

# 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

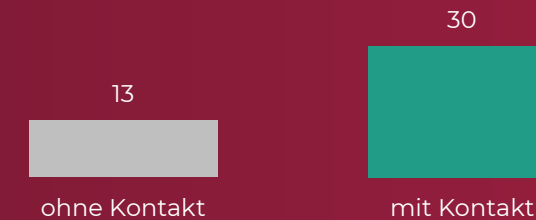
## Gesamt

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

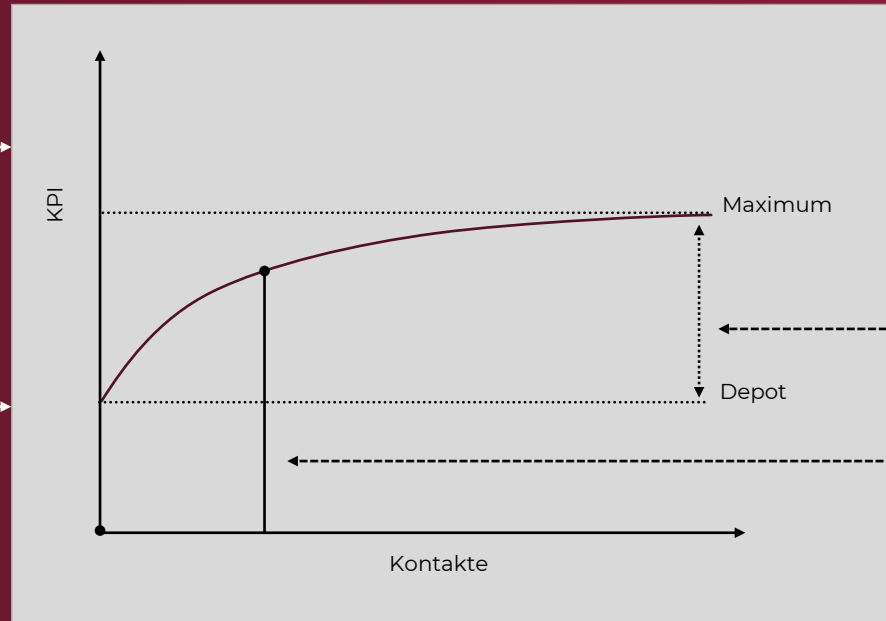
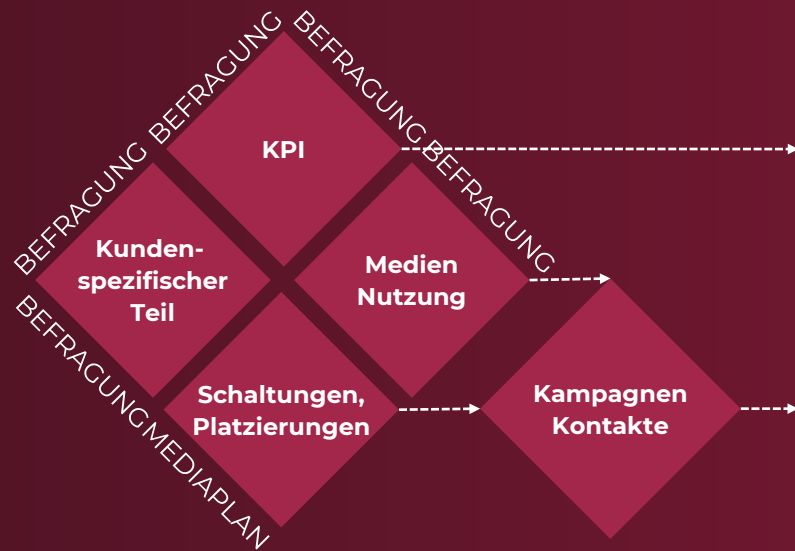
## Gesamtleistung der Kampagne



