

SYOSS

Kampagnentracking zu „Cut It – Die Vorhair-Nachhair-Show“

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

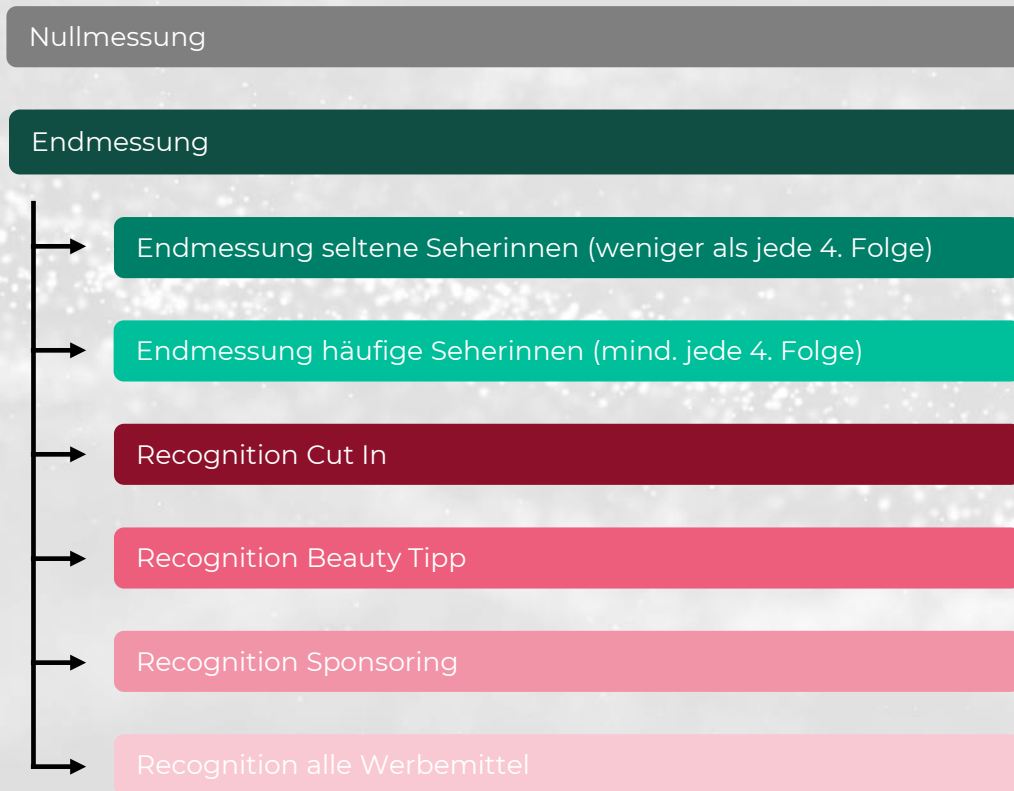
3 Fazit

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	Frauen 25-54 Jahre, die häufig sixx sehen
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 6. - 15. September 2022; Endmessung: 8. - 19. Oktober 2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 720; Endmessung: n=1.077
Inhalt	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Kaufbereitschaft; in der Endmessung: ungestützte und gestützte Sponsorereinnerung, Sponsorbewertung, Sponsorfit, Recognition Cut In, Beauty Tipp

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:



