



AD ALLIANCE  
for your media success

# FLOSSBACH VON STORCH

## DIGITAL-KAMPAGNE IM AD ALLIANCE-UNIVERSUM 2018



METHODIK UND  
DEMOGRAFISCHES PROFIL

# METHODIK

- **Methodik:**  
Befragung über das Online-Access-Panel  
„Entscheiderclub“
- **Stichprobe:**
  1. Welle: n=1.032 Befragte
  2. Welle: n=340 Befragte mit Werbekontakt
- Einladung über E-Mail-Benachrichtigung
- **Befragungszeitraum:**
  1. Welle: 05.-07.10.2018
  2. Welle: 01.-04.01.2019



## METHODIK: KONTAKTMESSUNG

- 1 Der IP-AdServer ist u.a. mit dem Marktforschungspanel „Entscheiderclub“ und „I love MyMedia“ verknüpft. Dies ermöglicht es, Panelisten mit Kontakt zur Werbung zu selektieren und gezielt zu befragen.
- 2 Zusätzlich wurden die Werbemittel-Auslieferungen bei EMS und Spiegel Media mit einem Trackingcode versehen und konnten damit ebenso den Panelisten in diesen Panels zugeordnet werden.
- 3 Am Ende der Kampagne wurden alle Panelisten mit Werbekontakt selektiert und zur Befragung eingeladen.

# Methodik und demografisches Profil

## WERBEMITTEL

### In-Stream:

 <p>Ihr Geld liegt noch immer auf dem Sparbuch?</p>  Flossbach von Storch	 <p>Es gibt Alternativen für Ihr Ersparnis.</p>  Flossbach von Storch	 <p>Nutzen Sie jetzt Ertragschancen.</p>  Flossbach von Storch	 <p>Flossbach von Storch</p> <p><a href="http://www.flossbachvonstorch.de">www.flossbachvonstorch.de</a></p>
---	---	--	---

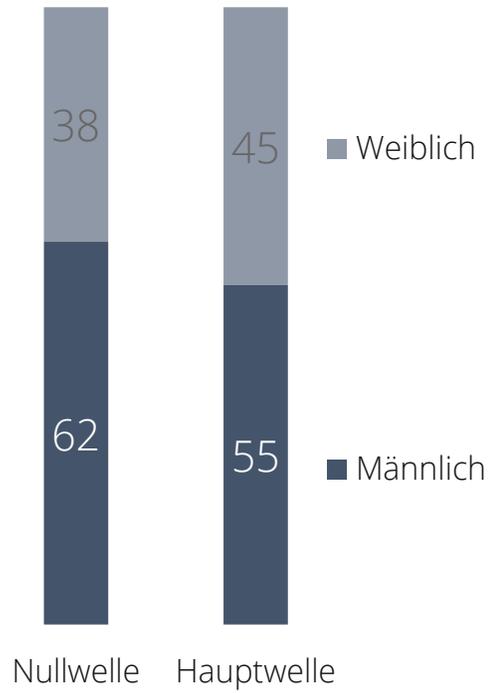
### In-Page:

<p>Investieren Sie robust.</p> <p>Mehr erfahren ▶</p>  Flossbach von Storch	<p>Nutzen Sie Ertragschancen mit Fondsanlagen.</p> <p>Mehr erfahren</p>  Flossbach von Storch	<p>Investieren Sie robust.</p> <p>Mehr erfahren ▶</p>  Flossbach von Storch	<p>Es gibt eine Alternative für Ihr Ersparnis.</p>   Flossbach von Storch	<p>Wir setzen auf langfristige Anlagestrategien.</p>   Flossbach von Storch
--	--	--	--	--