## 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

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

# AGENDA

1 Methode

---

**2 Markenbekanntheit und -image**

---

3 Werbeerinnerung

---

4 Bewertung und Aktivierung

---

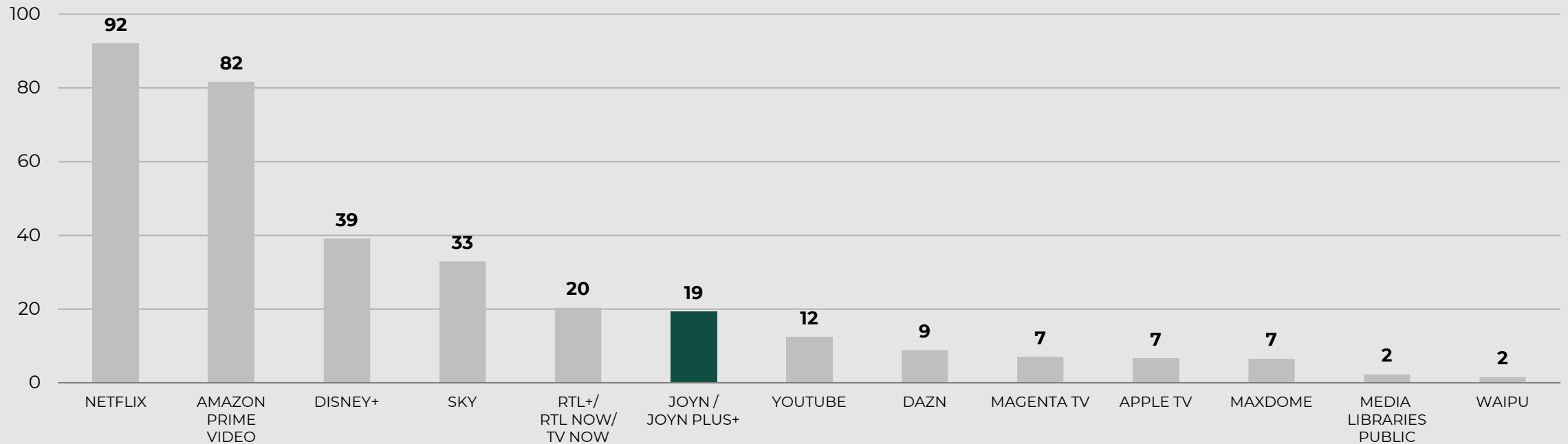
5 Fazit

---

# FAST 20 PROZENT DENKEN SPONTAN AN JOYN

## UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %

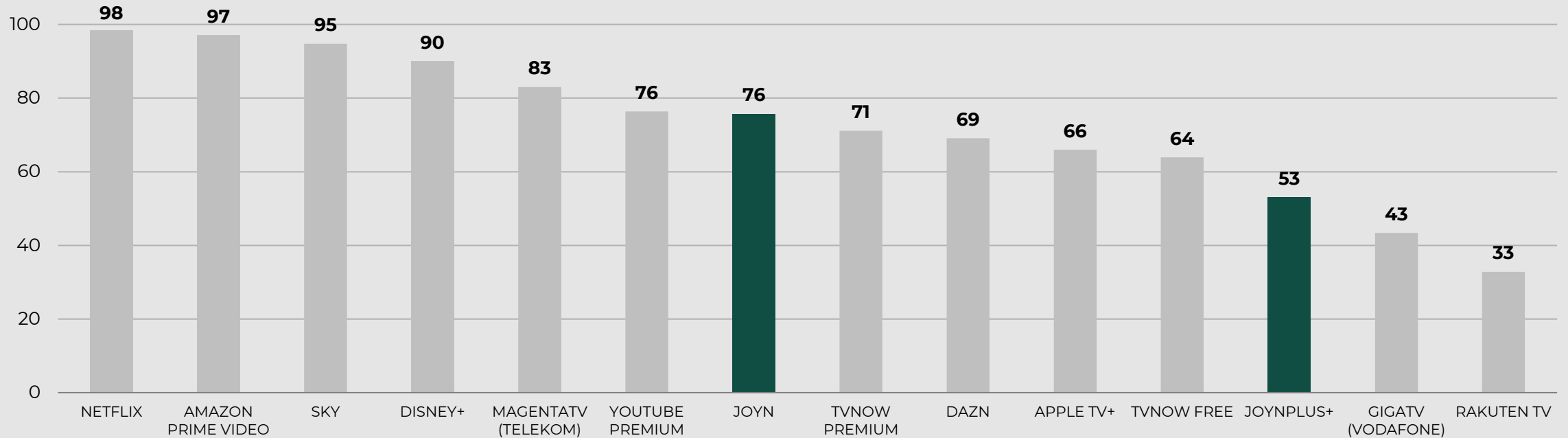




