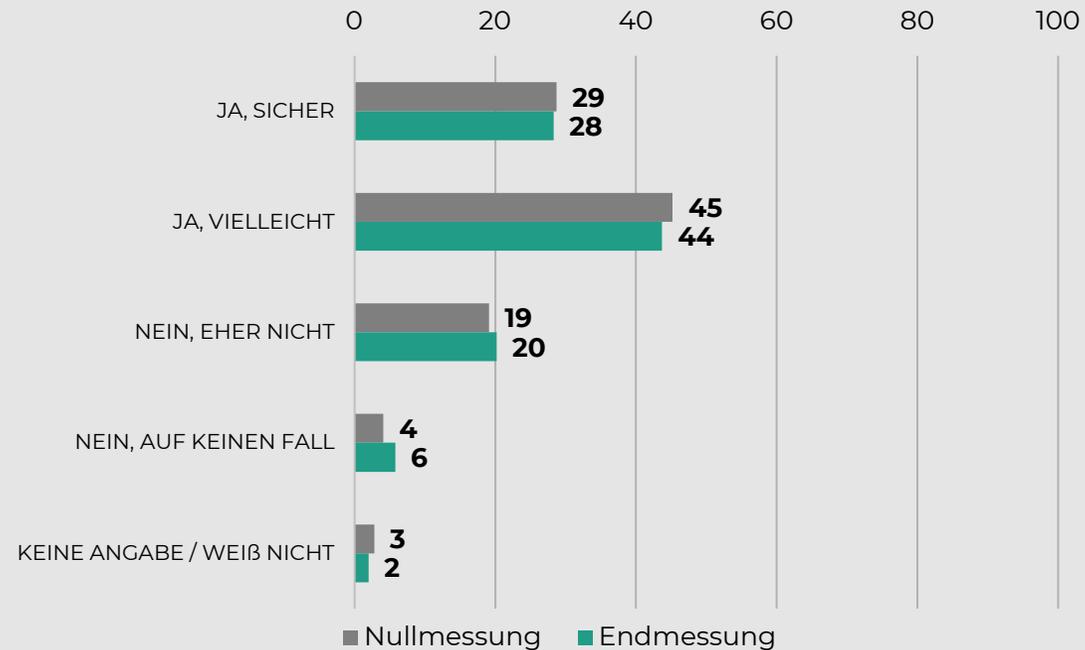
Angaben in Prozent



SPONSORING STEIGERT OHNEHIN SCHON HOHE KAUFBEREITSCHAFT WEITER

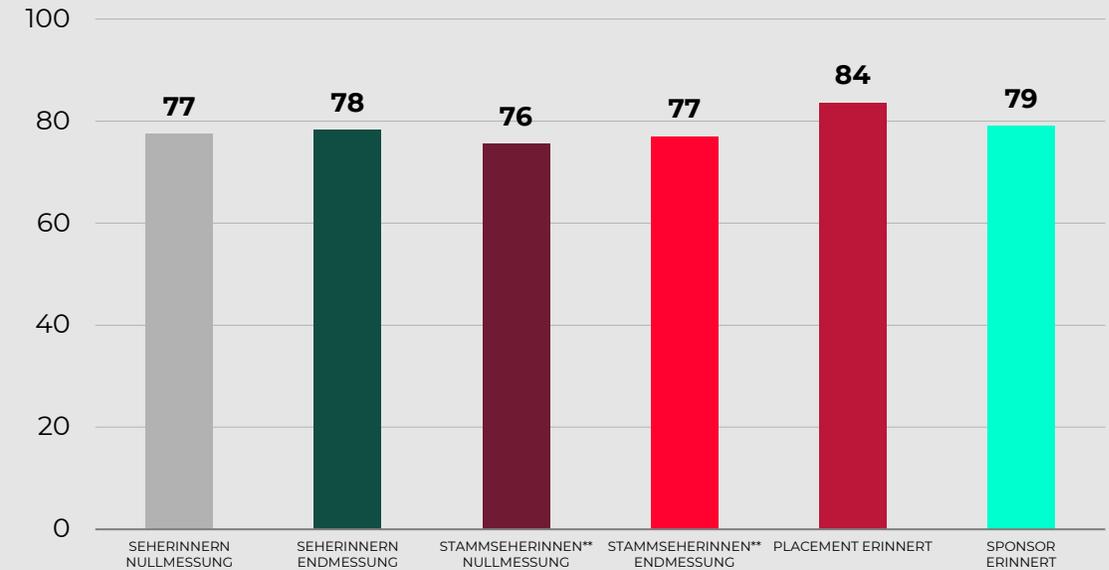
KAUFBEREITSCHAFT MAC

Angaben in Prozent



KAUFBEREITSCHAFT MAC

Angaben in Prozent, Top2 (ja, sicher / ja, vielleicht)