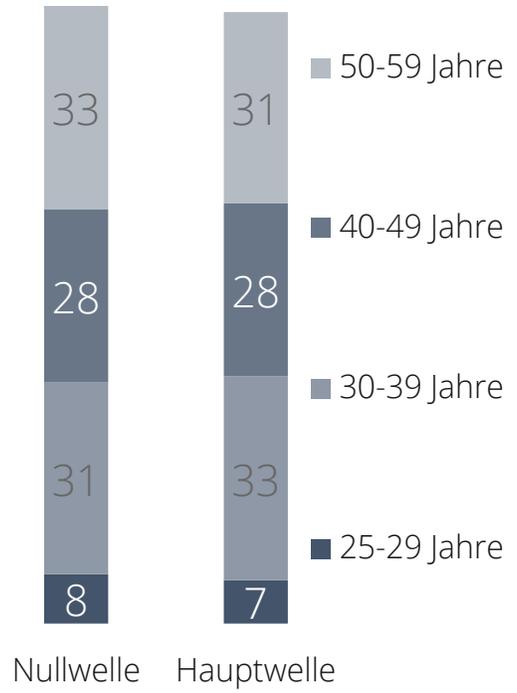
# Methodik und demografisches Profil

## DEMOGRAFISCHES PROFIL I

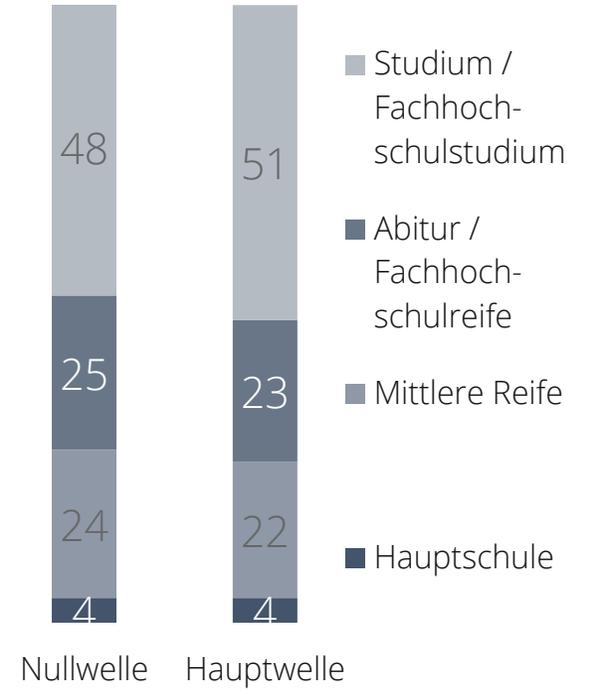
Geschlecht



Alter



Bildung

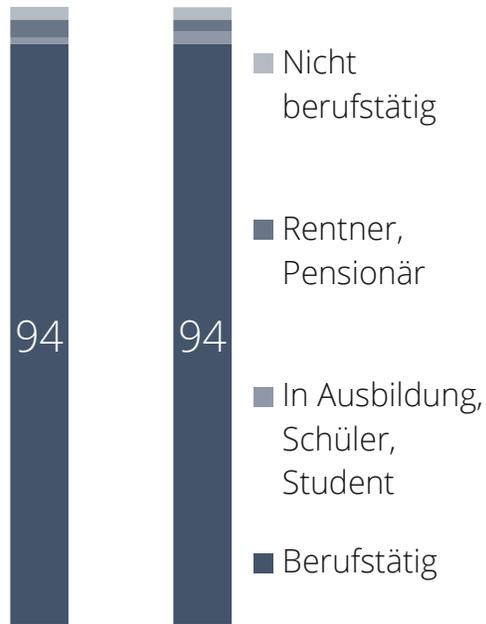


# Methodik und demografisches Profil

## DEMOGRAFISCHES PROFIL II

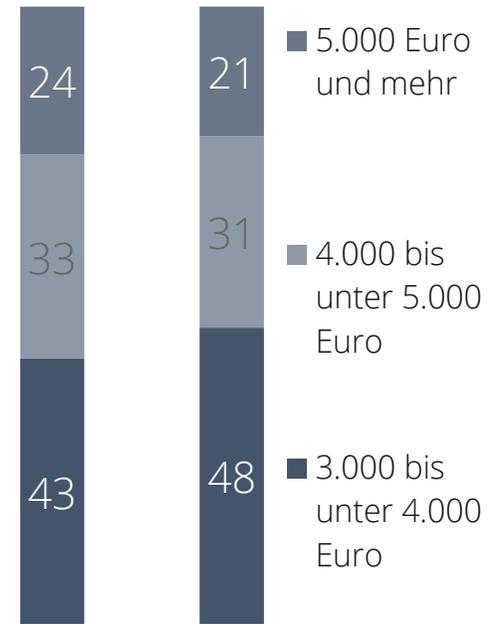


### Beruf



Nullwelle Hauptwelle

### Haushaltsnettoeinkommen



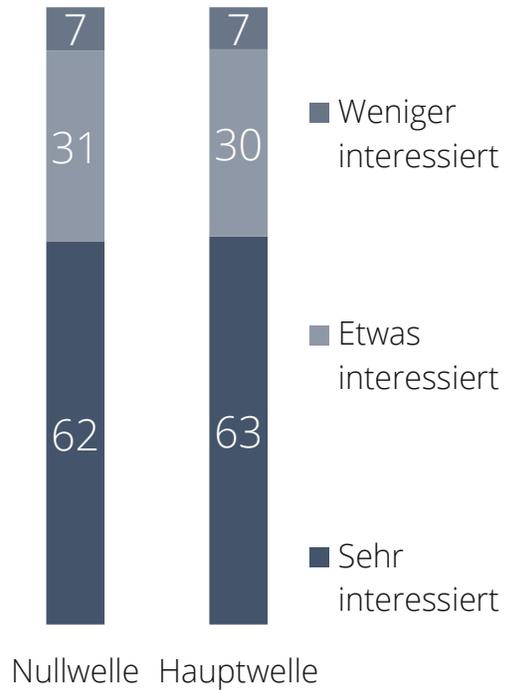
Nullwelle Hauptwelle