# DREI VIERTEL KENNEN JOYN, BEI JOYN PLUS+ SIND ES 53 PROZENT

## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

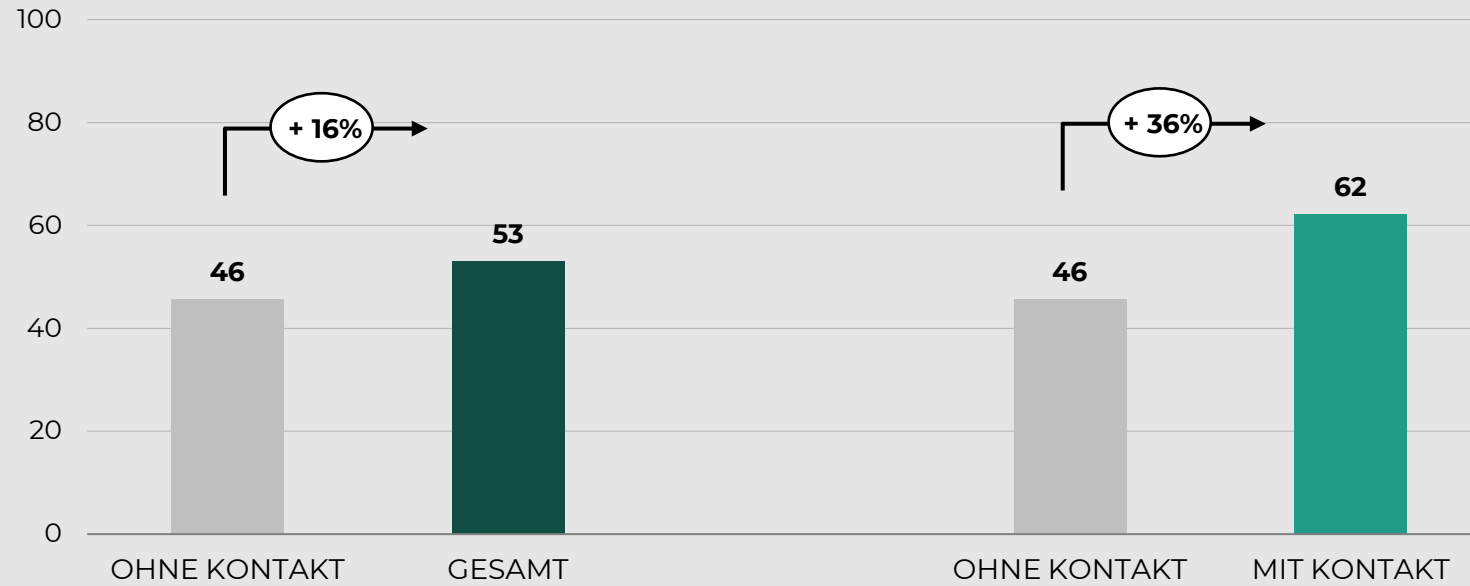
Angaben in %



# DIE TV-KAMPAGNE STEIGERT DIE GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT JOYN PLUS+

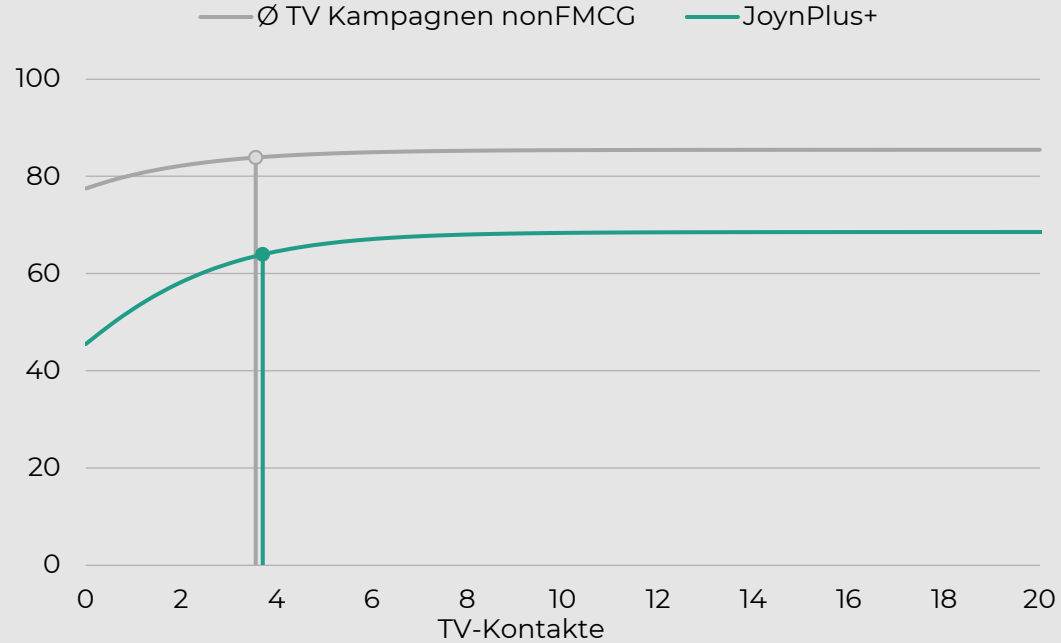
Angaben in %



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

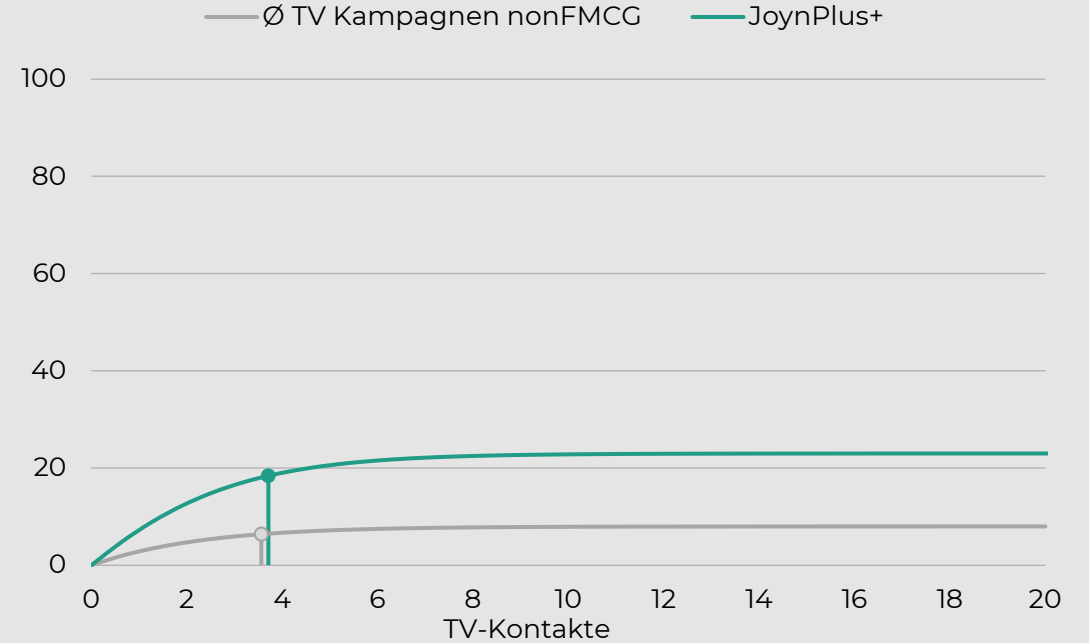
## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT: ZUWACHSKURVEN