MAC WIRD VOR ALLEM VON GNTM-FANS SEHR POSITIV WAHRGENOMMEN

EIGENSCHAFTEN – MAC

Angaben in Prozent (Top2)

... ist eine professionelle Makeup-Marke.

... bietet eine Vielzahl an Produkten.

... steht für hochwertige Kosmetik.

... ist eine moderne Marke.

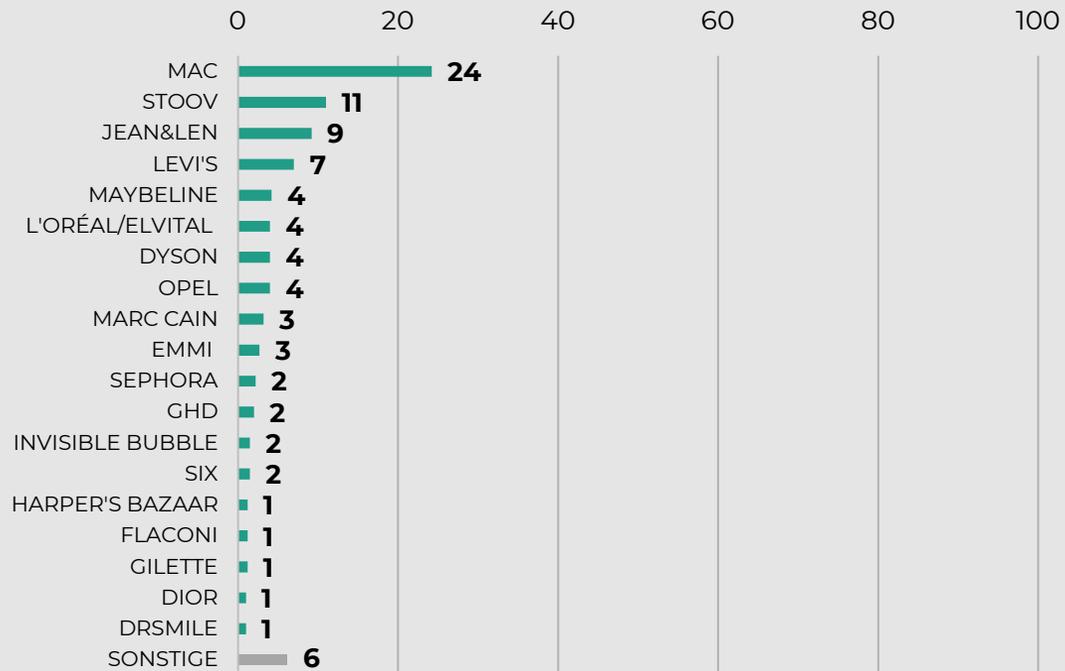
... ist innovativ.