AGENDA

1 Steckbrief

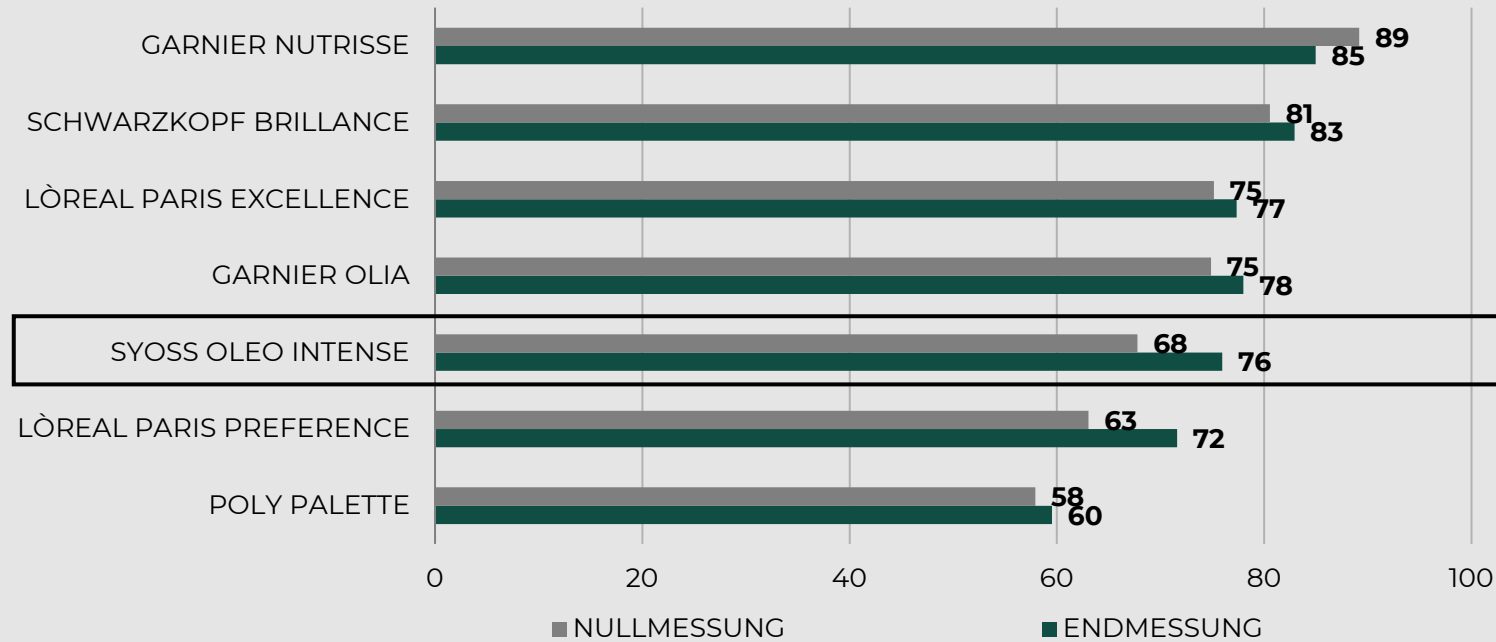
2 Ergebnisse

3 Fazit

DEUTLICHER ANSTIEG DER BEKANNTHEIT VON SYOSS OLEO INTENSE

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

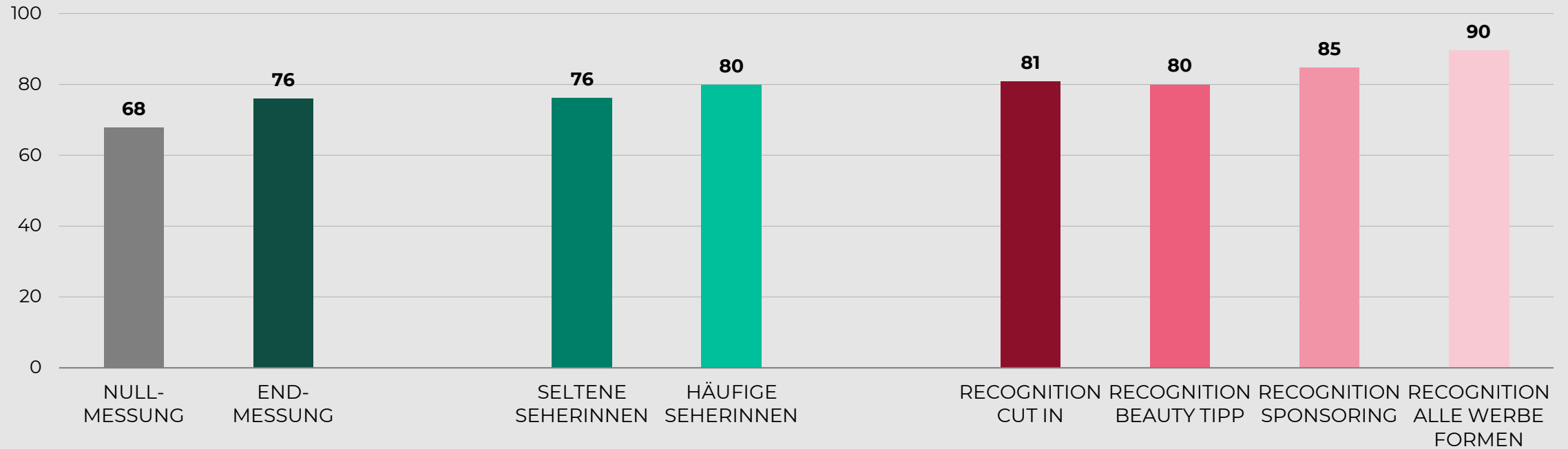
Angaben in %



HÖHERES BEKANNTHEITSNIVEAU MIT TV-KONTAKT