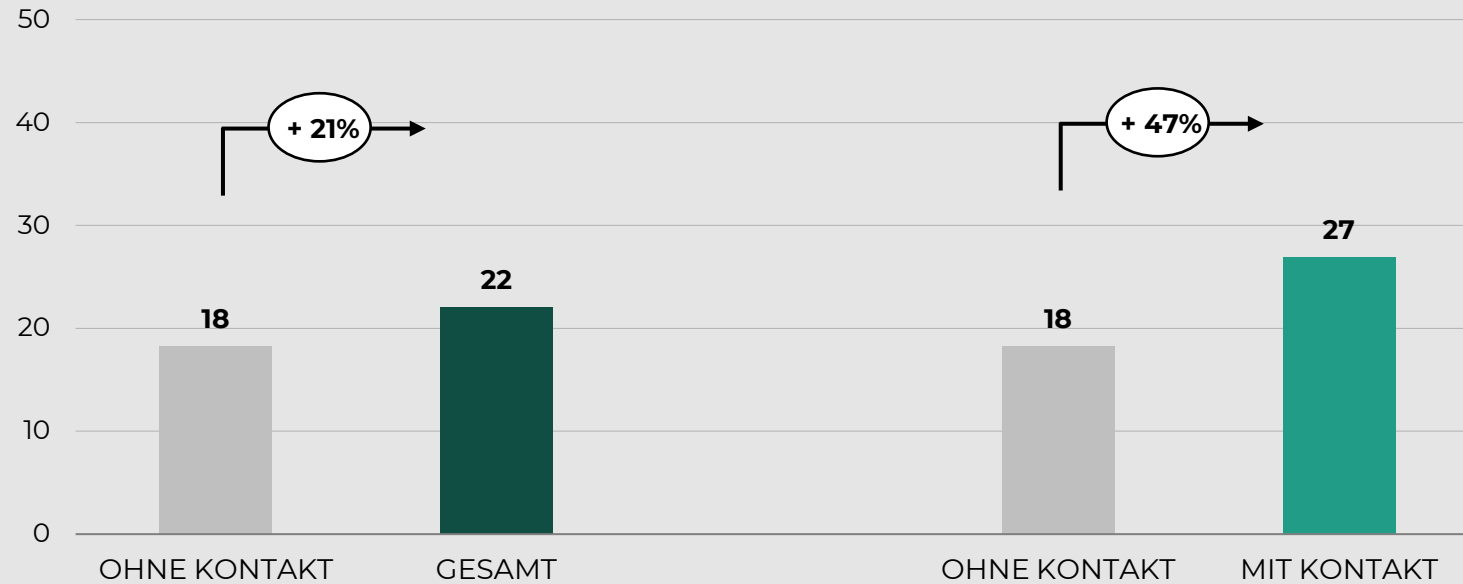
Angaben in %



# STEIGERUNG DER BEKANNTHEIT VON „BLACKOUT“ DURCH TV

## GESTÜTZTE PRODUKTBEKANNTHEIT - BLACKOUT

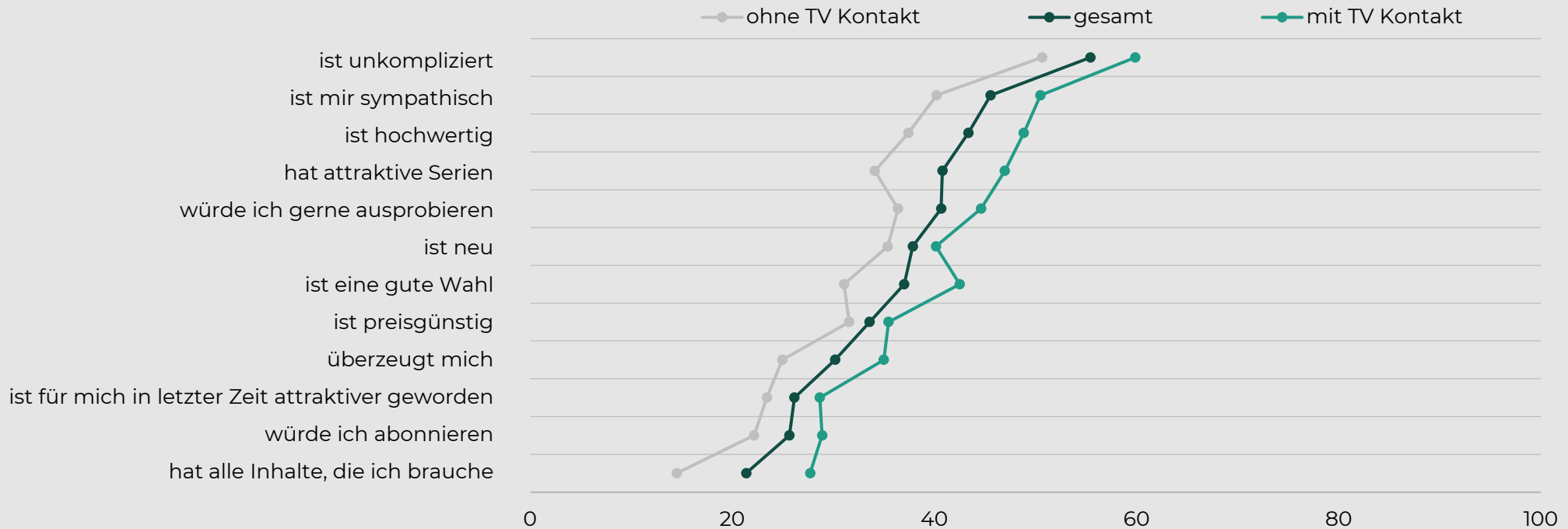
Angaben in %



# TV BEEINFLUSST MARKENIMAGE POSITIV

## MARKENIMAGE

Angaben in % (Top2)