UNGESTÜTZT WIRD MAC AM HÄUFIGSTEN ALS SPONSOR GENANNT

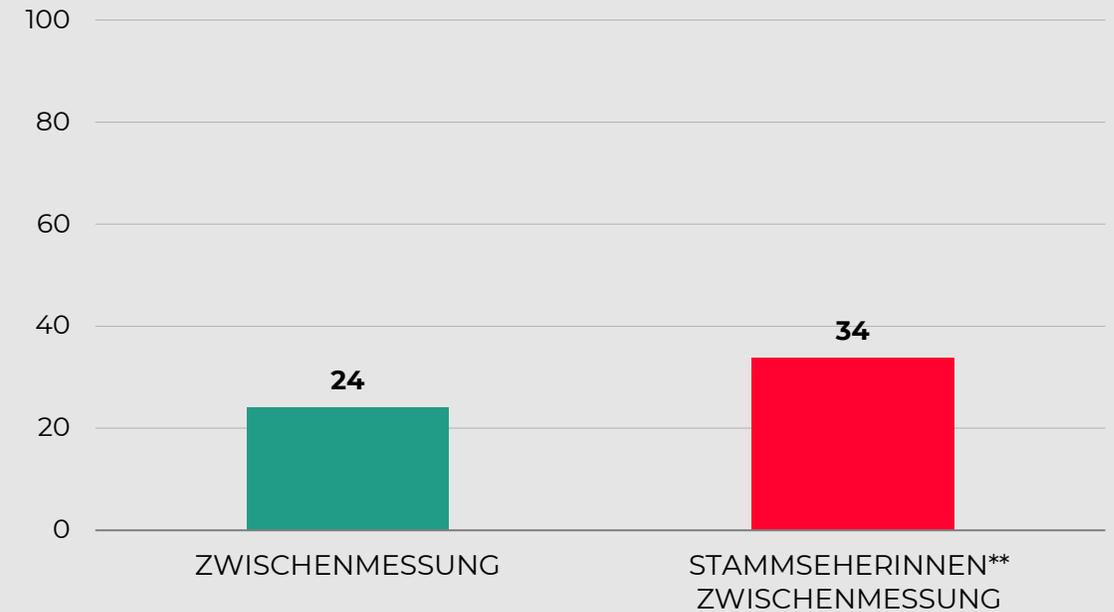
UNGESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT

Angaben in Prozent



UNGESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT MAC

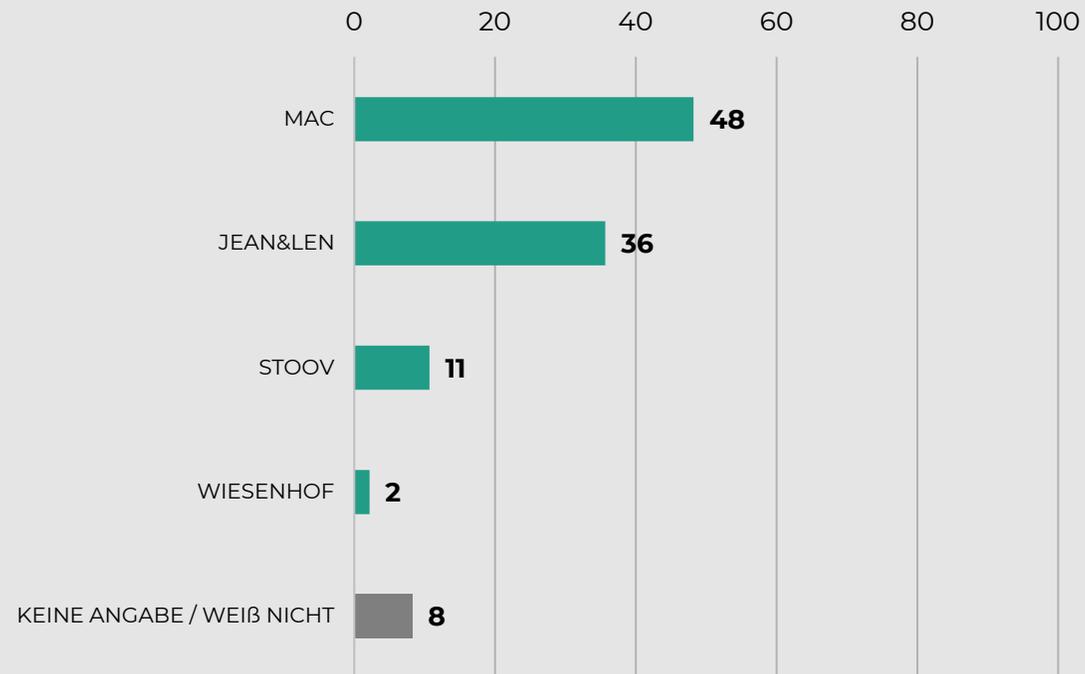
Angaben in Prozent



GESTÜTZT ERINNERT SICH KNAPP DIE HÄLFTE AN MAC ALS SPONSOR

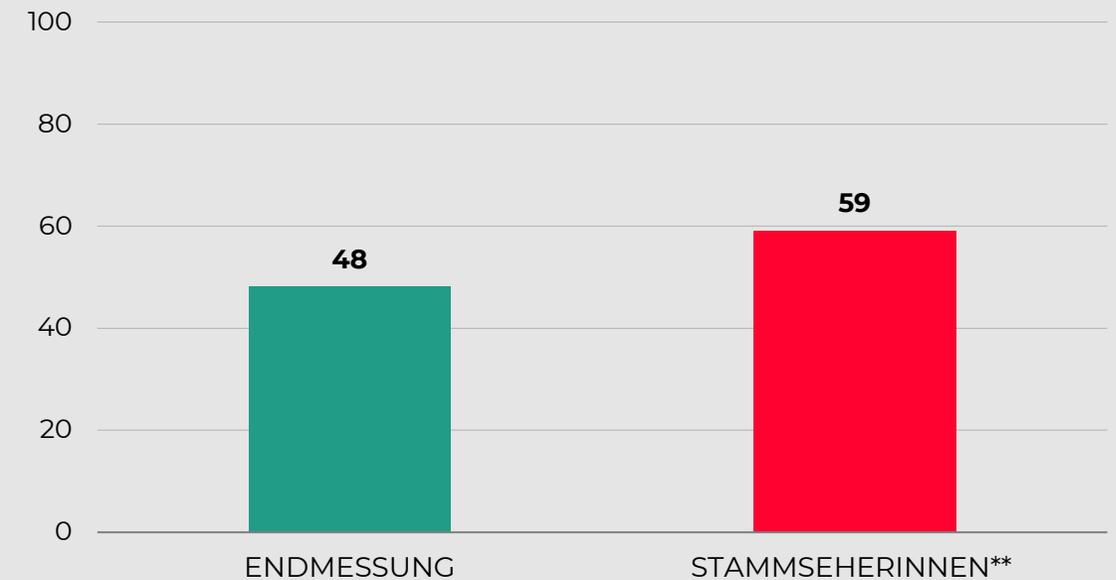
GESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT

Angaben in Prozent



GESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT MAC

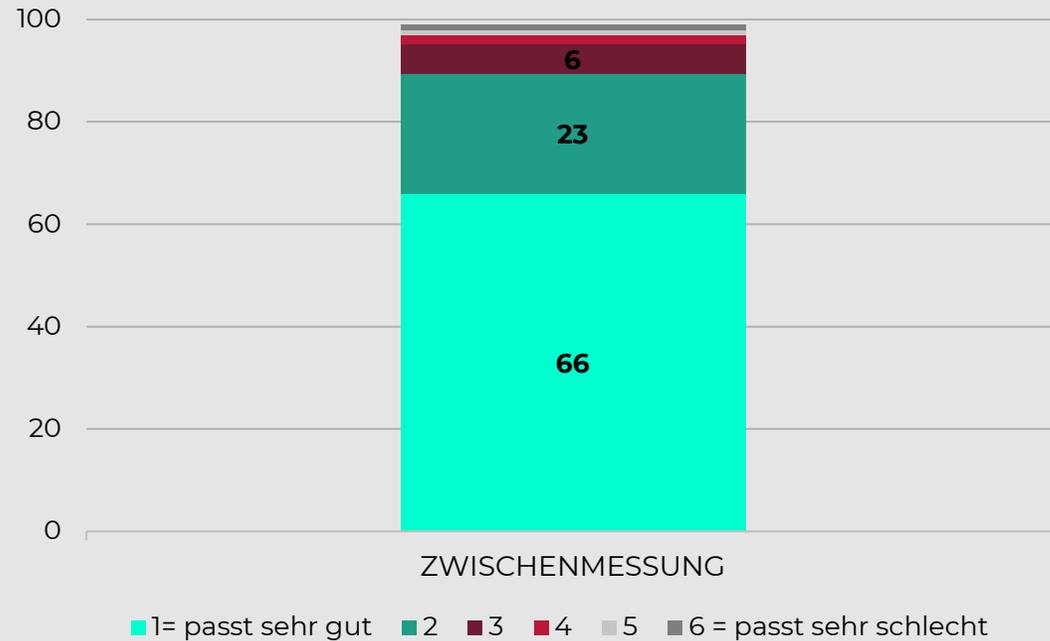
Angaben in Prozent



MAC UND GERMANY'S NEXT TOPMODEL HARMONIEREN PERFECT

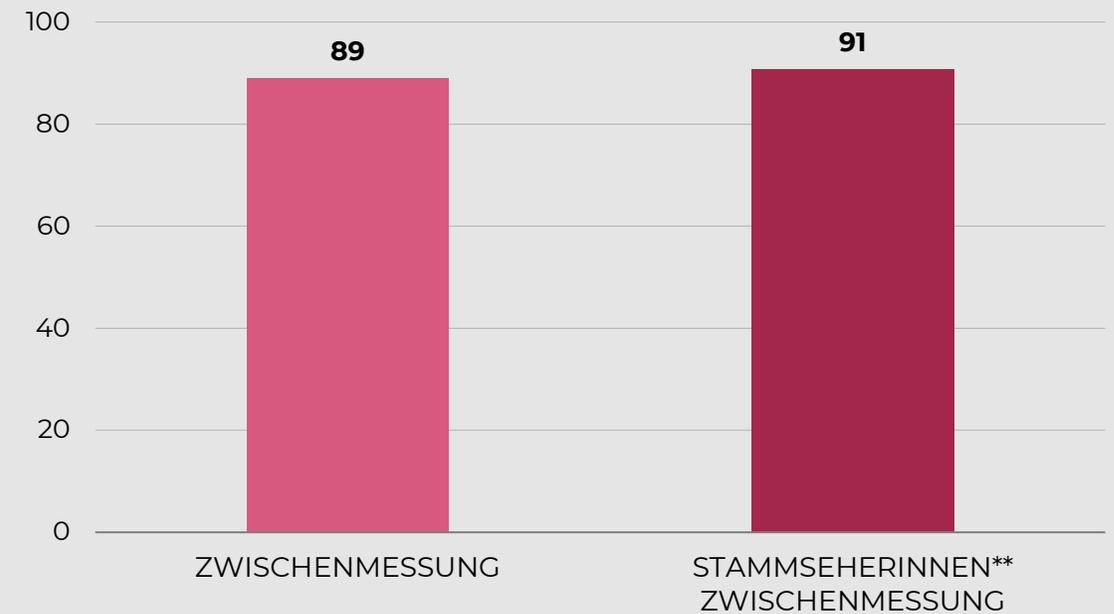
SPONSORFIT MAC

Angaben in Prozent