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT SYOSS OLEO INTENSE

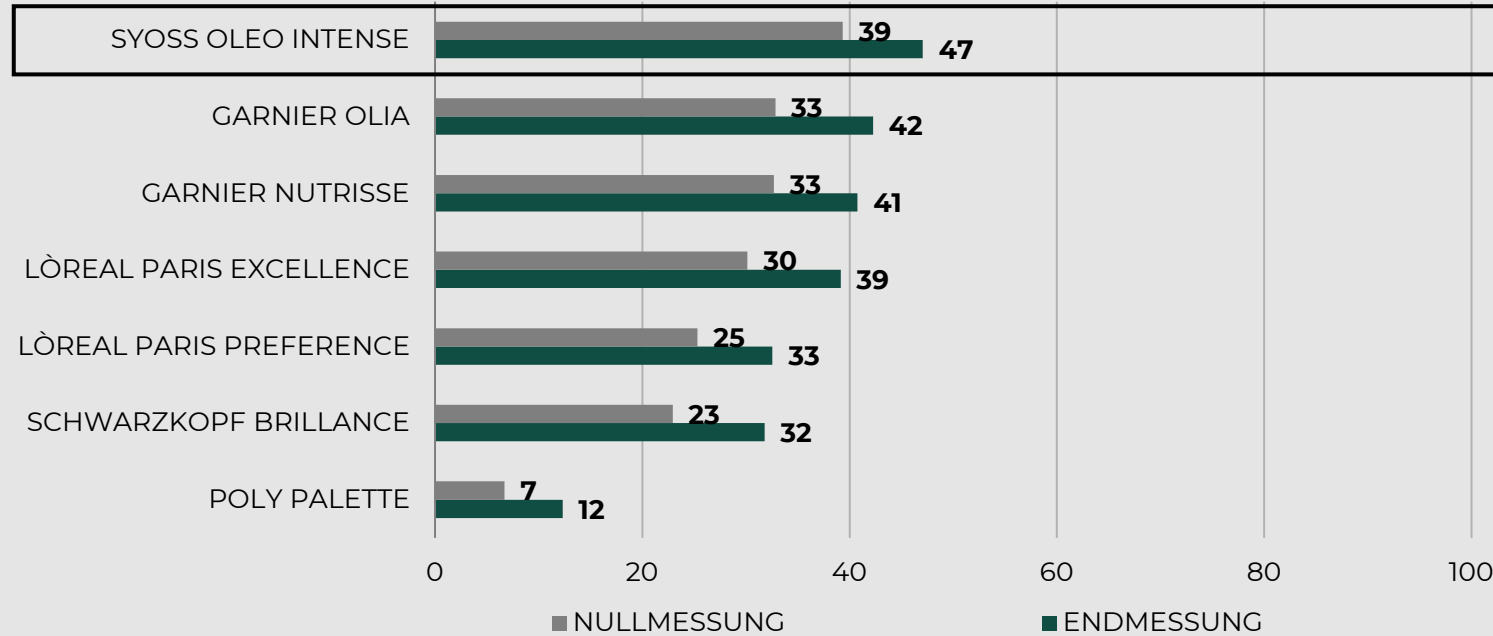
Angaben in %



JEDE ZWEITE ERINNERT SICH IN DER ENDMESSUNG AN SYOSS OLEO INTENSE

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

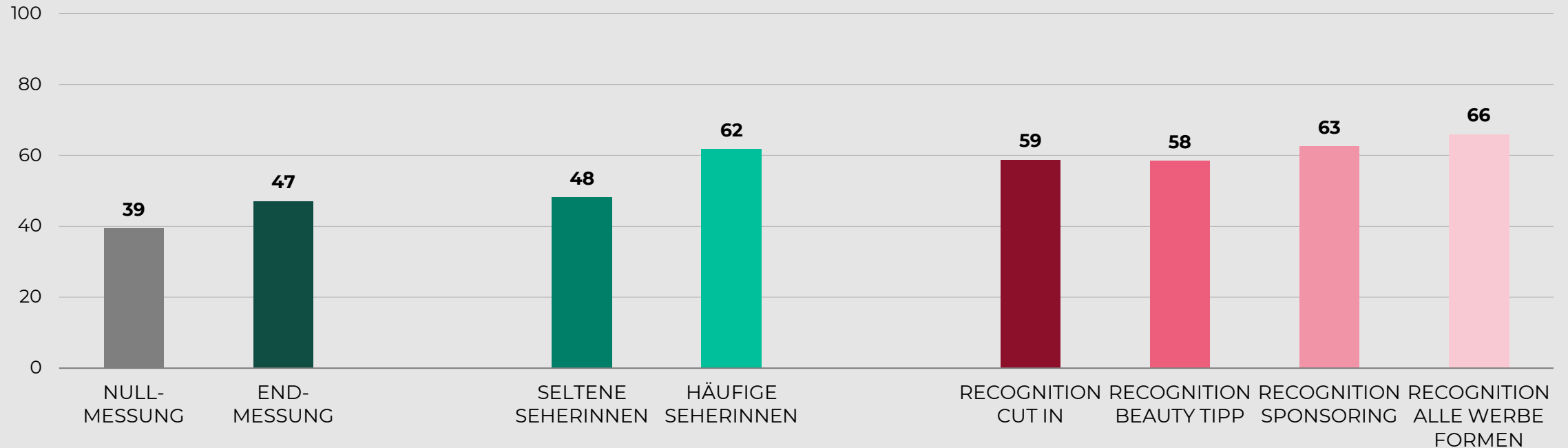
