

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, September 2013

Fashionette

Kampagnentracking



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Websuche-Interesse

Fazit

Steckbrief

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

Die Kampagne



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

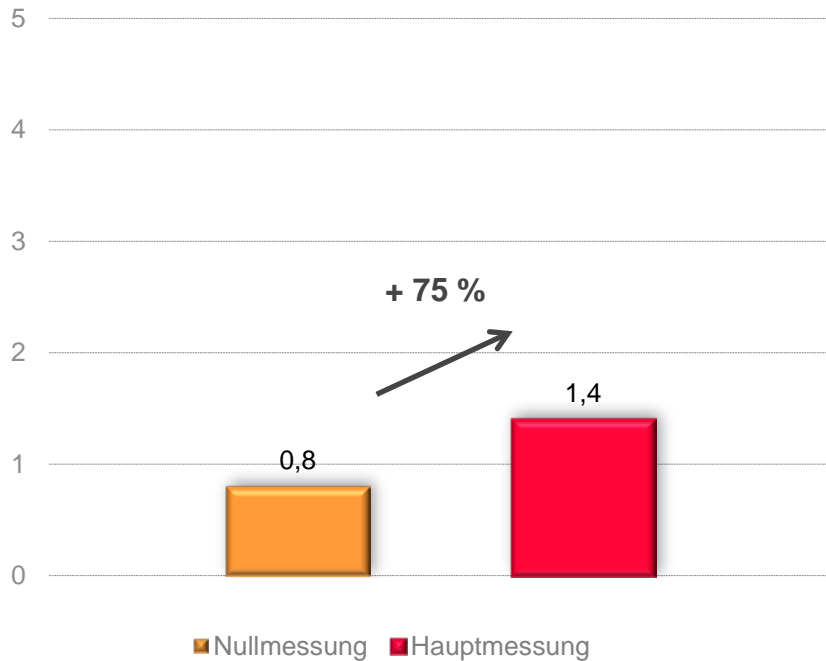
Werbeerinnerung

Websuche-Interesse

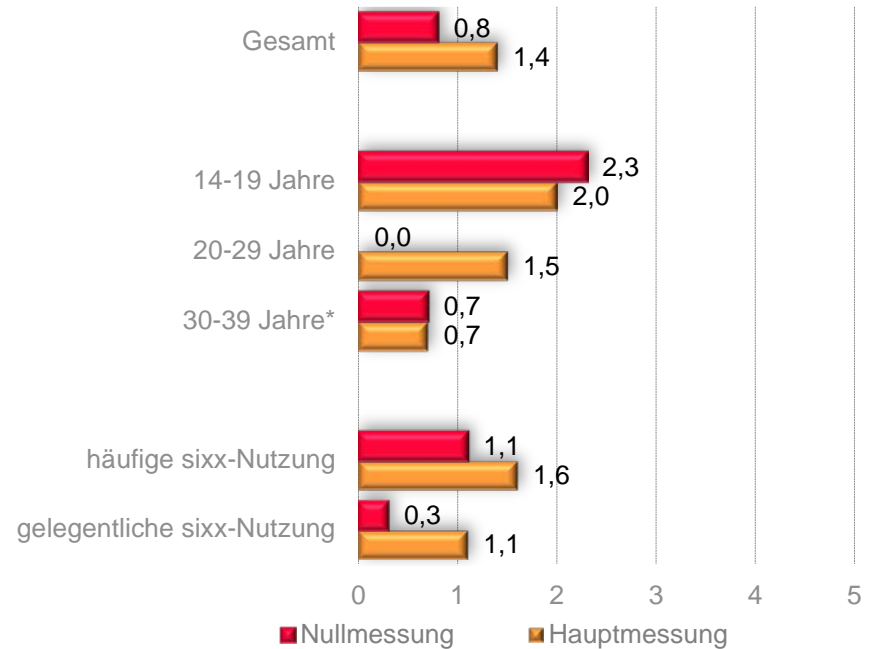
Fazit

Deutliche Steigerung der ungestützten Bekanntheit

Ungestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



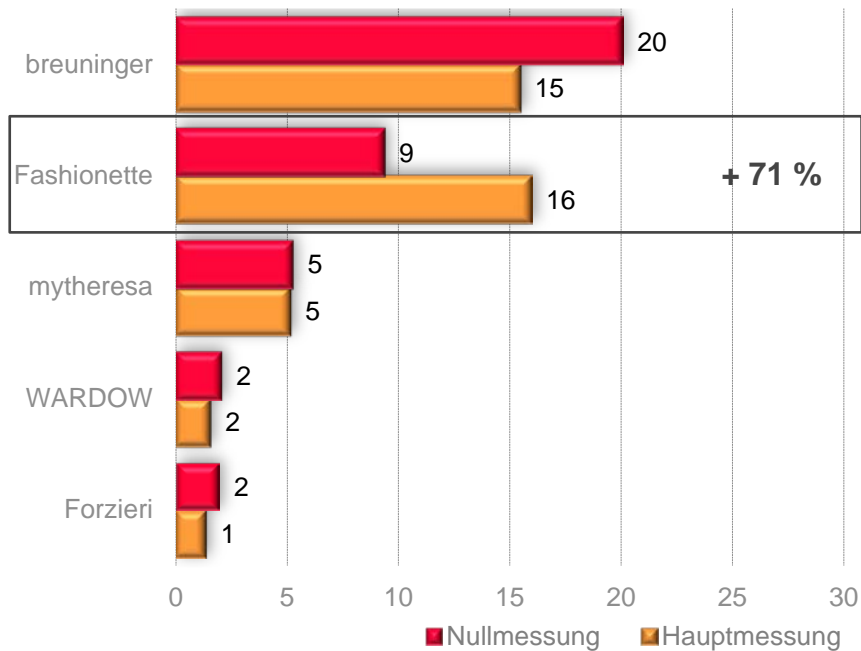
Ungestützte Markenbekanntheit - Fashionette Angaben in Prozent



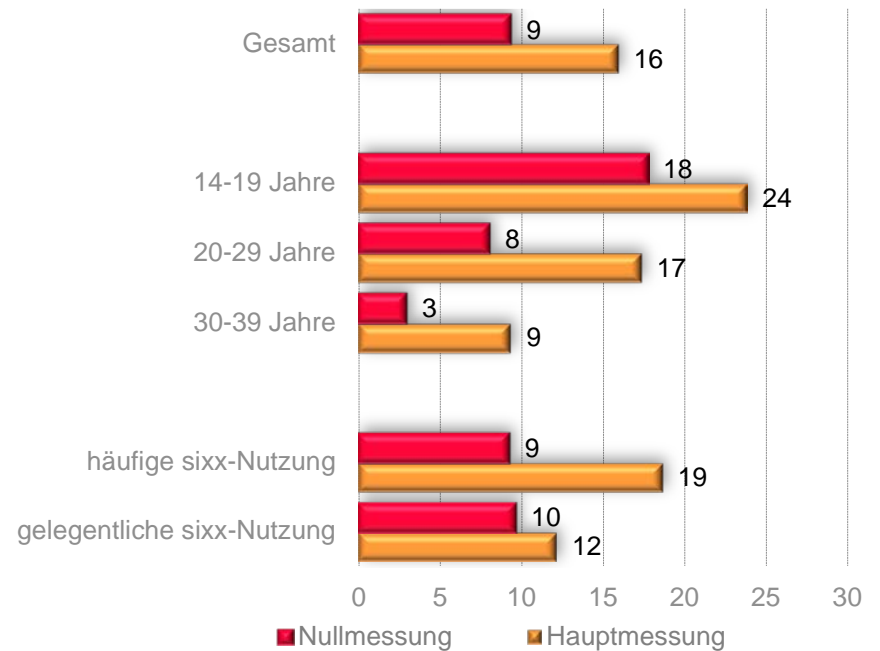
Frage: Jetzt geht es um das Thema Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires. Welche Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires kennen Sie?
 Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen. *Geringe Fallzahl
 Quelle: SevenOne Media.