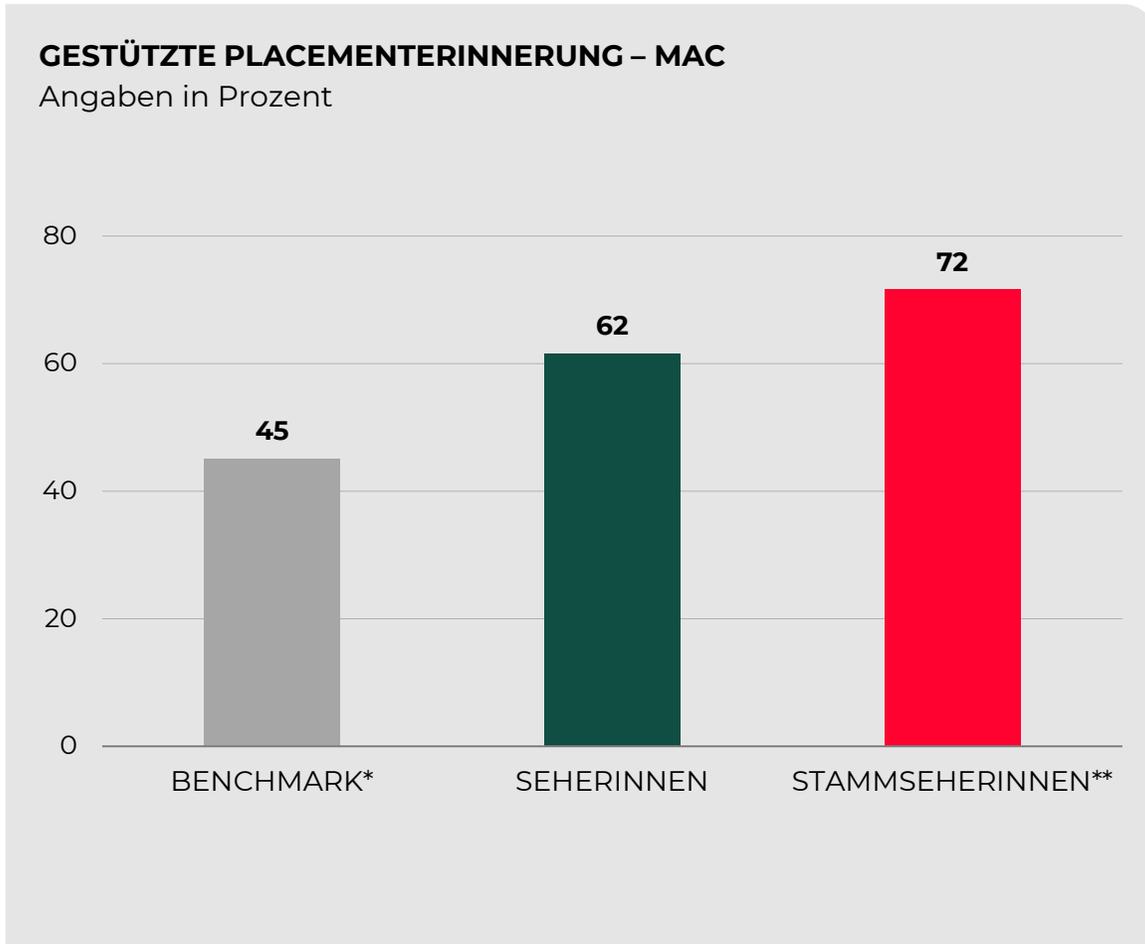


SPONSORFIT MAC

Angaben in Prozent, Top2



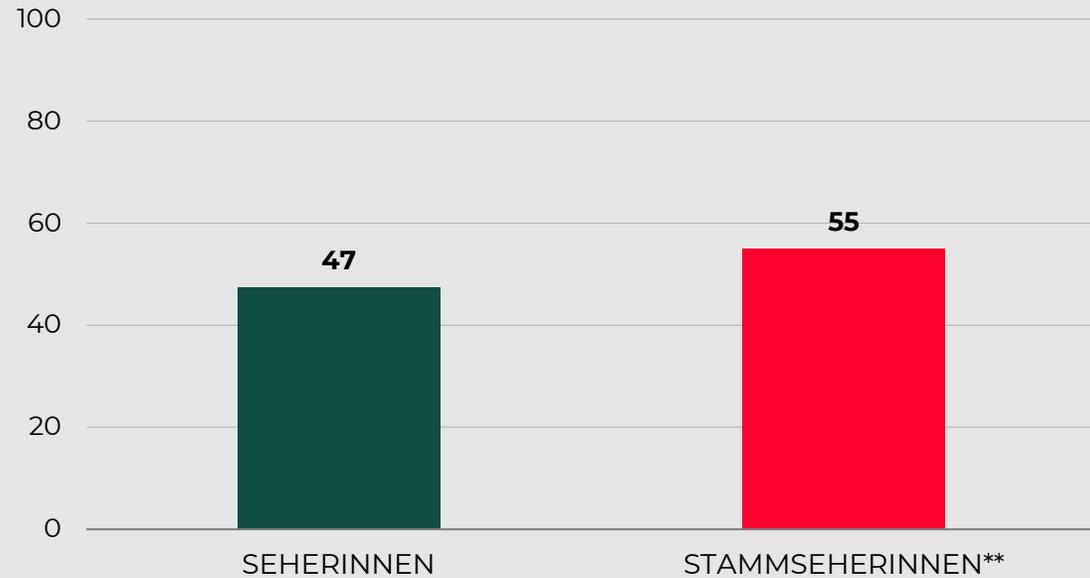
KNAPP DREI VIERTEL DER STAMMSEHERINNEN ERINNERN SICH AN DAS PLACEMENT



55 PROZENT DER STAMMSEHERINNEN ERINNERN SICH AN LIZENZPRODUKTE

ERINNERUNG LIZENZPRODUKTE – MAC