Angaben in %



EINSATZ DER SONDERWERBEFORMEN STEIGERT DIE WERBEERINNERUNG

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG SYOSS OLEO INTENSE

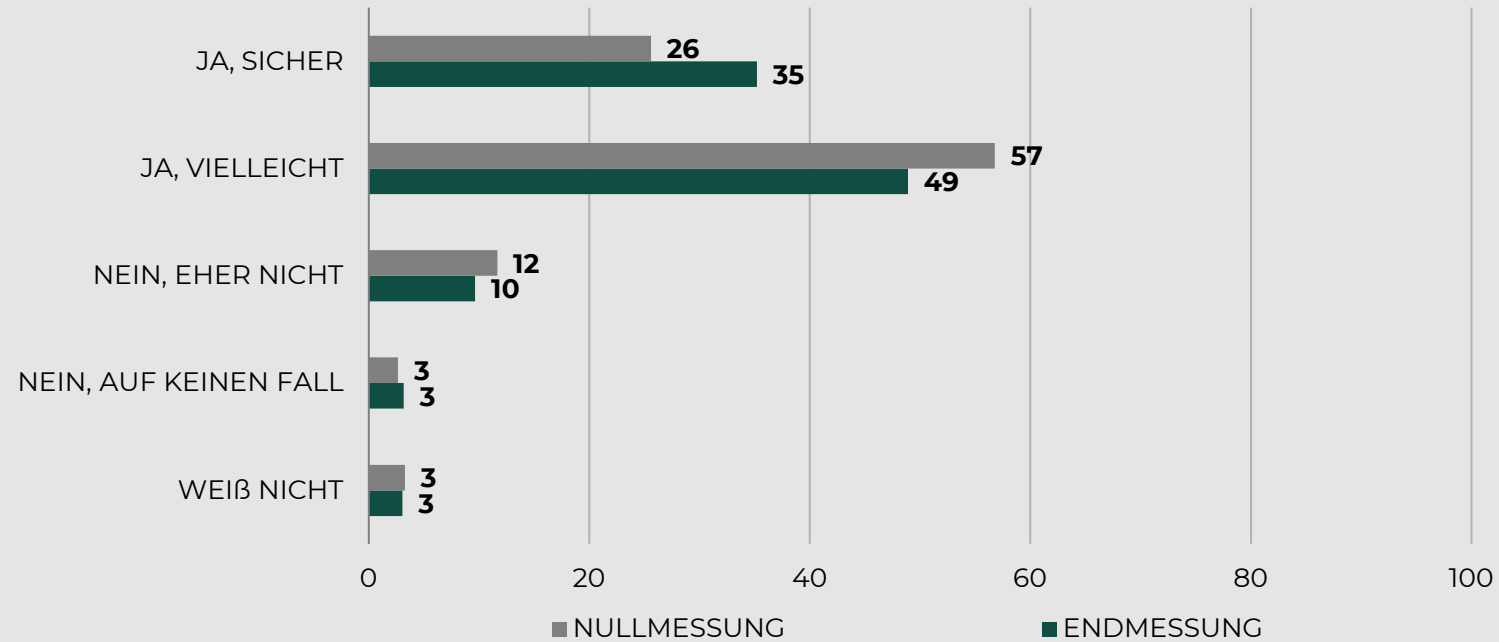
Angaben in %



SHIFT VON NULL- ZU ENDMESSUNG: MEHR SIND SICH SICHER, WENIGER GEBEN AN, DASS SYOSS VIELLEICHT IN FRAGE KÄME

