

JOYN PLUS+

Mindmonitor

AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit und -image

3 Werbeerinnerung

4 Bewertung und Aktivierung

5 Fazit

Methode

- Zeitpunkt: Befragung am Ende der Kampagne
- Erhebung: Online Befragung
- Stichprobe: Mediazielgruppe der Kampagne
- Fallzahl: Minimum = 500

Anforderungen

- Online: mind. 10 Mio. AI's in den 4-8 Wochen vor Erhebung
- Andere Medien: mind. 250 GRP in den 4-8 Wochen vor Erhebung

Erhebungsinhalte

Werbewirkung:

- Markenbekanntheit (gestützt, ungestützt)
- Werbeerinnerung (gestützt, ungestützt)
- Recognition
- Weitere, auch kundenindividuelle KPI's ...

Mediennutzung:

- Online via Cookie-Tracking
- Andere Medien über Fragebogen

Demografie

VERGLEICH VERSCHIEDENER GRUPPEN

ohne Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte ohne TV-Kontakt
- vergleichbar mit einer Nullmessung vor Kampagnenstart

mit Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte mit TV-Kontakt,
- bildet die Leistung des Werbemittels ab

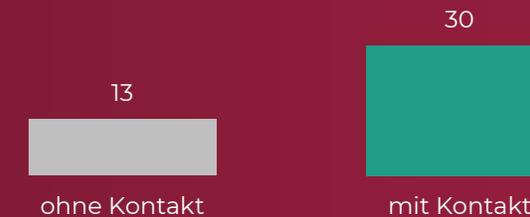
Gesamt

- Gesamtstichprobe
- Ergebnis über alle Befragten unabhängig von TV-Kontakt
- bildet Gesamtleistung der Kampagne ab

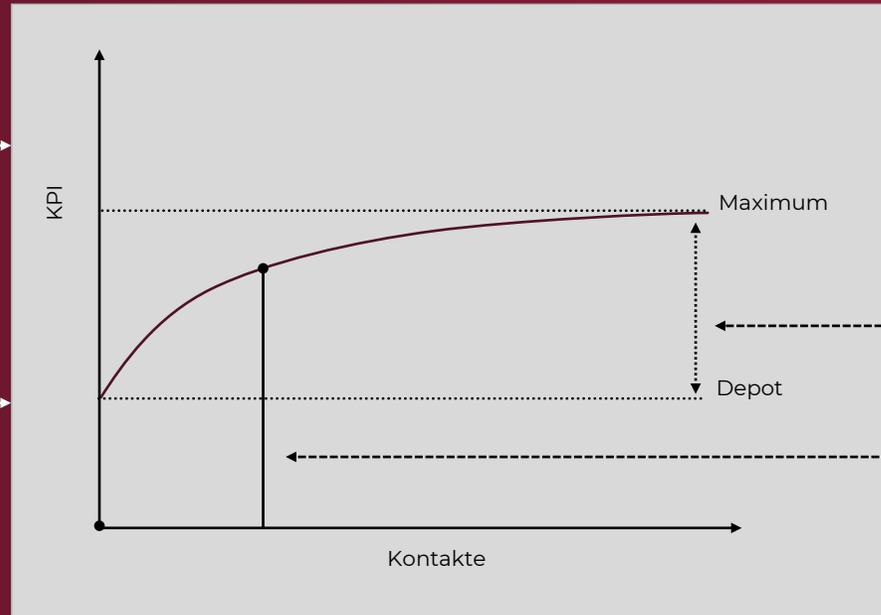
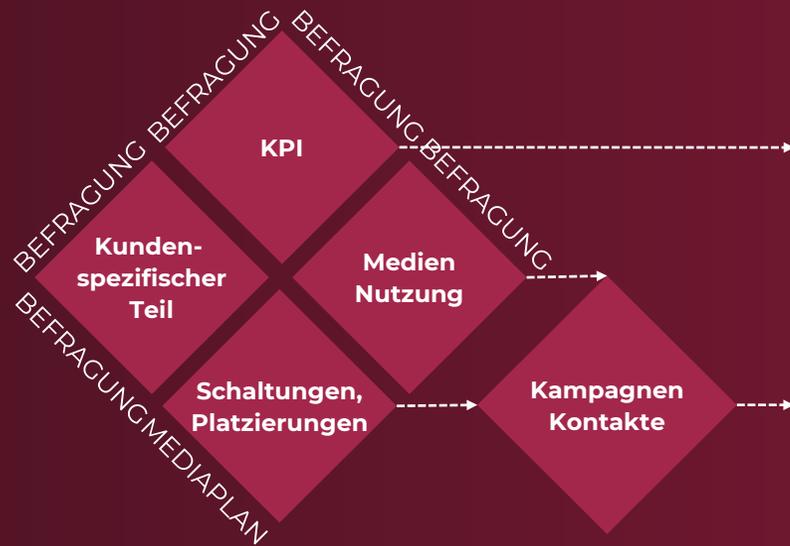
Gesamtleistung der Kampagne



Leistung des Werbemittels



DIE WIRKUNGSKURVEN



- Maximal möglicher Zuwachs des KPI
- Je höher, je besser
- Beschreibt das Potenzial einer Kampagne

Impact

Speed

- Geschwindigkeit, mit der ein KPI gelernt wird
- Anzahl notwendiger Kontakte zur Erreichung des Optimums
- Je schneller, je besser
- Hauptfaktor der Werbewirkung

STUDIENSTECKBRIEF

Befragungszeitraum	08.11. – 15.11.2021
Kampagnenzeitraum	11.10. – 07.11.2021
Methode	Online Interviews
Medium	TV
Zielgruppe	Erwachsene 20-45 Jahre
Fallzahl	n = 1.546

AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit und -image

3 Werbeerinnerung

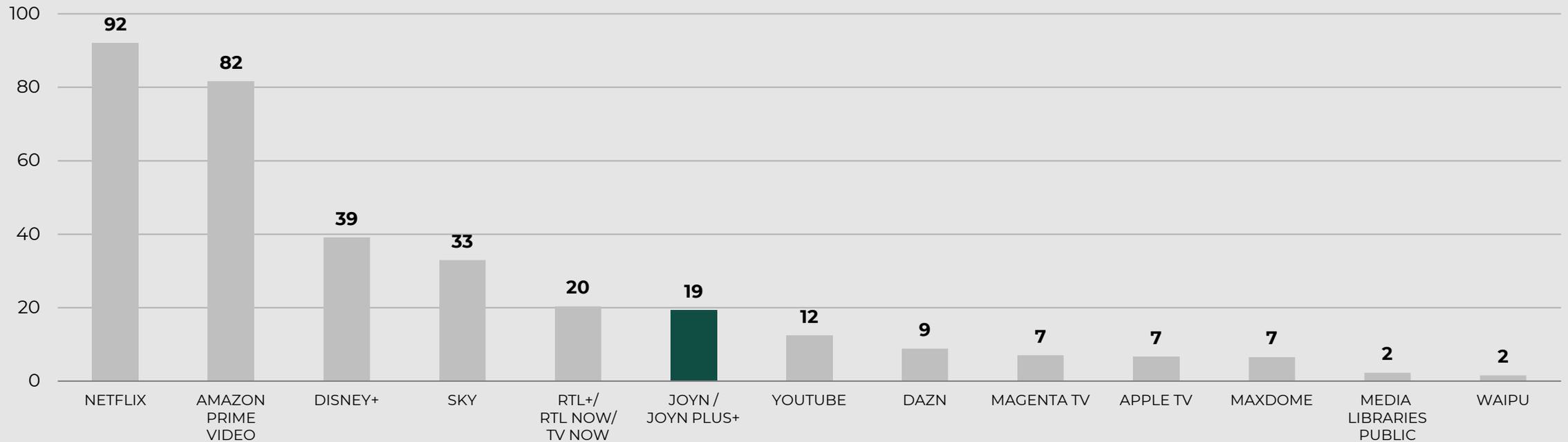
4 Bewertung und Aktivierung

5 Fazit

FAST 20 PROZENT DENKEN SPONTAN AN JOYN

UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

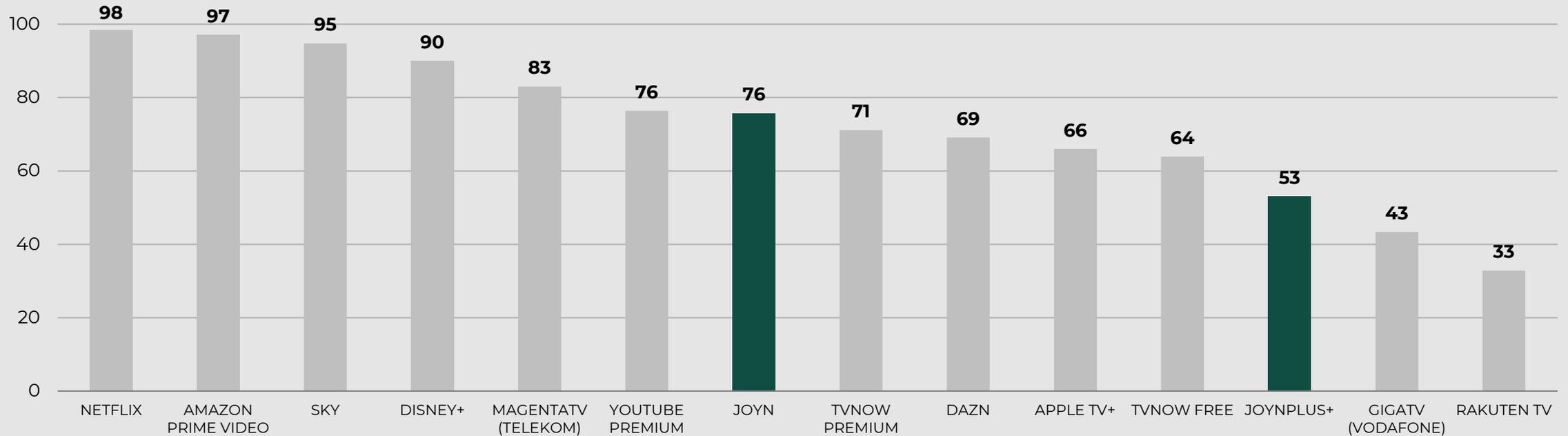
Angaben in %



DREI VIERTEL KENNEN JOYN, BEI JOYN PLUS+ SIND ES 53 PROZENT

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

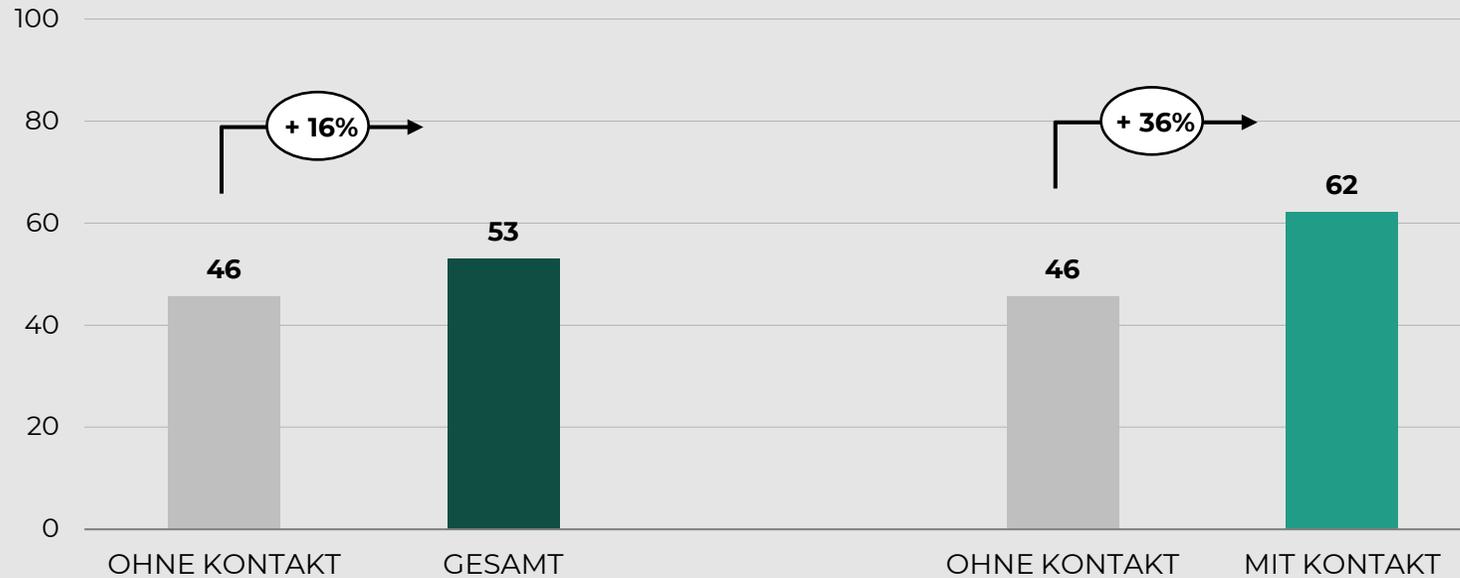
Angaben in %



DIE TV-KAMPAGNE STEIGERT DIE GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT JOYN PLUS+