Angaben in Prozent

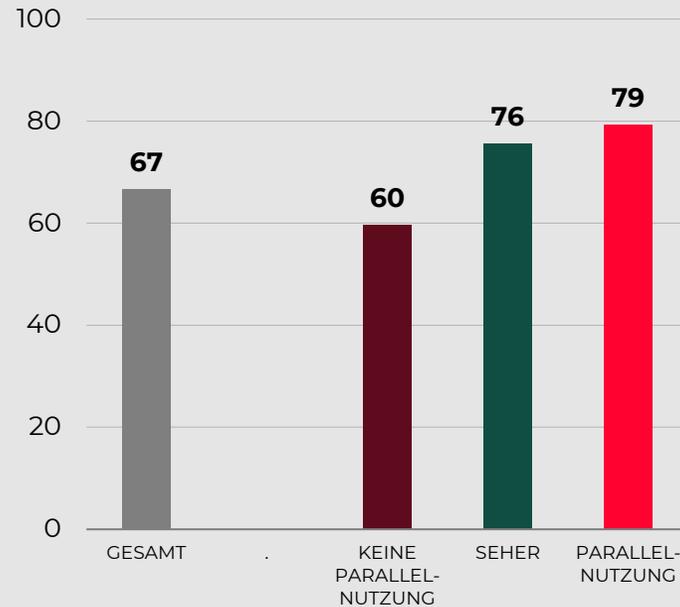


PARALLELNUTZUNG MIT POSITIVEM EINFLUSS AUF DIE WERBEWIRKUNG

(NICHT-)PARALLELNUTZER ALS ZIELGRUPPE INNERHALB DER SEHER

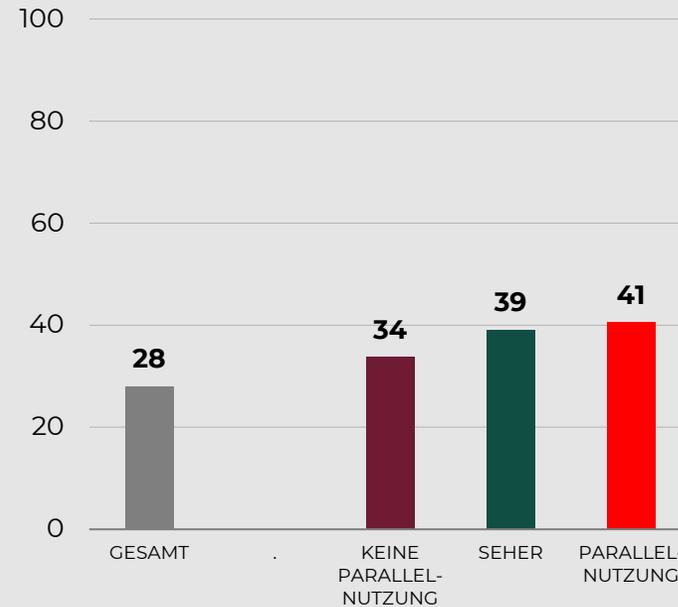
GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT MAC