KAUFBEREITSCHAFT SYOSS OLEO INTENSE

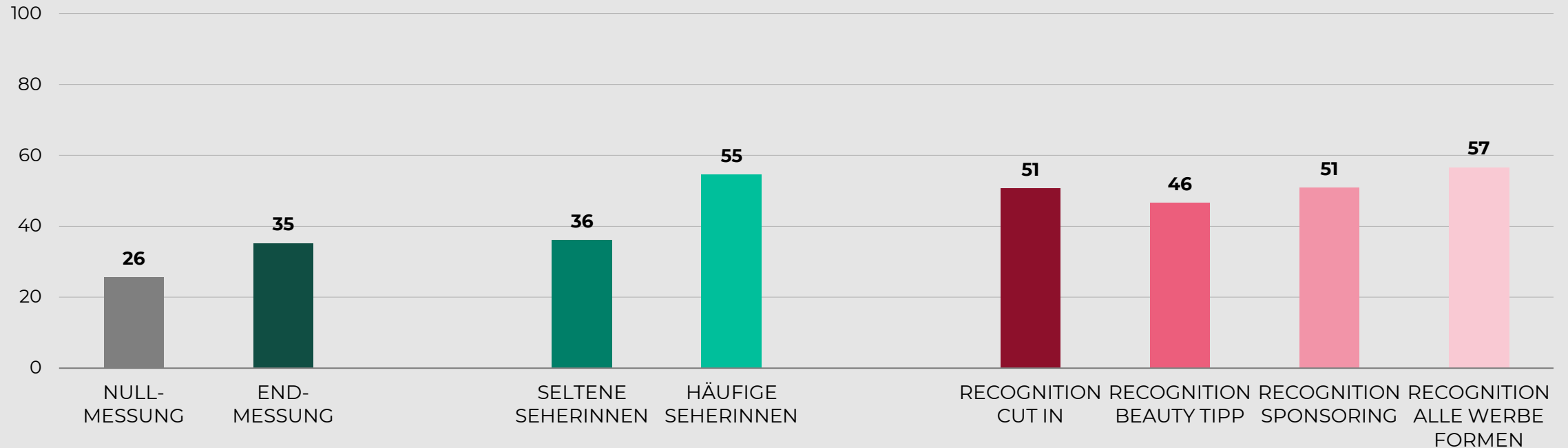
Angaben in %



SONDERWERBEFORMEN BEEINFLUSSEN KAUFBEREITSCHAFT POSITIV

KAUFBEREITSCHAFT SYOSS OLEO INTENSE

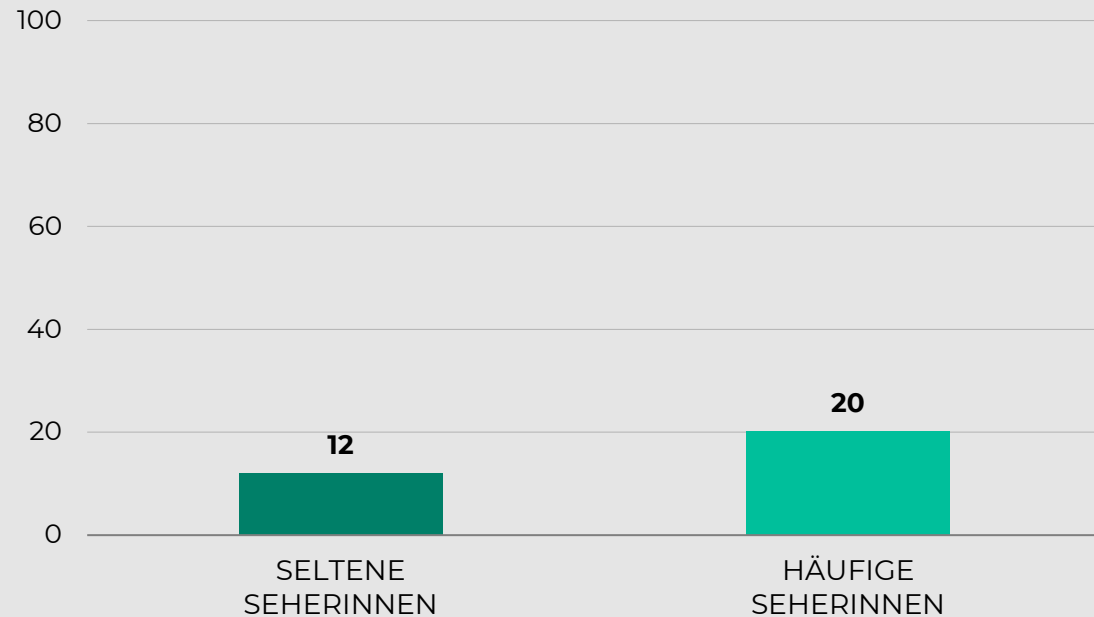
Angaben in % (Top1)