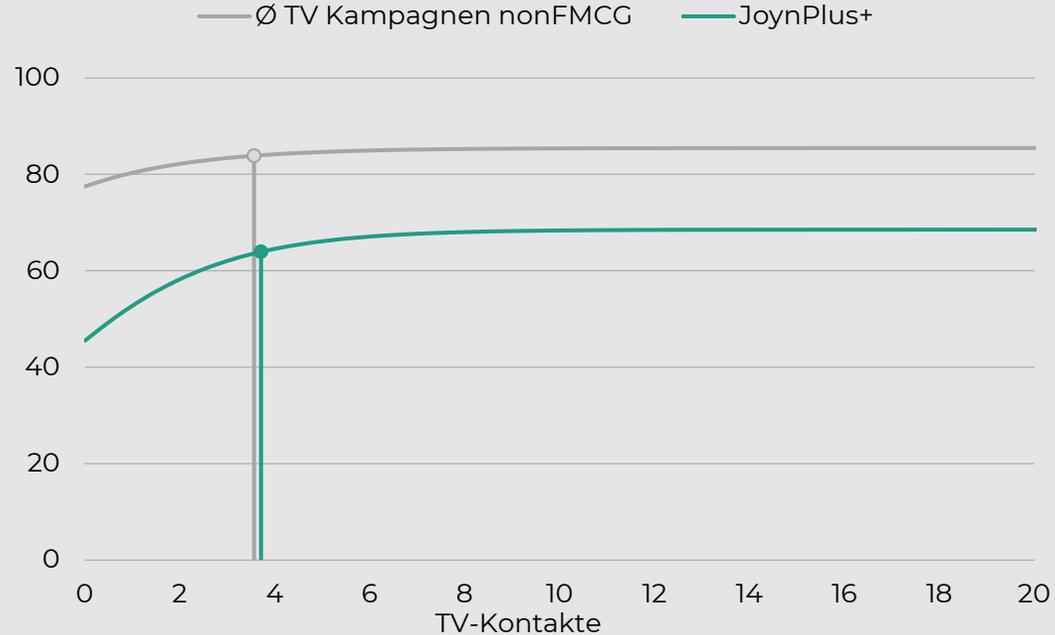
Angaben in %



JOYN PLUS+ GENERIERT MEHR WACHSTUM ALS DER BENCHMARK UND WIRD GENAUSO SCHNELL GELERNT WIE DER BENCHMARK

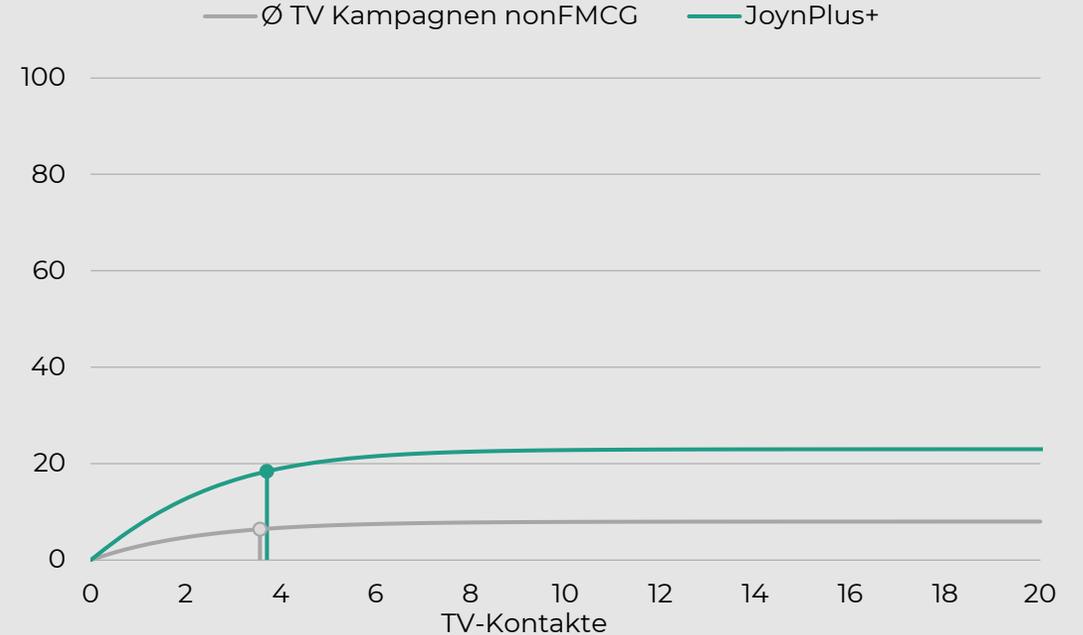
GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT: ZUWACHSKURVEN