Angaben in Prozent



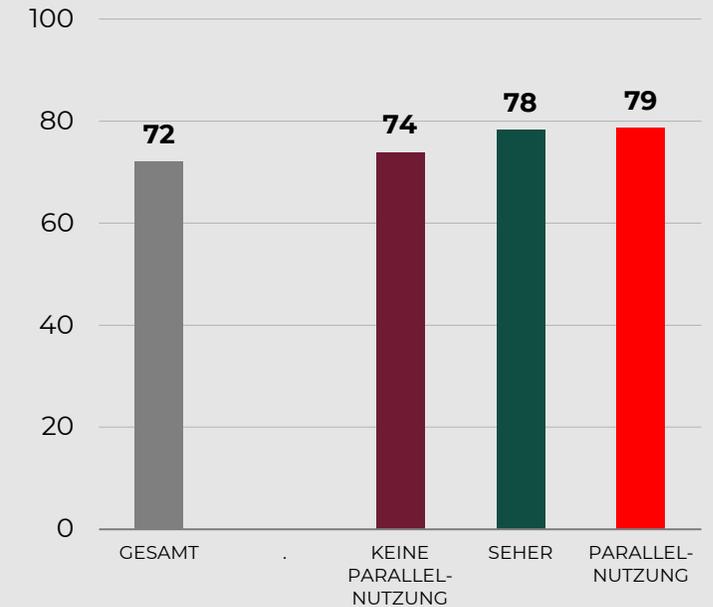
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG MAC

Angaben in Prozent



RELEVANT SET MAC

Angaben in Prozent, Top 2



KEY FACTS

- Die Bekanntheit von MAC nimmt insgesamt zu, obwohl sie sich bereits vor Staffelstart auf hohem Niveau befindet. MAC kann durch die Integration in der Sendung seine Bekanntheit vor allem unter den Stammseherinnen der Sendung noch steigern.
- Auch die Werbeerinnerung von MAC ist insgesamt gestiegen. Vor allem die Stammseherinnen erinnern sich überdurchschnittlich stark an Werbung für MAC.
- Das Sponsoring steigert die ohnehin schon hohe Kaufbereitschaft: Bis zu 75 Prozent können sich einen Kauf vorstellen.
- MAC wird ungestützt am häufigsten als Sponsor genannt. Gestützt erinnert sich die Hälfte der Befragten an MAC als Sponsor.
- Der Sponsorfit ist außergewöhnlich hoch: 89 Prozent sind der Meinung, die Marke MAC passt sehr gut zu Germany's next Topmodel
- Auch Lizenzprodukte erkennen mehr als die Hälfte der Stammseher wieder.
- Eine Sonderauswertung zeigt, dass sich Parallelnutzung keineswegs negativ auf die Werbewirkung auswirkt, vielmehr sind sogar gegenteilige Effekte nachweisbar.

Fazit

Kosmetik und Models: Das passt! Bekanntheit und Kaufbereitschaft von MAC können durch die Integration bei Germany's next Topmodel trotz bereits hohem Niveau weiter ausgebaut werden. Das Sponsoring wird zudem gut erinnert und als sehr passend befunden.

Advertising and Media Research

SANDRA SCHREINER

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-4184

Sandra.Schreiner@seven.one

Advertising and Media Research

JACQUELINE MUSCHLER

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-2204

Jacqueline.muschler@seven.one