# AGENDA

1 Methode

---

2 Markenbekanntheit und -image

---

**3 Werbeerinnerung**

---

4 Bewertung und Aktivierung

---

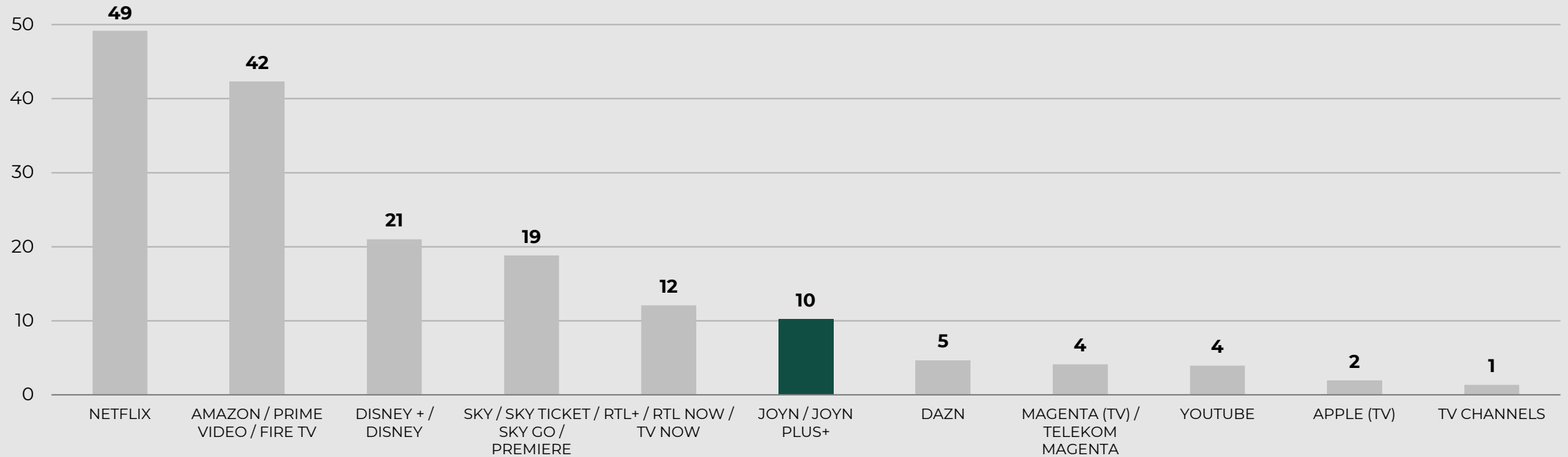
5 Fazit

---

# JEDER ZEHNTE NENNT SPONTAN JOYN

## UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

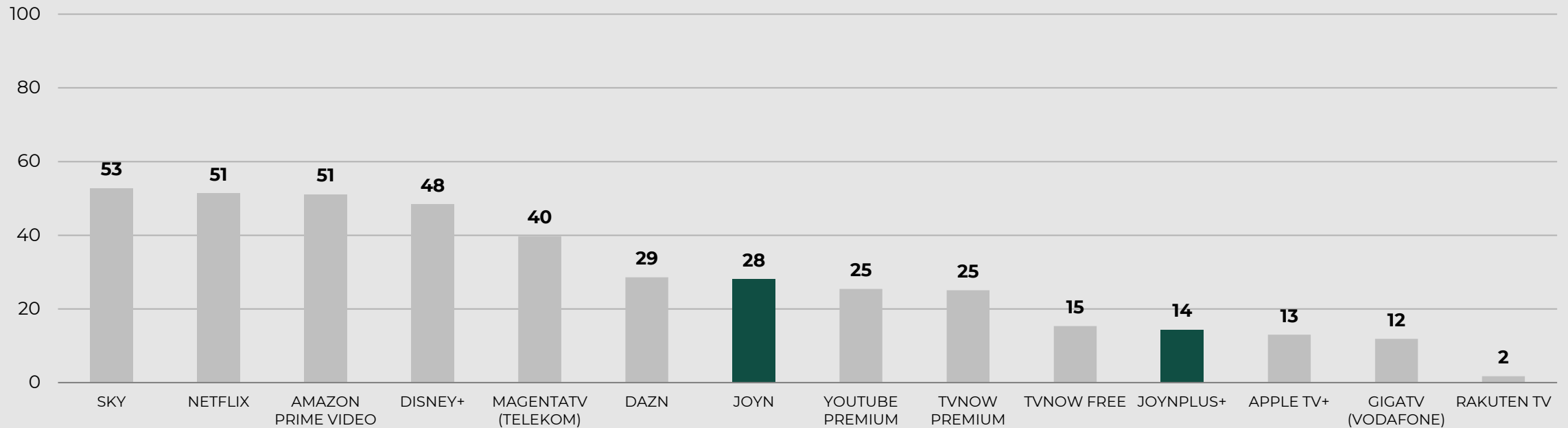
Angaben in %



# FAST 30 PROZENT ERINNERN SICH GESTÜTZT AN WERBUNG FÜR JOYN

## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %

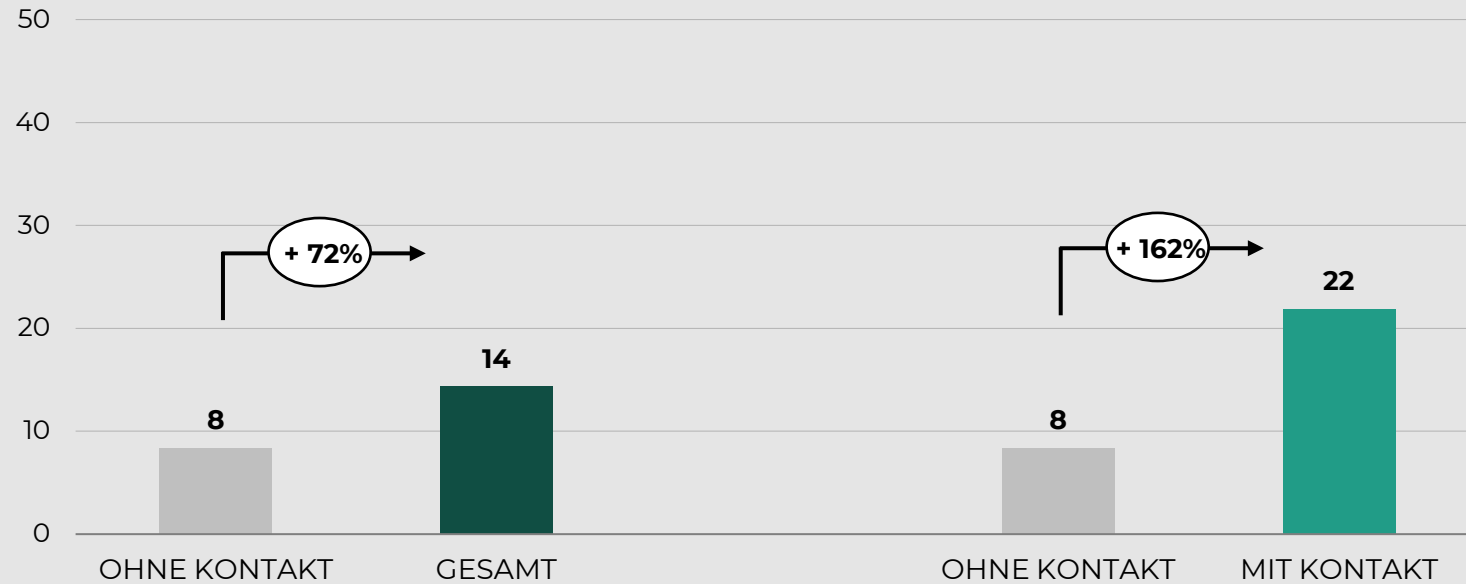




# DEUTLICHE STEIGERUNG DER GESTÜTZTEN WERBEERINNERUNG

## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG JOYN PLUS+

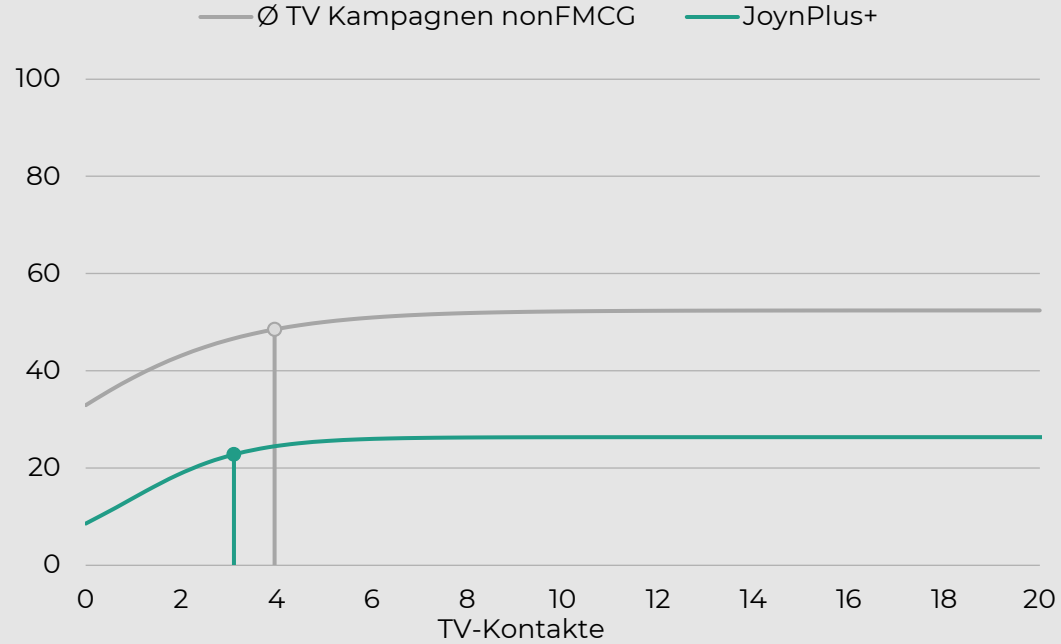
Angaben in %



# JOYN PLUS+-KAMPAGNE SCHNELLER ALS DURCHSCHNITT GELERNT

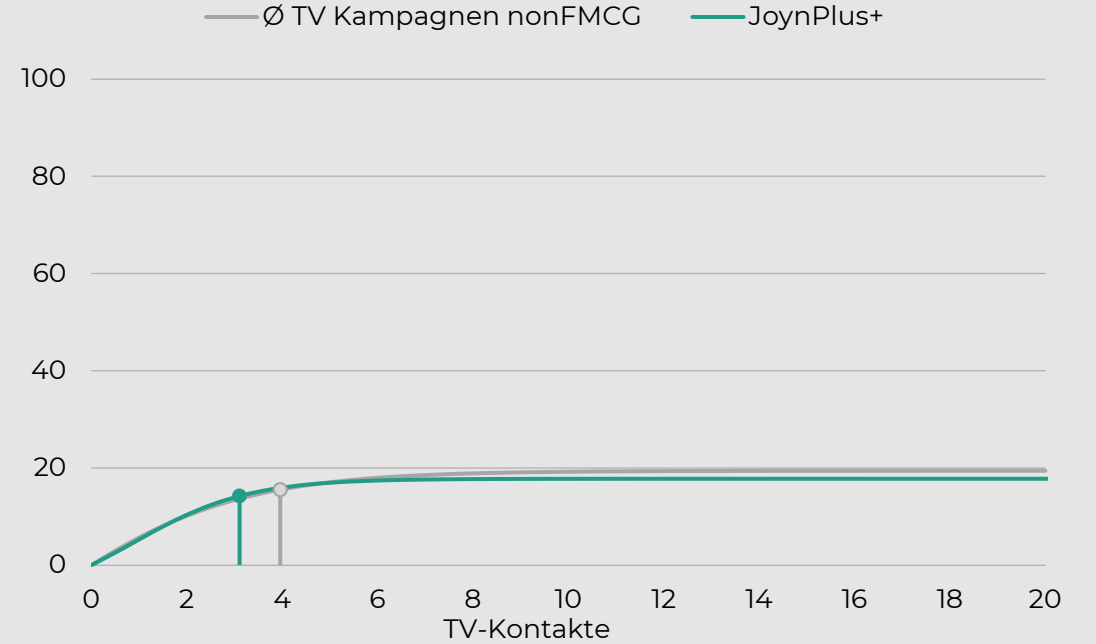
## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG: ZUWACHSKURVEN