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

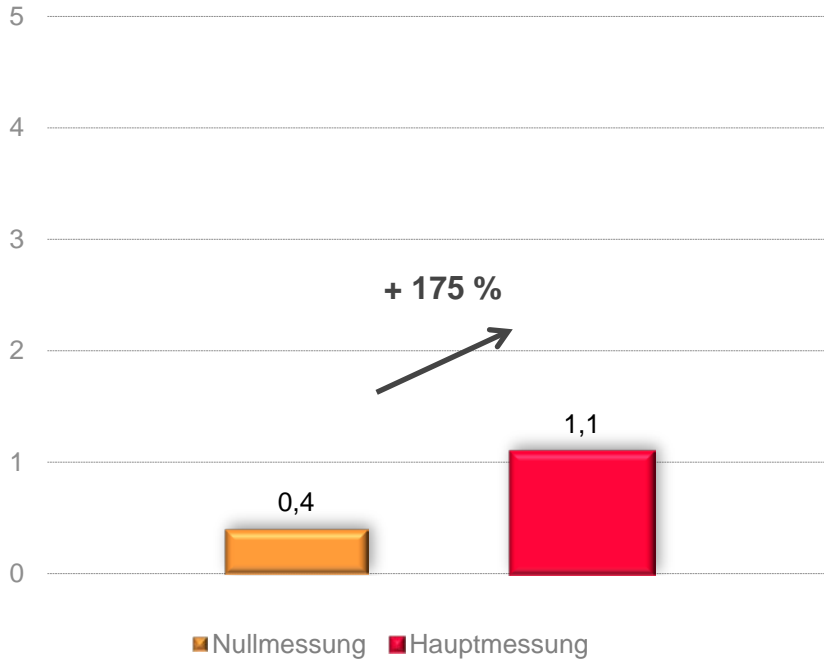
Werbeerinnerung

Websuche-Interesse

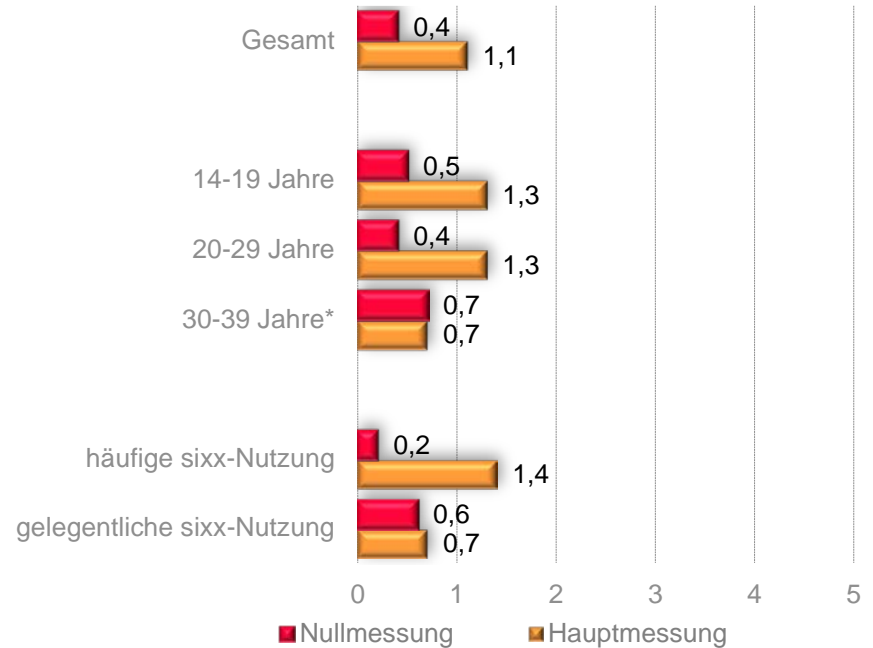
Fazit

Höchste Steigerung der ungestützte Werbeerinnerung bei sixx-Vielsehern

Ungestützte Werbeerinnerung