KNAPP 60 PROZENT DER HÄUFIGEN SEHERINNEN ERINNERN SICH GESTÜTZT AN SYOSS ALS SPONSOR

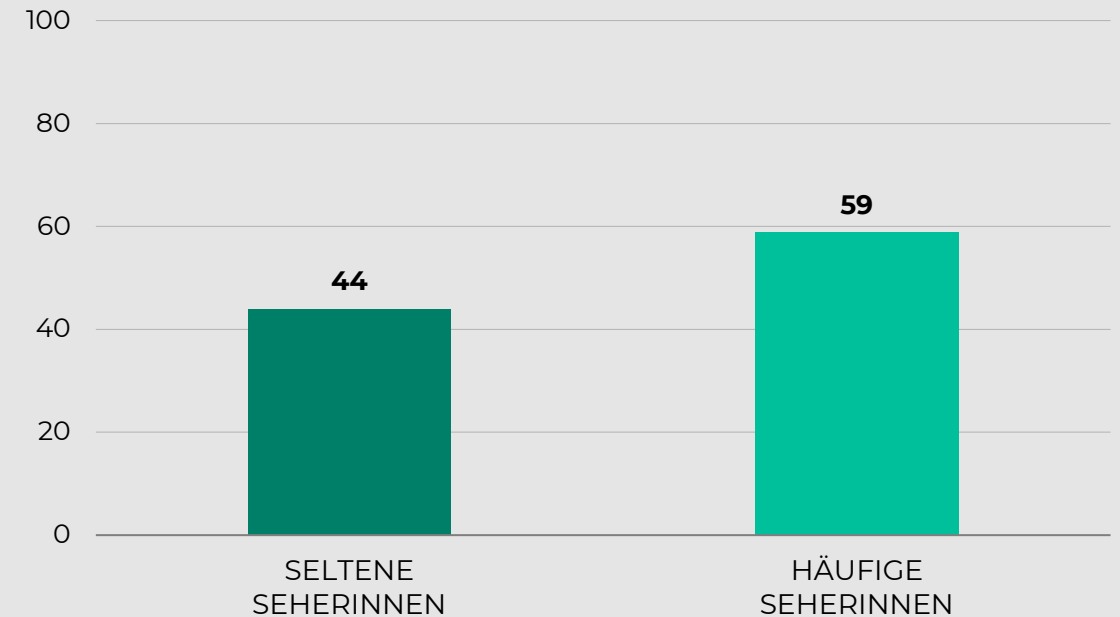
UNGESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG SYOSS