Angaben in %



# AGENDA

1 Methode

---

2 Markenbekanntheit und -image

---

3 Werbeerinnerung

---

**4 Bewertung und Aktivierung**

---

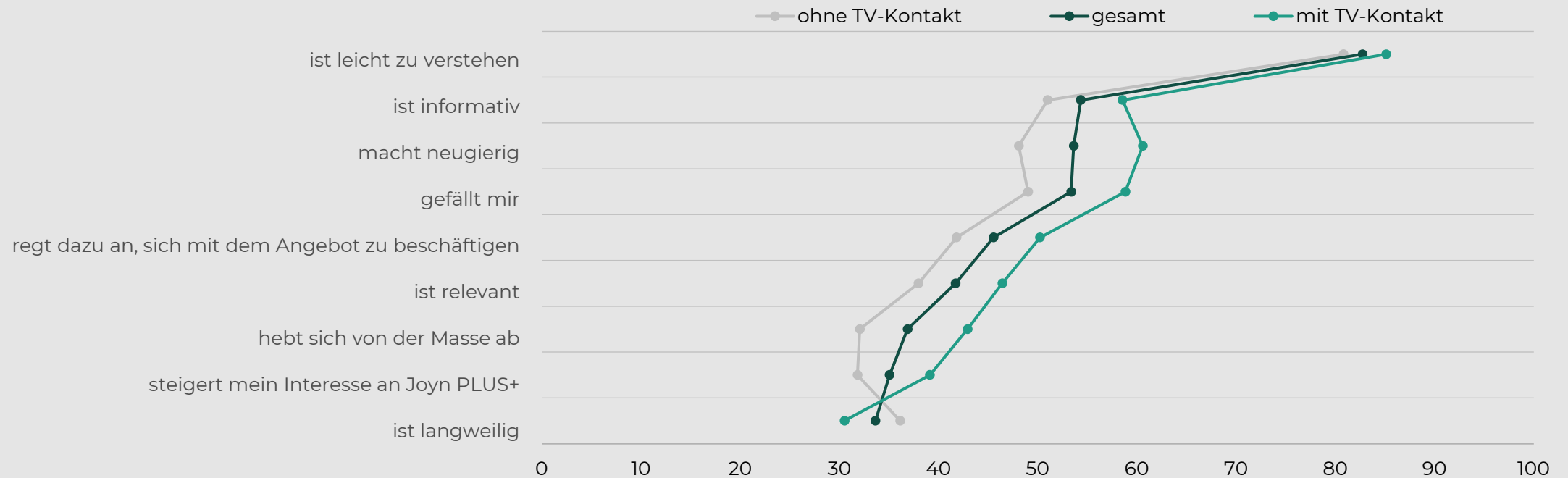
5 Fazit

---

# BEFRAGTE MIT VORHERIGEM KONTAKT BEWERTEN „BLACKOUT“-WERBEMITTEL BESSER