Angaben in Prozent



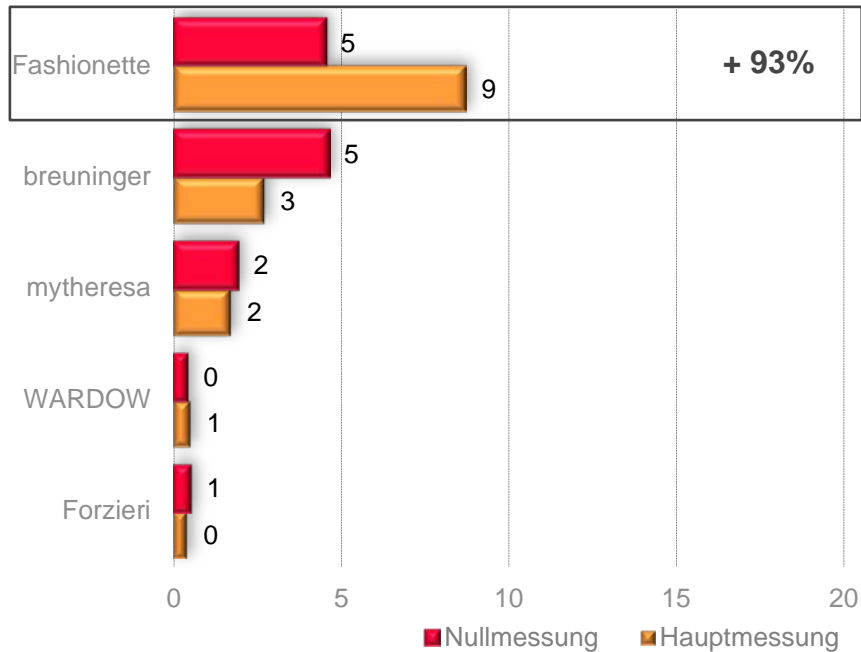
Ungestützte Werbeerinnerung - Fashionette
Angaben in Prozent



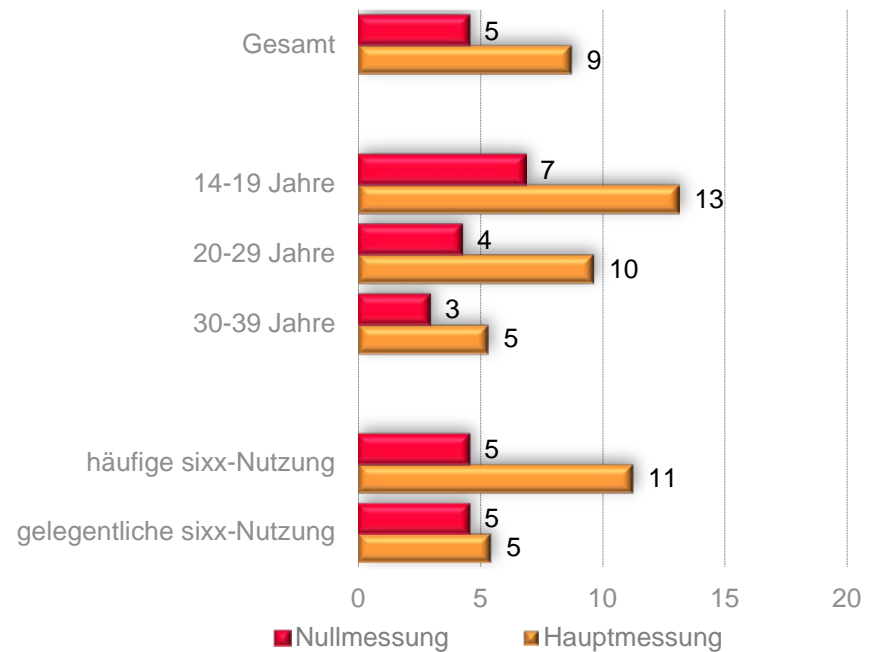
Frage: Und für welche Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen. *Geringe Fallzahl
Quelle: SevenOne Media.