# Methodik und demografisches Profil

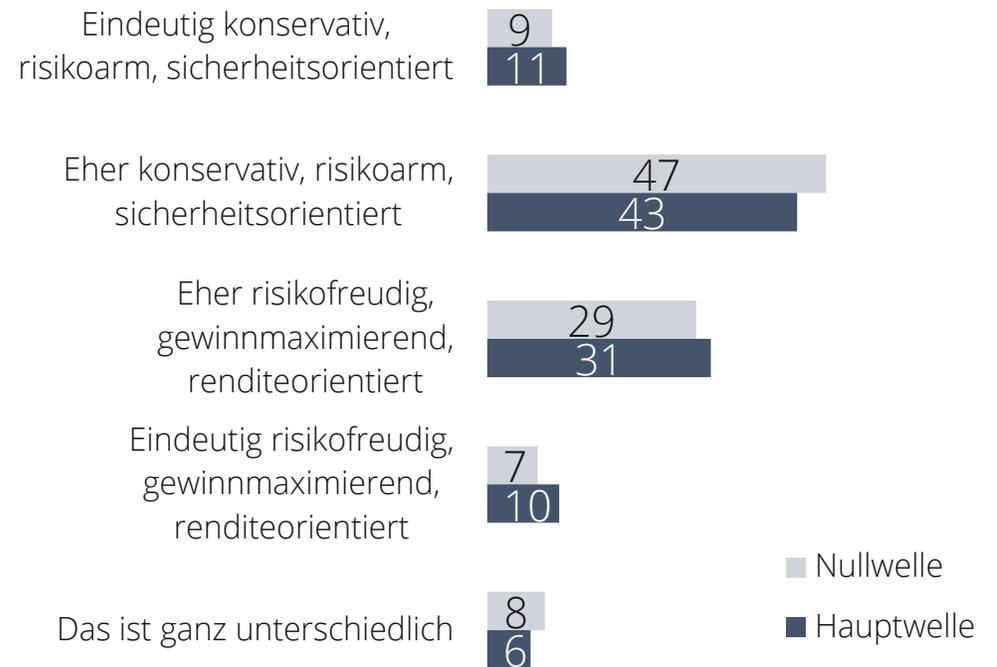
## DEMOGRAFISCHES PROFIL III



### Interesse an Geldanlagen



### Geldanlagen-Strategie





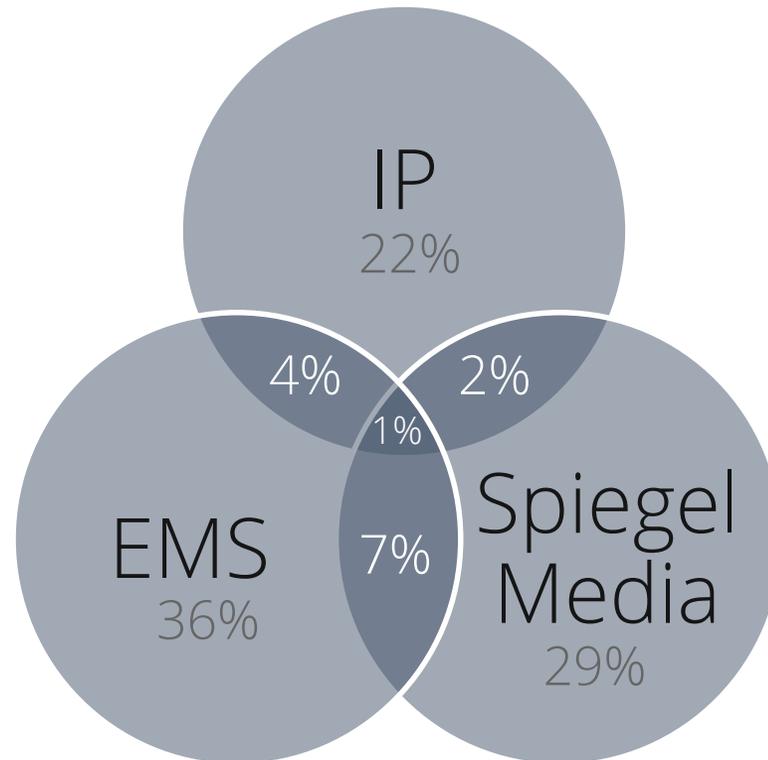
WERBEWIRKUNG

Werbeerinnerung

# AD ALLIANCE – DIE PERFEKTE VERMARKTER-KOMBINATION MIT WENIG ÜBERSCHNEIDUNGEN



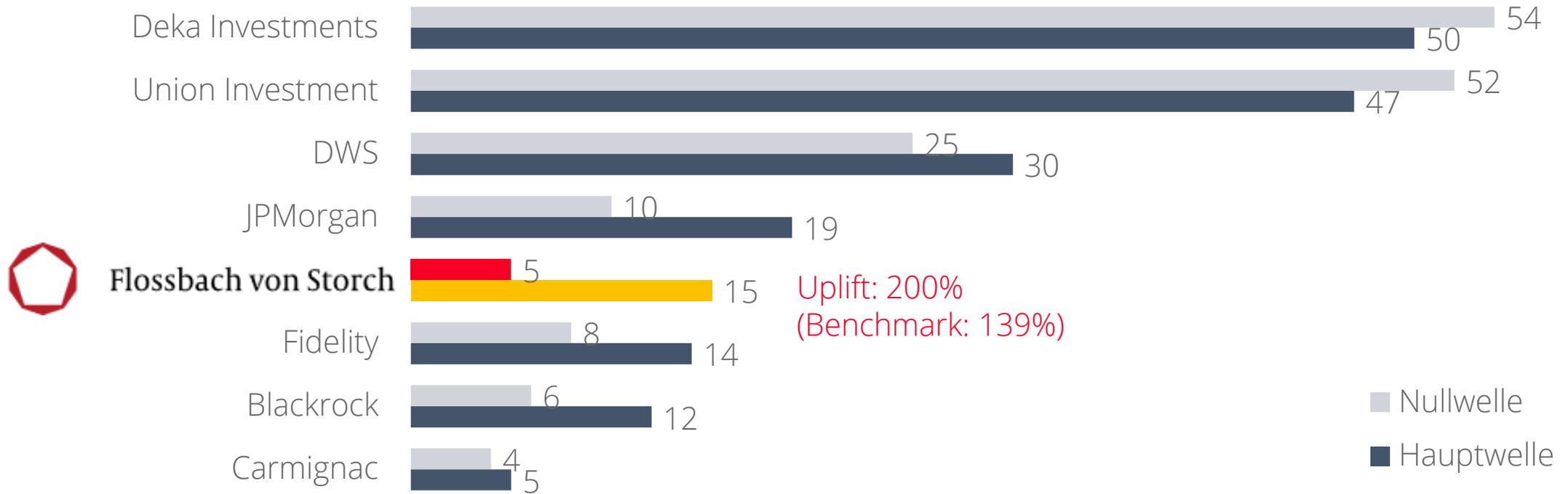
Verteilung der Werbekontakte



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018  
Gemessene Werbekontakte bei den einzelnen Vermarktern