## BEWERTUNG DES TV-SPOTS

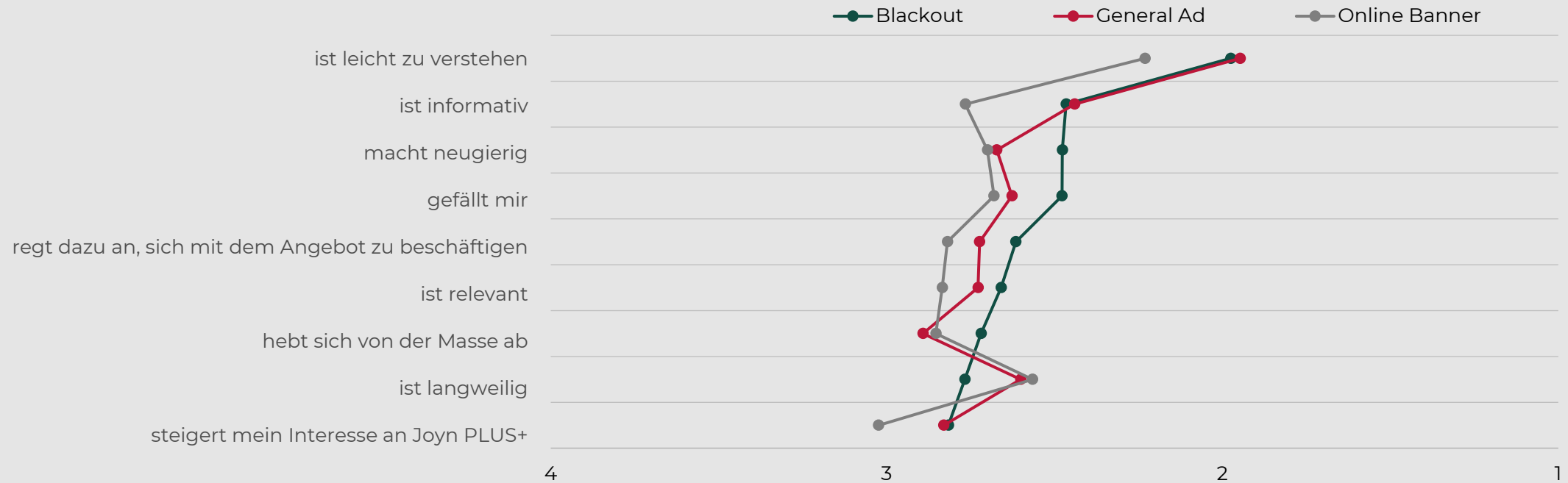
Angaben in % (Top2)



# BESTE BEWERTUNG FÜR DEN BLACKOUT-SPOT

## BEWERTUNG DES TV-SPOTS

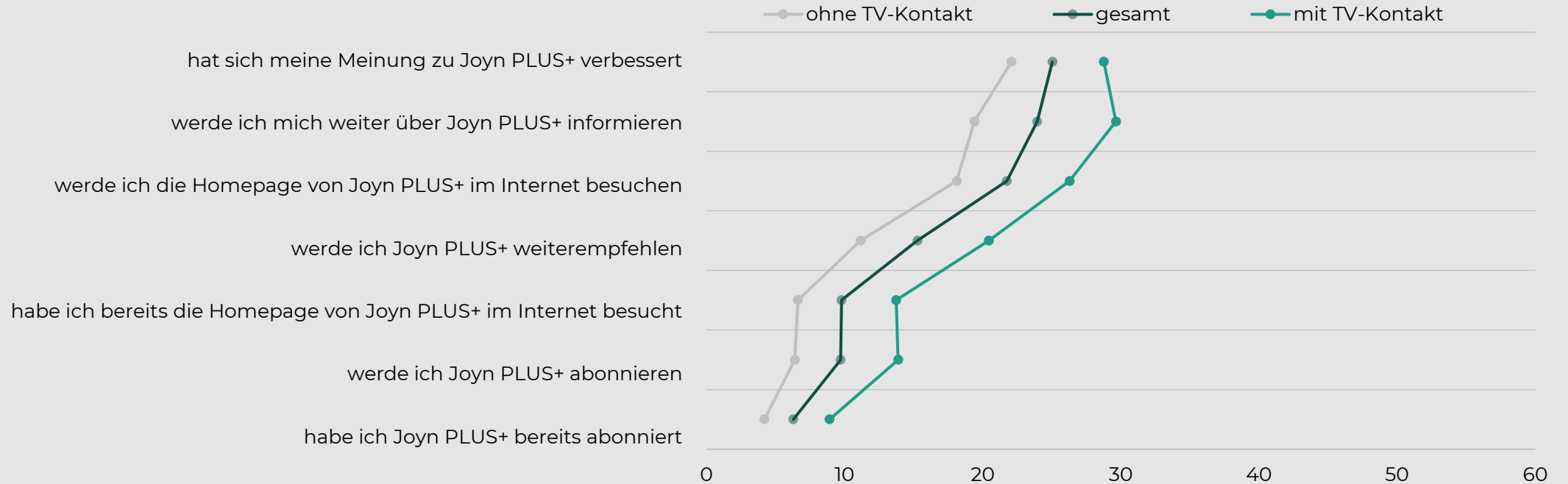
Angaben in %



# 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