Deutlicher Anstieg der gestützten Werbeerinnerung

Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



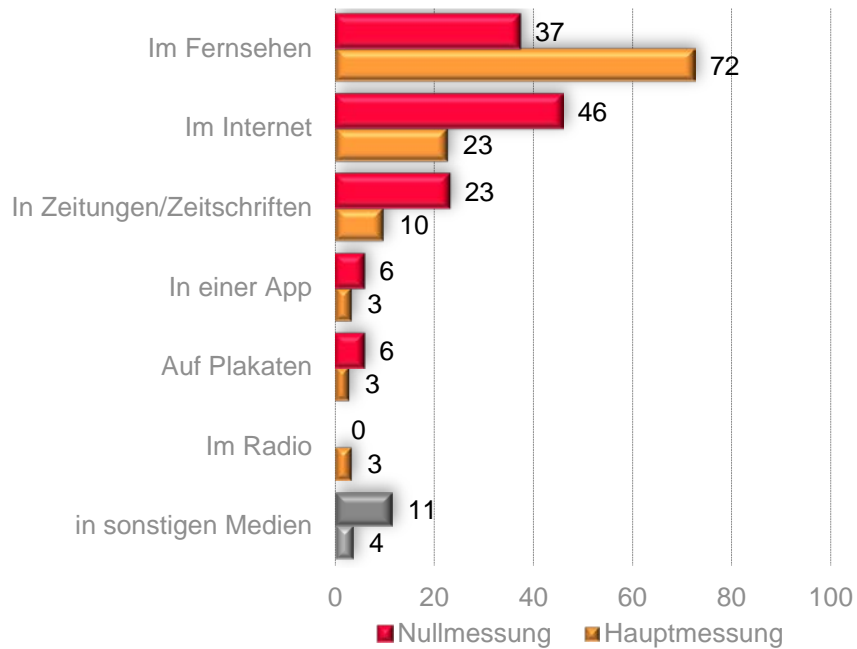
Gestützte Werbeerinnerung - Fashionette Angaben in Prozent



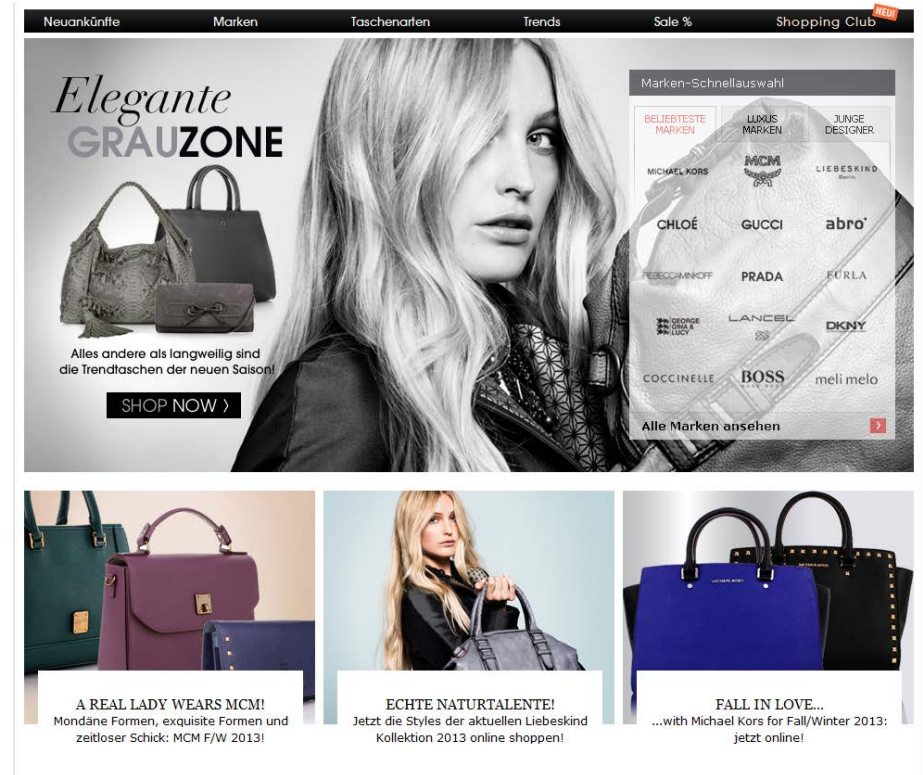
Frage: Und für welche der folgenden Online-Shops für Designer-Handtaschen und Accessoires haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von sixx.de, die zumindest gelegentlich sixx sehen und die jeweilige Marke kennen.
Quelle: SevenOne Media