# FLOSSBACH VON STORCH VERDREIFACHT WERBEERINNERUNG – EINE ÜBERRAGENDE STEIGERUNG

Gestützte Werbeerinnerung, Angaben in %



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

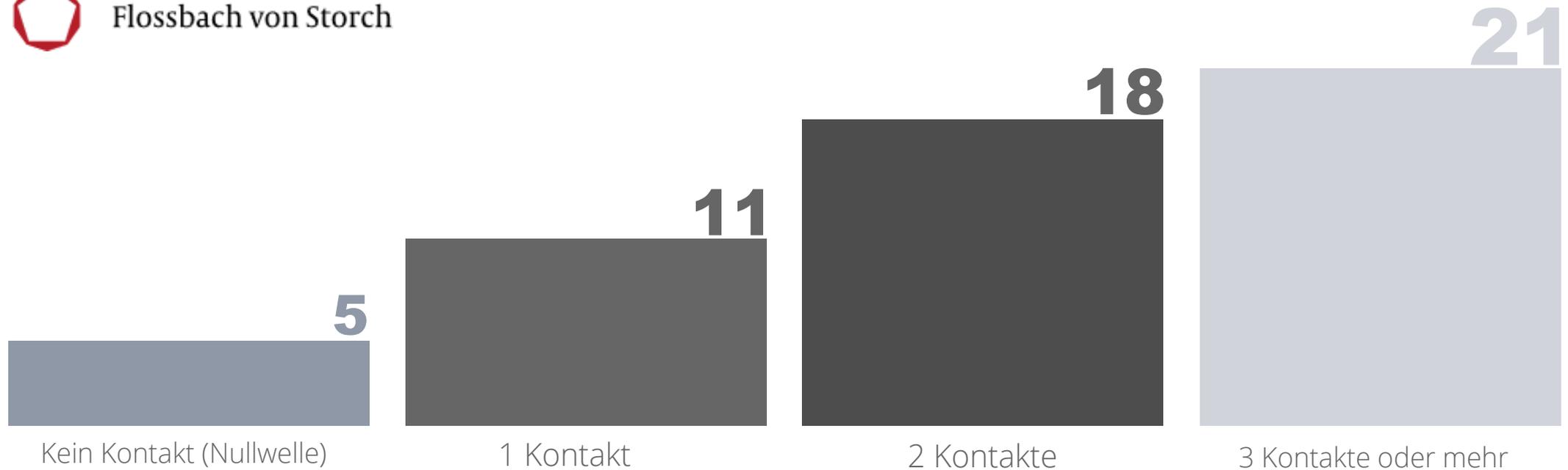
Frage: Und von welchen der folgenden Unternehmen, die Fondsmanagement anbieten, haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen?

# MEHR KONTAKTE = MEHR WIRKUNG

Gestützte Werbeerinnerung nach Kontaktklassen, Angaben in %



Flossbach von Storch



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Und von welchen der folgenden Unternehmen, die Fondsmanagement anbieten, haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen?