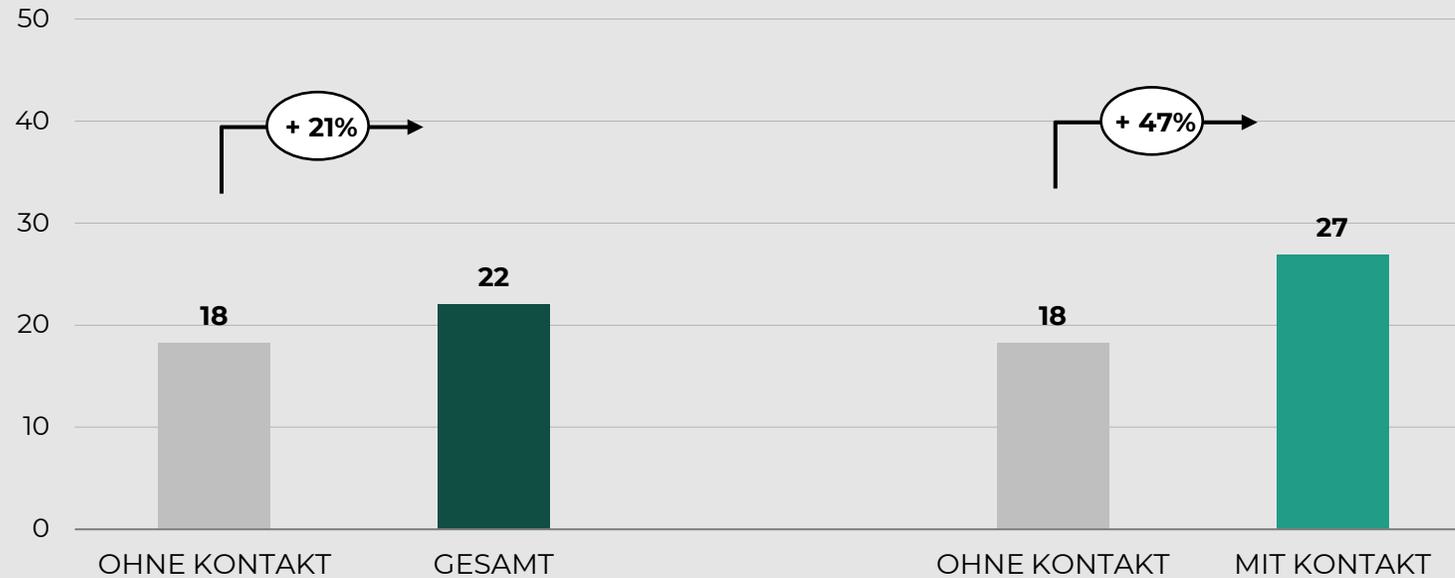
Angaben in %



STEIGERUNG DER BEKANNTHEIT VON „BLACKOUT“ DURCH TV

GESTÜTZTE PRODUKTBEKANNTHEIT - BLACKOUT

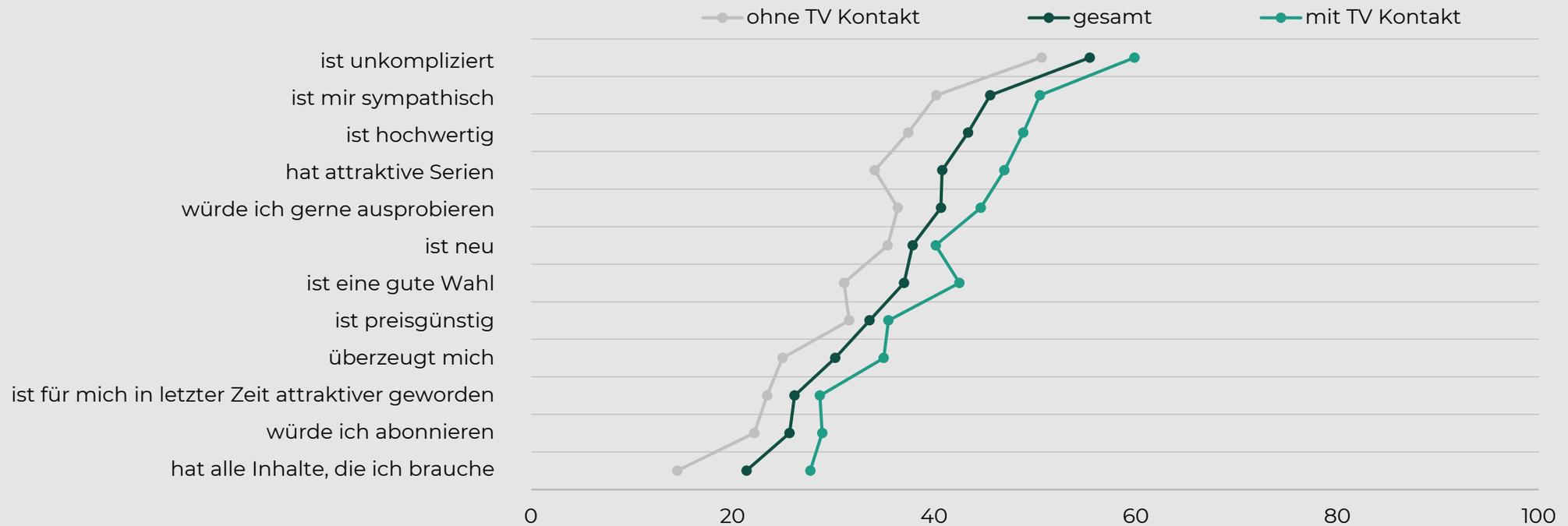
Angaben in %



TV BEEINFLUSST MARKENIMAGE POSITIV

MARKENIMAGE

Angaben in % (Top2)



AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit und -image

3 Werbeerinnerung

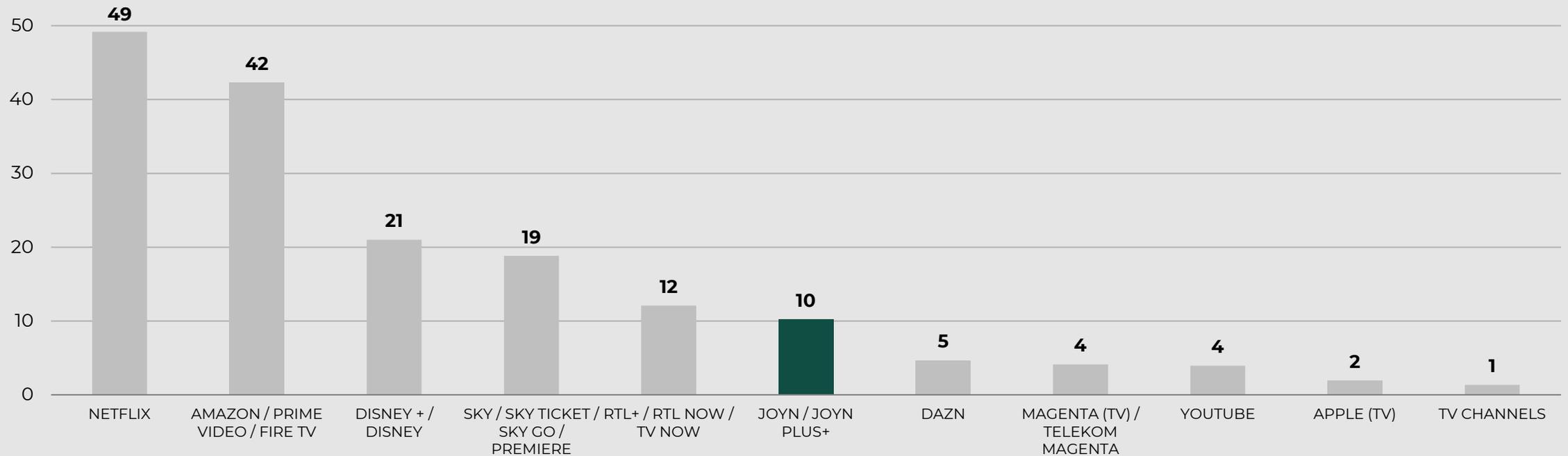
4 Bewertung und Aktivierung

5 Fazit

JEDER ZEHNTE NENNT SPONTAN JOYN

UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

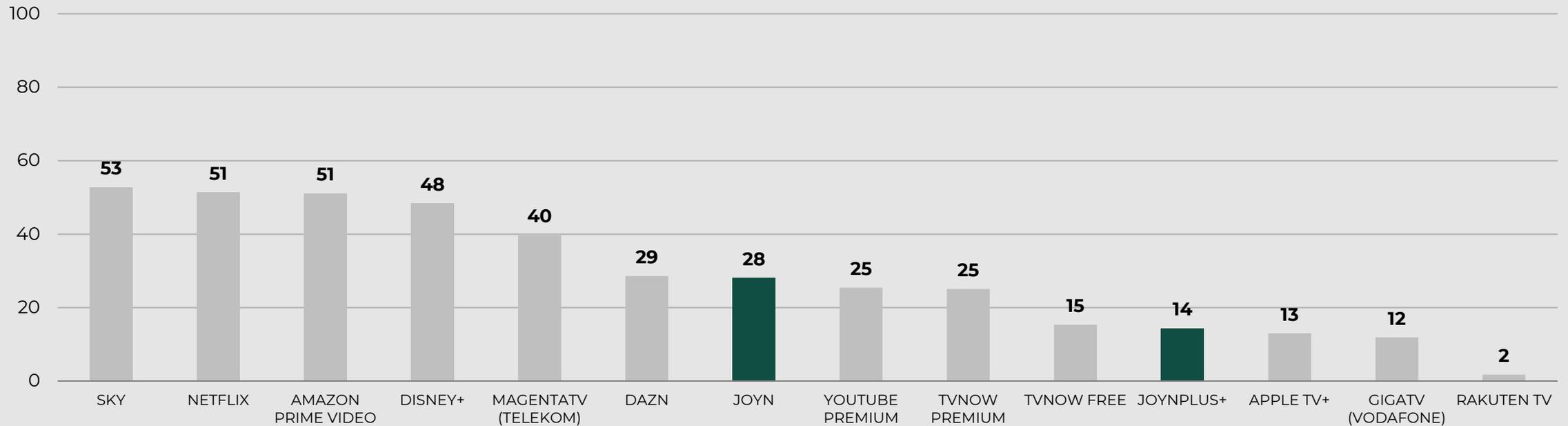
Angaben in %



FAST 30 PROZENT ERINNERN SICH GESTÜTZT AN WERBUNG FÜR JOYN

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