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

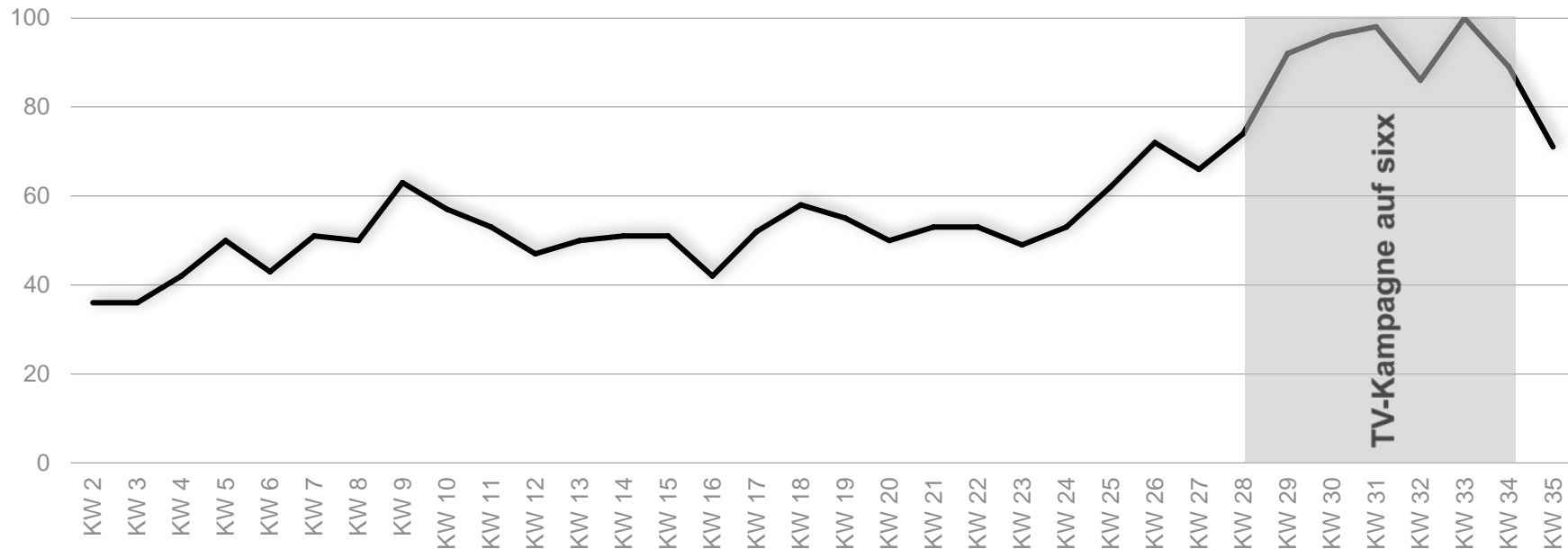
Werbeerinnerung

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.

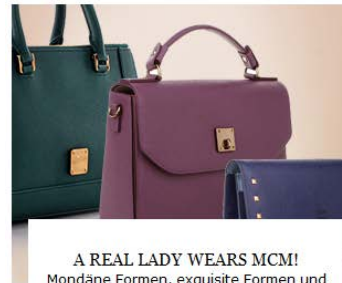
Der Kampagnenerfolg lässt sich an allen erhobenen Indikatoren ablesen: Markenbekanntheit und Werbeerinnerung werden sowohl ungestützt als auch gestützt deutlich gesteigert.

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.



A REAL LADY WEARS MCM!
Mondäne Formen, exquisite Formen und
zeitloser Schick: MCM F/W 2013!



ECHTE NATURTALENTE!
Jetzt die Styles der aktuellen Liebeskind
Kollektion 2013 online shoppen!



FALL IN LOVE...
...with Michael Kors for Fall/Winter 2013:
jetzt online!

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
franziska.rochau@sevenonemedia.de