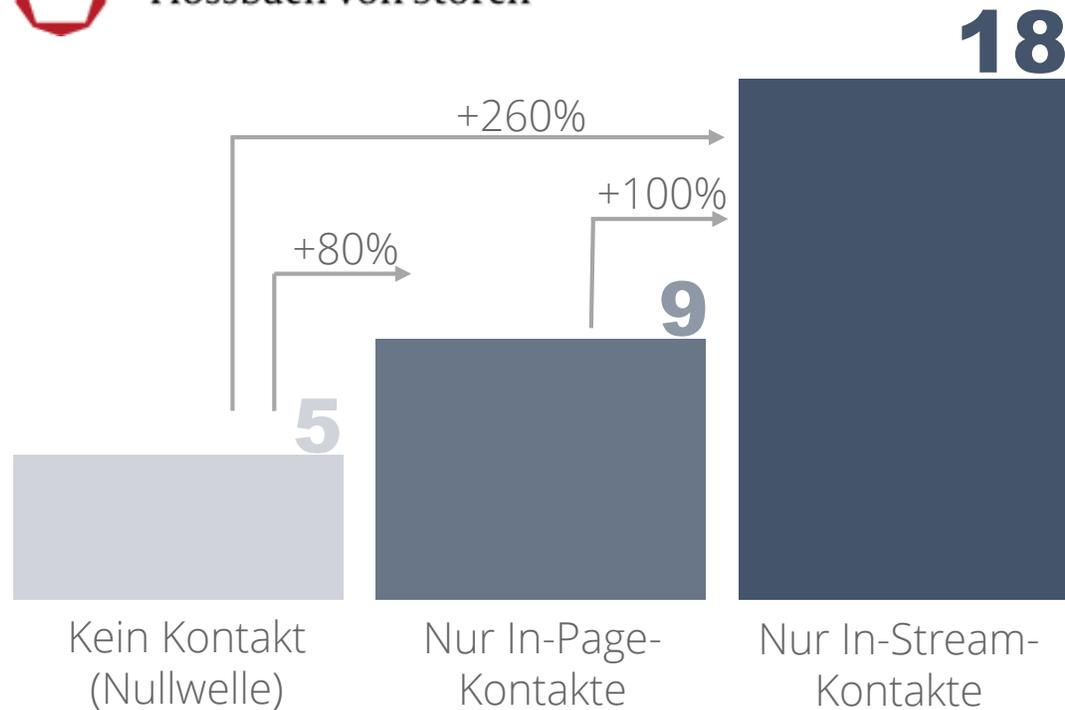
Werbeerinnerung

# IN-PAGE ERZIELT EINE SOLIDE WIRKUNG, MIT BEWEGTBILD KANN SIE SOGAR VERDOPPELT WERDEN

Gestützte Werbeerinnerung nach Werbemittel, Angaben in %



Flossbach von Storch

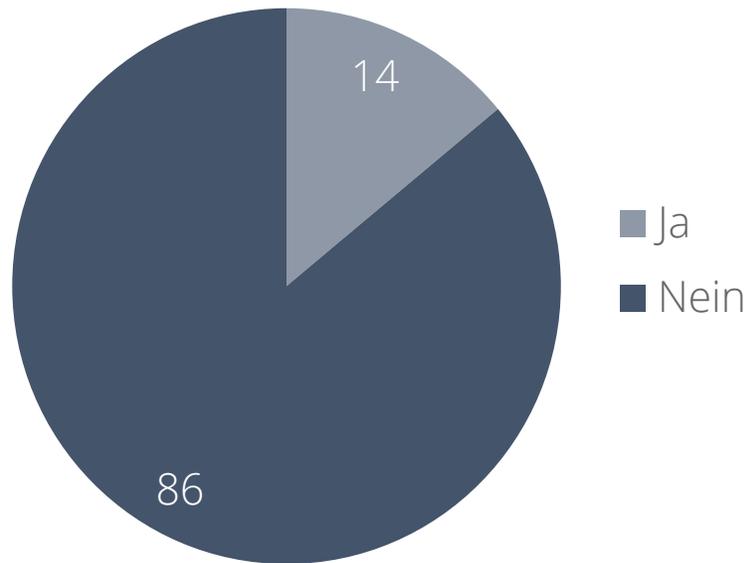


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

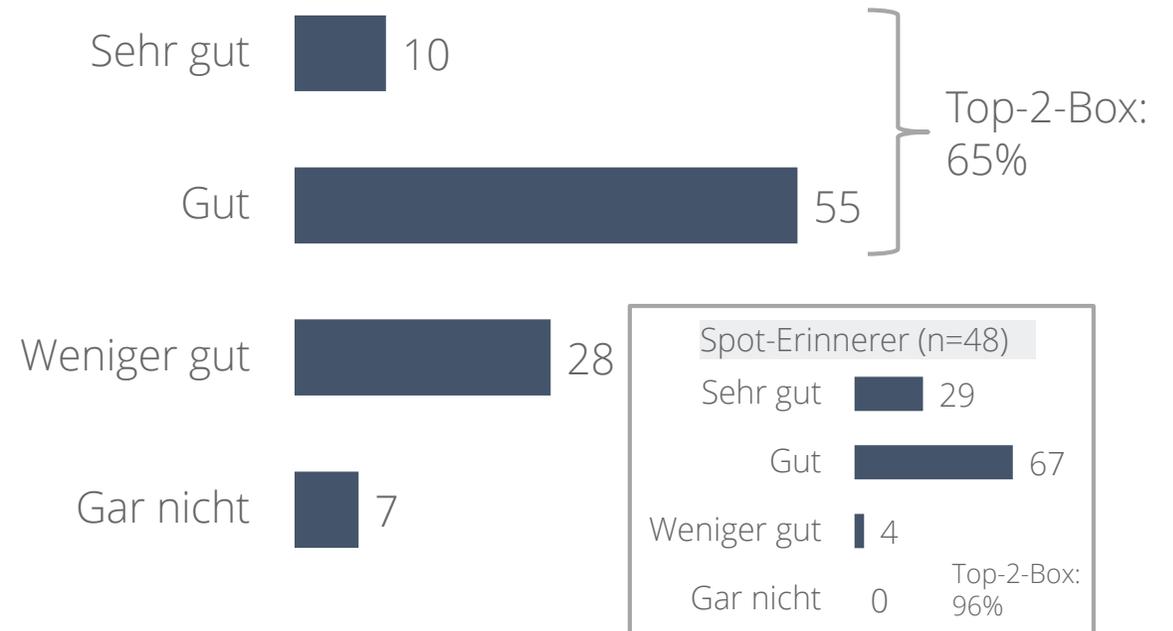
Frage: Und von welchen der folgenden Unternehmen, die Fondsmanagement anbieten, haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen?

# DER WERBESPOT KOMMT BESTENS AN – VOR ALLEM BEI DEN SPOT-ERINNERERERN

Recognition In-Stream



Gefallen In-Stream



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot von der Marke „Flossbach von Storch“. Haben Sie diesen Spot schon einmal gesehen? Unabhängig davon, ob Sie den Werbespot bereits kannten oder nicht, wie gut hat Ihnen dieser gefallen?