Angaben in %



GESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG SYOSS

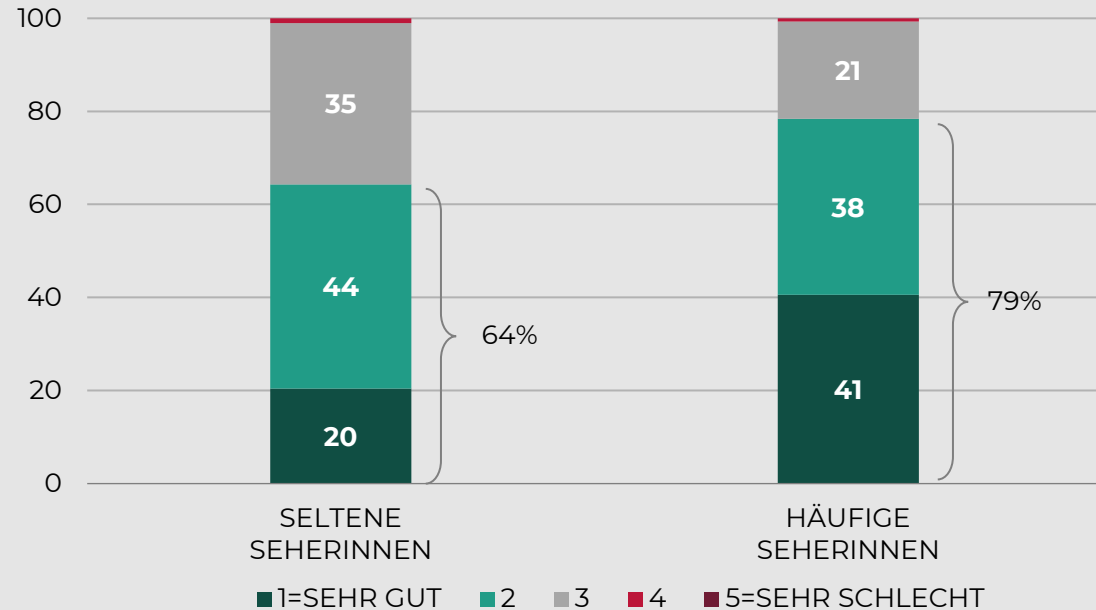
Angaben in %



SEHR HOHER SPONSORFIT

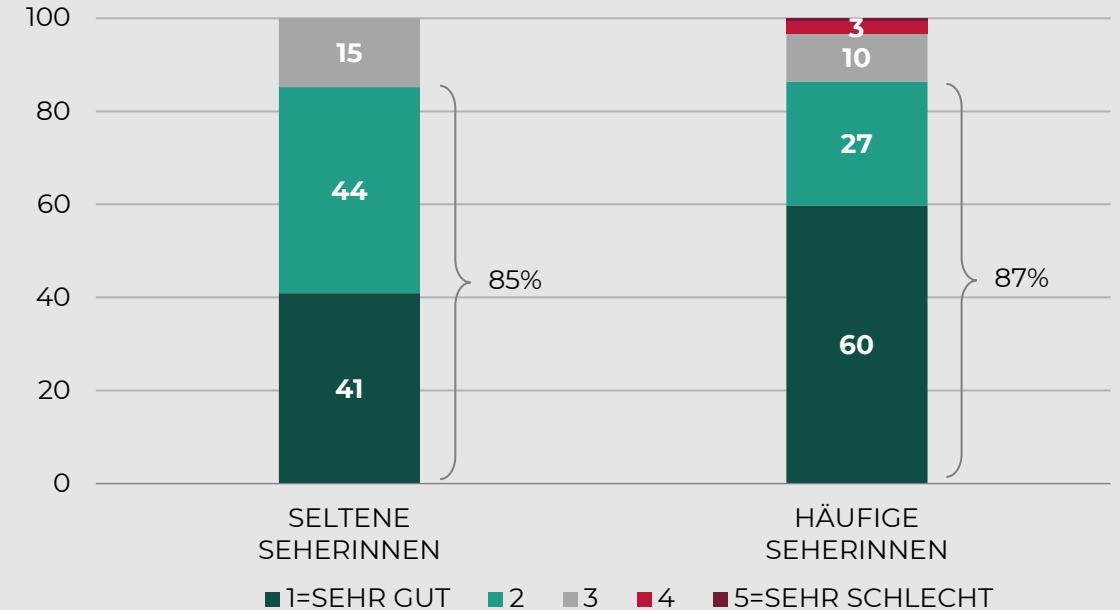
SPONSORBEWERTUNG

Angaben in %



SPONSORFIT

Angaben in %



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

- Markenbekanntheit, Werbeerinnerung und Kaufbereitschaft wurden gesteigert.
- Eine Kombination aus Sponsoring, Cut In und Beauty Tipp wirkt am besten.
- 20 Prozent der häufigen Seherinnen können sich ungestützt an Syoss als Sponsor erinnern. Gestützt sind es knapp 60 Prozent.
- Das Sponsoring von Syoss wird sehr gut bewertet.
- Der Sponsorfit von Marke und Format fällt extrem hoch aus.

Advertising & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