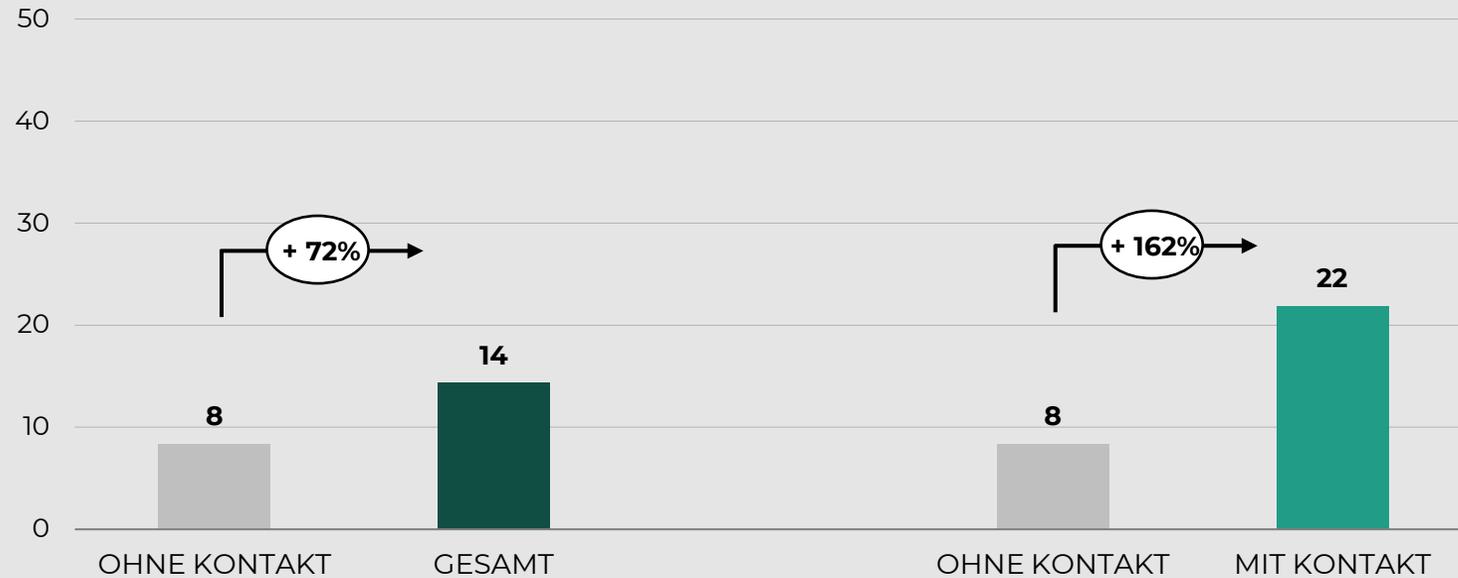
Angaben in %



DEUTLICHE STEIGERUNG DER GESTÜTZTEN WERBEERINNERUNG

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG JOYN PLUS+

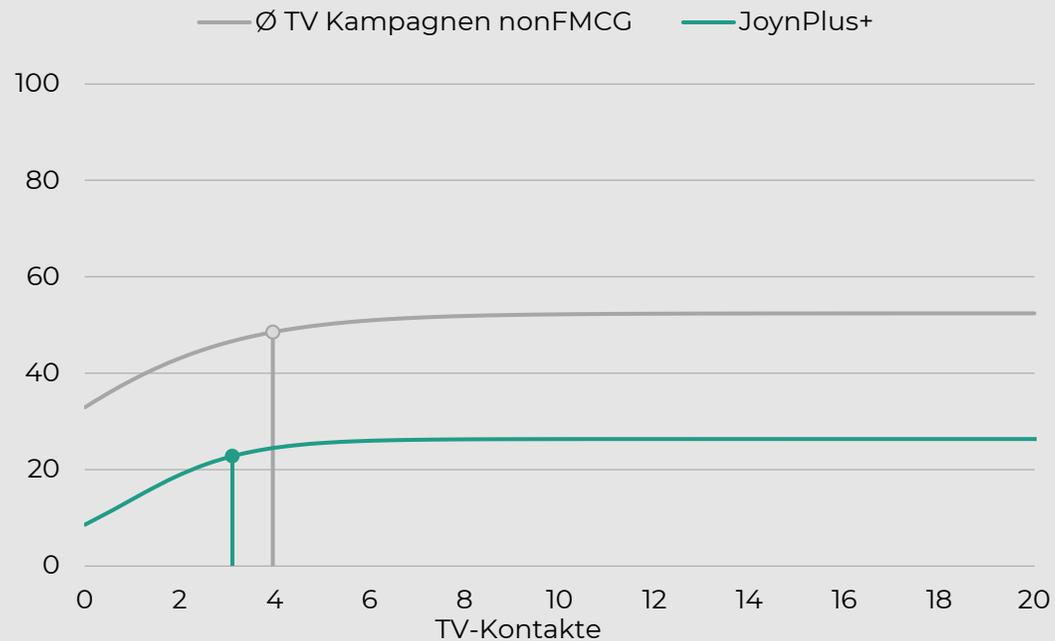
Angaben in %



JOYN PLUS+-KAMPAGNE SCHNELLER ALS DURCHSCHNITT GELERNT

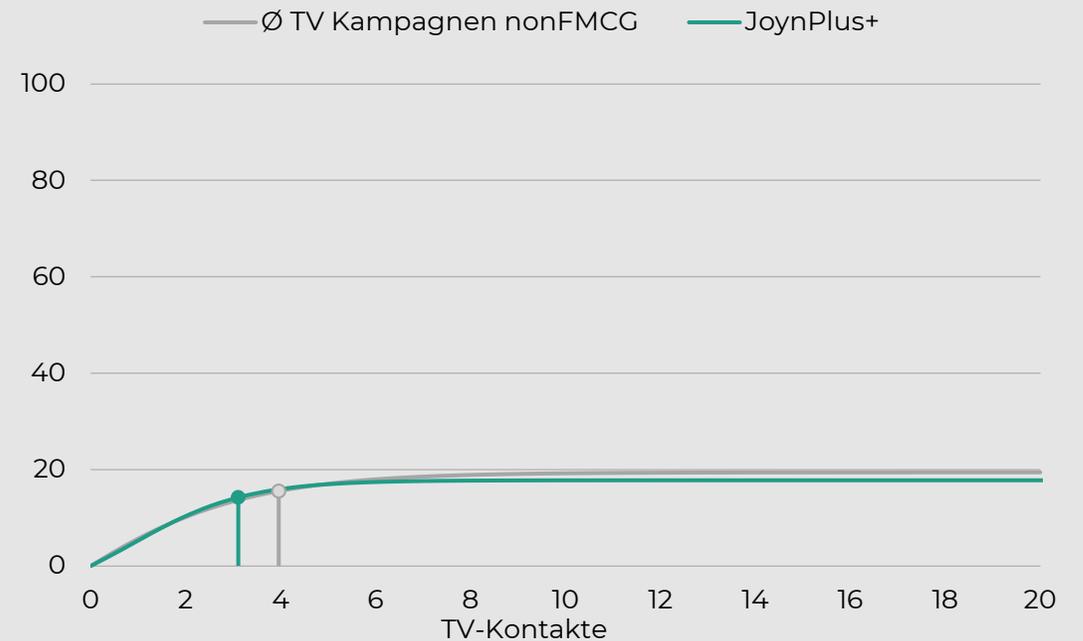
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG: ZUWACHSKURVEN