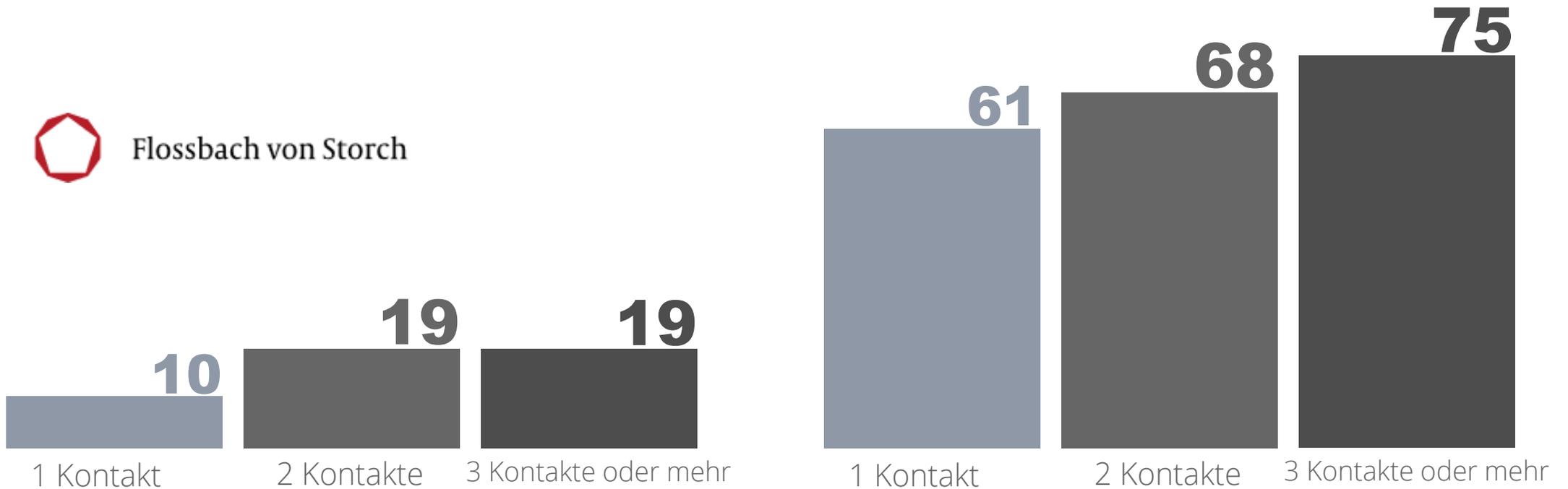
# MIT STEIGENDEN KONTAKTEN GEFÄLLT DER SPOT IMMER MEHR

Recognition In-Stream

Gefallen In-Stream



Flossbach von Storch



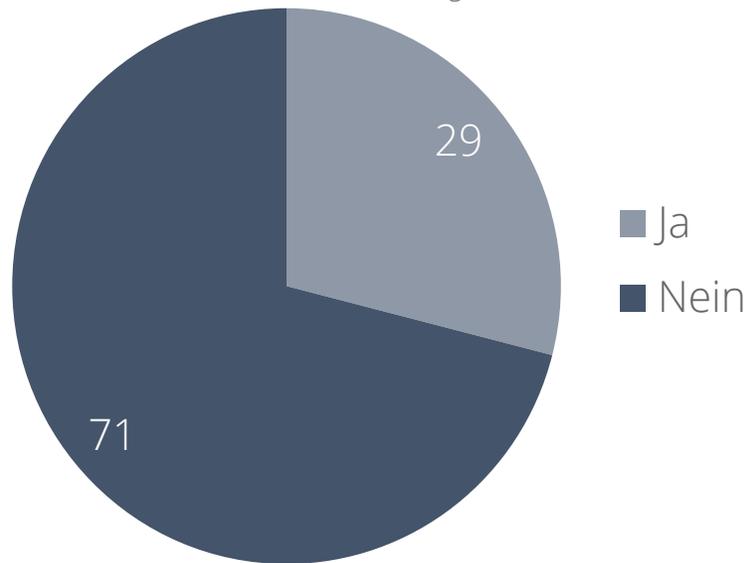
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot von der Marke „Flossbach von Storch“. Haben Sie diesen Spot schon einmal gesehen? Unabhängig davon, ob Sie den Werbespot bereits kannten oder nicht, wie gut hat Ihnen dieser gefallen?

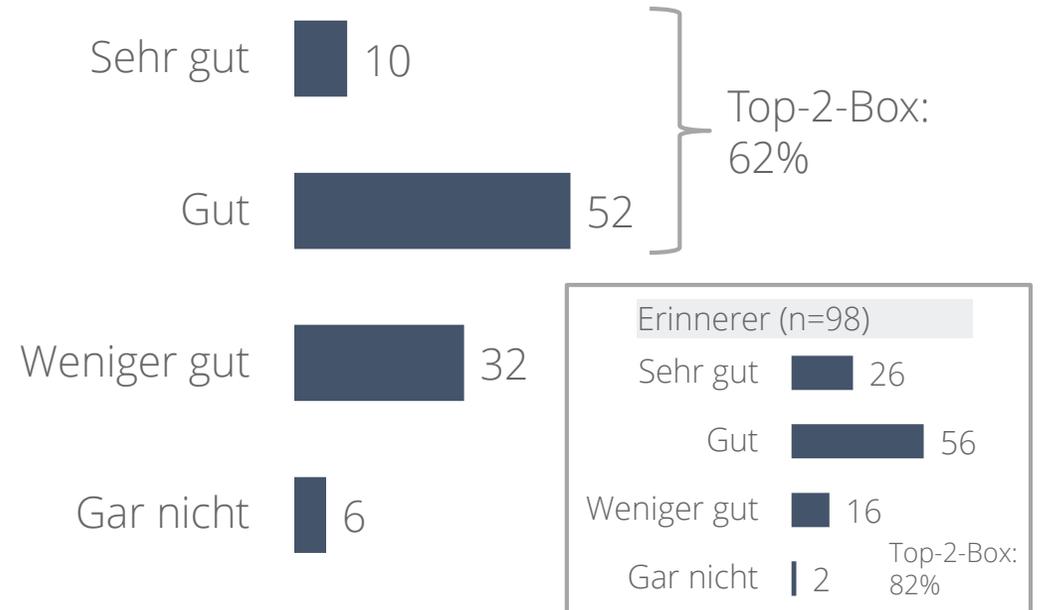
# DIE IN-PAGE-WERBEMITTEL KOMMEN SEHR GUT AN