Angaben in %



AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit und -image

3 Werbeerinnerung

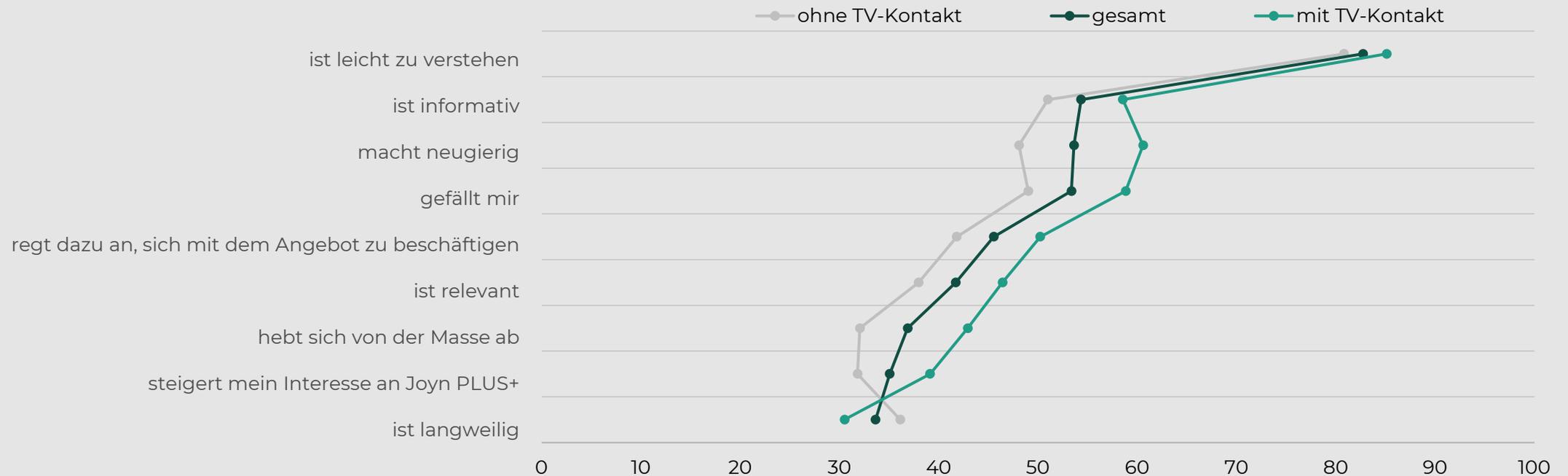
4 Bewertung und Aktivierung

5 Fazit

BEFRAGTE MIT VORHERIGEM KONTAKT BEWERTEN „BLACKOUT“-WERBEMITTEL BESSER

BEWERTUNG DES TV-SPOTS

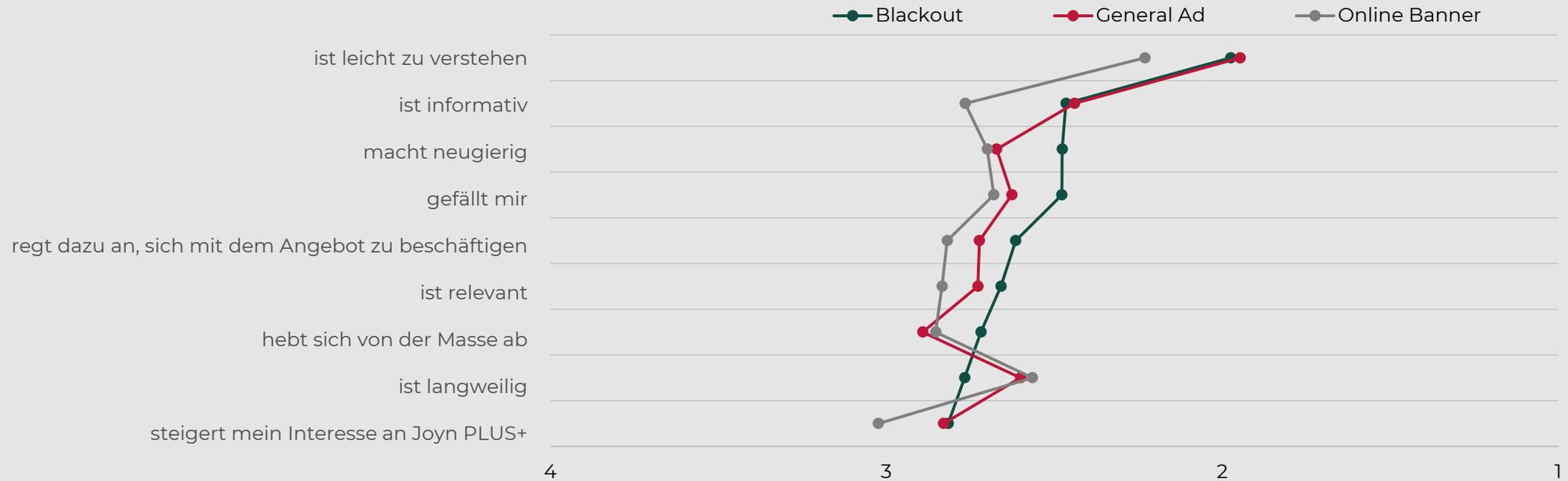
Angaben in % (Top2)



BESTE BEWERTUNG FÜR DEN BLACKOUT-SPOT

BEWERTUNG DES TV-SPOTS

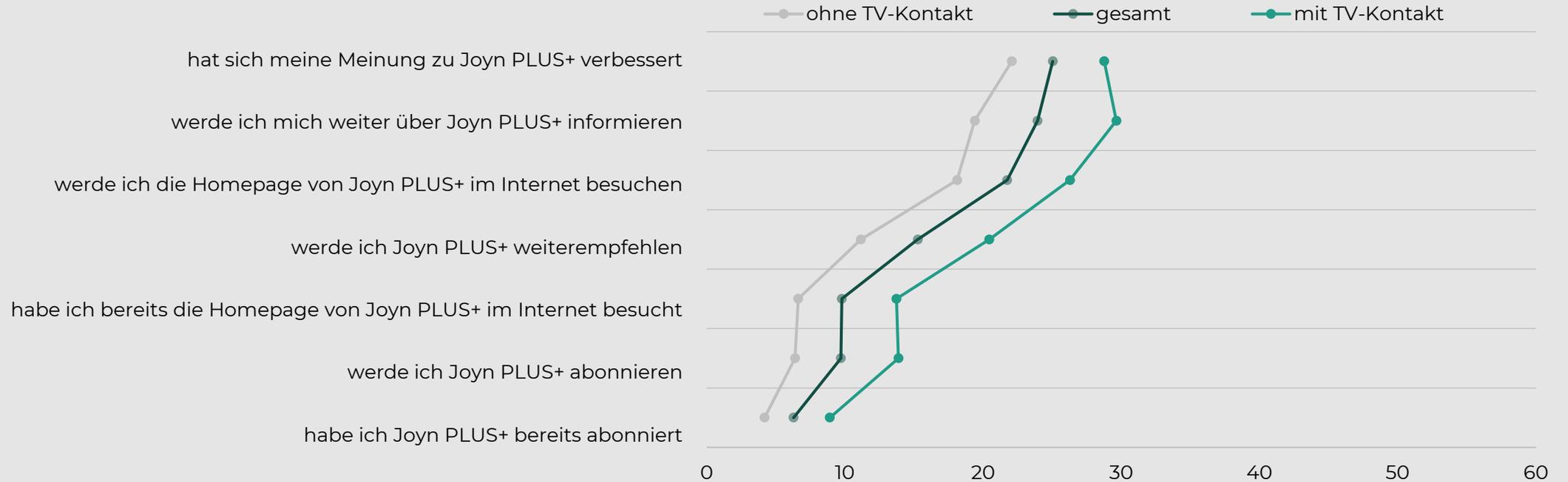
Angaben in %



AKTIVIERUNG DURCH VORHERIGE TV-KONTAKTE VERSTÄRKT

AKTIVIERUNG DURCH DEN TV-SPOT

Angaben in % (Top2)



AGENDA

- 1 Methode
- 2 Markenbekanntheit und -image
- 3 Werbeerinnerung
- 4 Bewertung und Aktivierung
- 5 Fazit**

ZUSAMMENFASSUNG

- Aktuell kennen 53 Prozent der Befragten Joyn PLUS+. Die TV-Kampagne steigert sowohl die Markenbekanntheit als auch die Bekanntheit der Serie „Blackout“ erfolgreich.
- Die Werbeerinnerung entwickelt sich überdurchschnittlich schnell.
- Der Blackout-Spot wird positiv bewertet und regt dazu an, sich näher mit dem beworbenen Angebot zu befassen.

Advertising & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

Franziska.rochau@seven.one