## Nettozählung In-Page\*

\*Mindestens eins der fünf In-Page-Werbemittel erinnert



## Gefallen In-Page



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

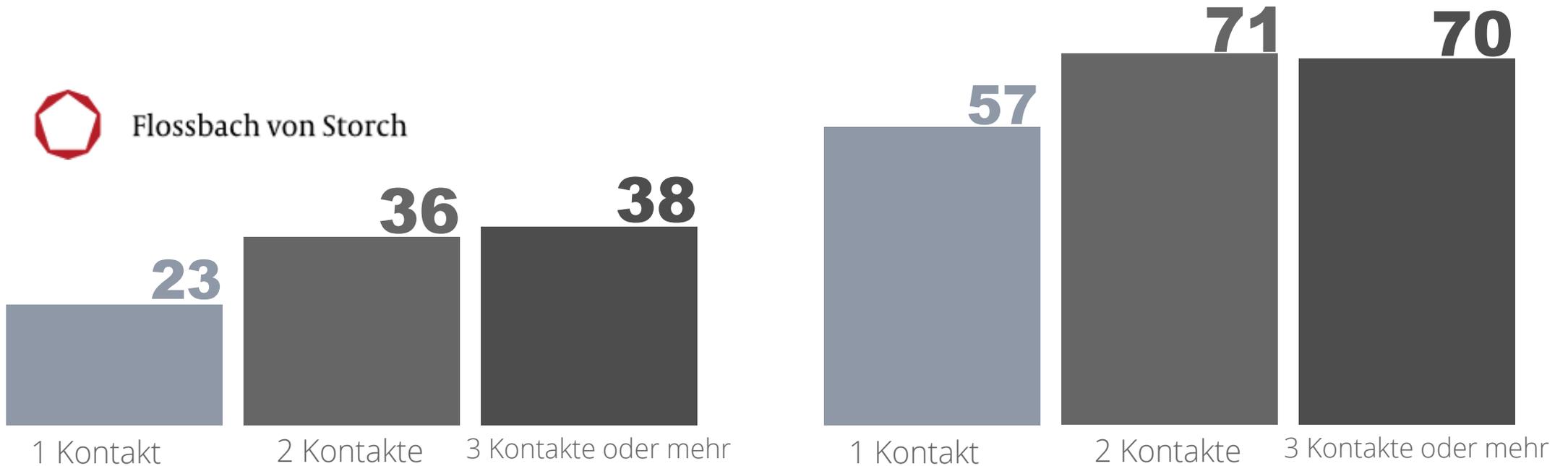
Frage: Wir zeigen Ihnen nun weitere Werbung von „Flossbach von Storch“. Haben Sie diese Werbung schon einmal gesehen? Unabhängig davon, ob Sie die Werbung bereits kannten oder nicht, wie gut hat Ihnen diese gefallen?

# DIE WIEDERERKENNUNG STEIGT MIT ZUNEHMENDEN KONTAKTEN

## Recognition In-Page\*

\*Mindestens eins der fünf In-Page-Werbemittel erinnert

## Gefallen In-Page

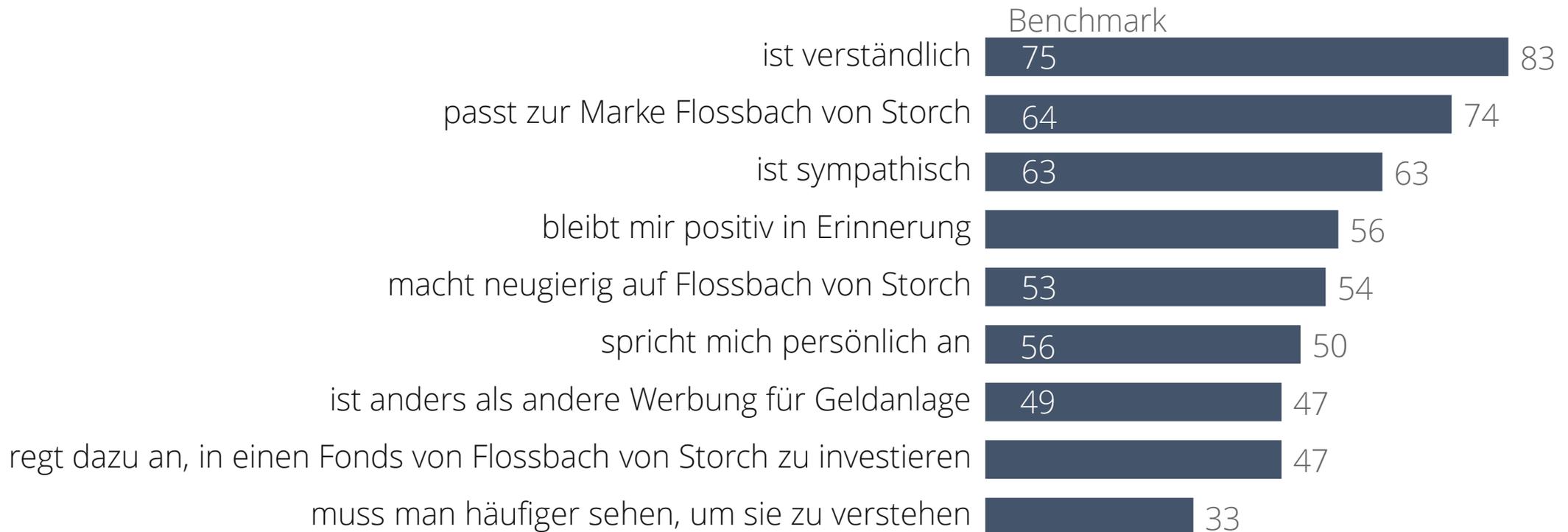


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Wir zeigen Ihnen nun weitere Werbung von „Flossbach von Storch“. Haben Sie diese Werbung schon einmal gesehen? Unabhängig davon, ob Sie die Werbung bereits kannten oder nicht, wie gut hat Ihnen diese gefallen?

# DER WERBEAUFTRITT VON FLOSSBACH VON STORCH KOMMT BESTENS AN

Werbeakzeptanz Flossbach von Storch, Top-2-Box, Angaben in %

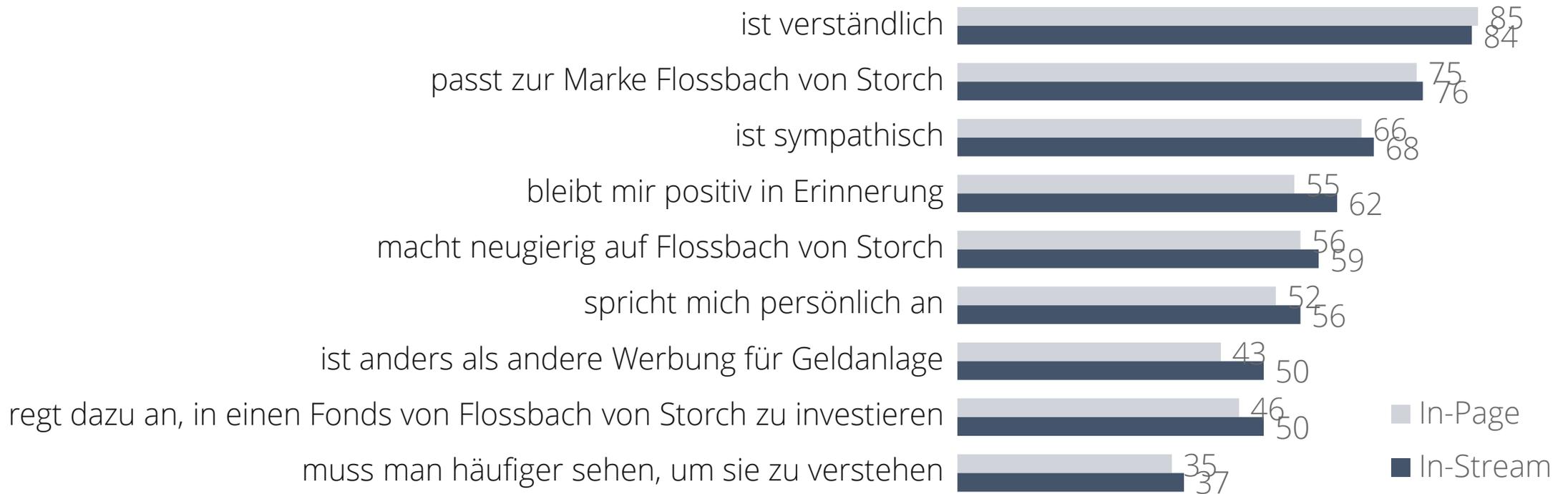


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Bitte bewerten Sie die gerade gesehene Werbung im Gesamten anhand der folgenden Aussagen. Nutzen Sie dazu bitte eine Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 4=trifft überhaupt nicht zu.

# HOHE WERBEAKZEPTANZ BEI ALLEN BELEGTEN WERBEMITTELN

Werbeakzeptanz Flossbach von Storch nach Werbemitteln, Top-2-Box, Angaben in %



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

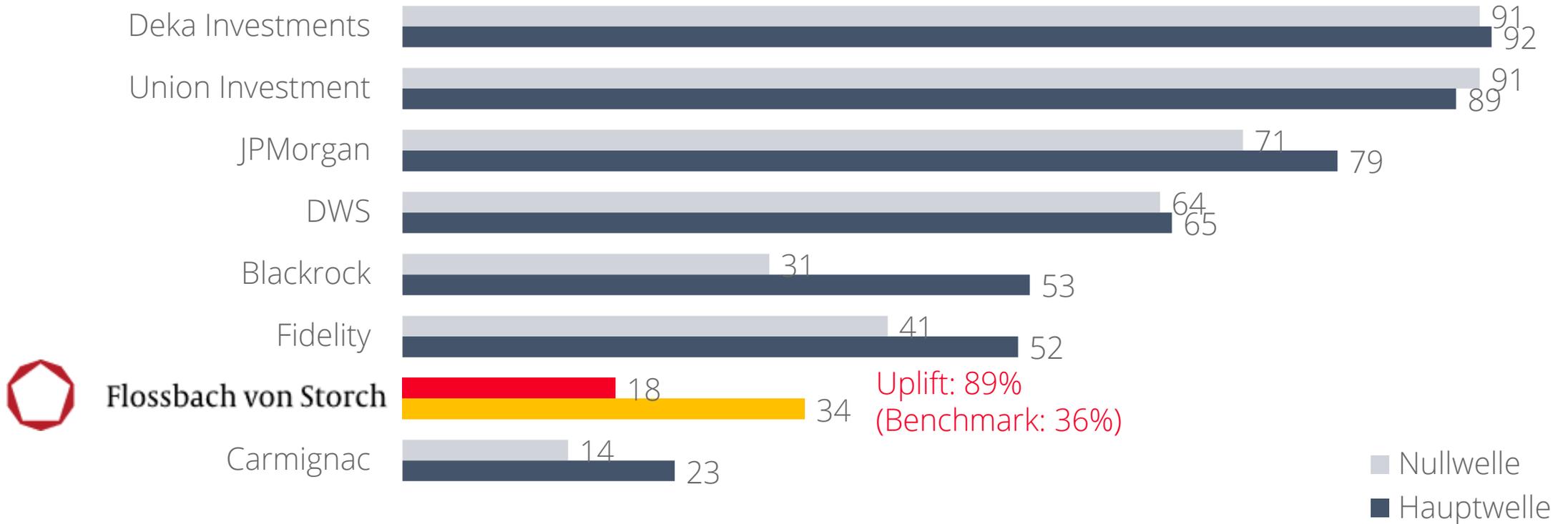
Frage: Bitte bewerten Sie die gerade gesehene Werbung im Gesamten anhand der folgenden Aussagen. Nutzen Sie dazu bitte eine Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 4=trifft überhaupt nicht zu.



# MARKENKENNWERTE

# FLOSSBACH VON STORCH HAT MARKENBEKANNTHEIT FAST VERDOPPELT

Gestützte Markenbekanntheit, Angaben in %

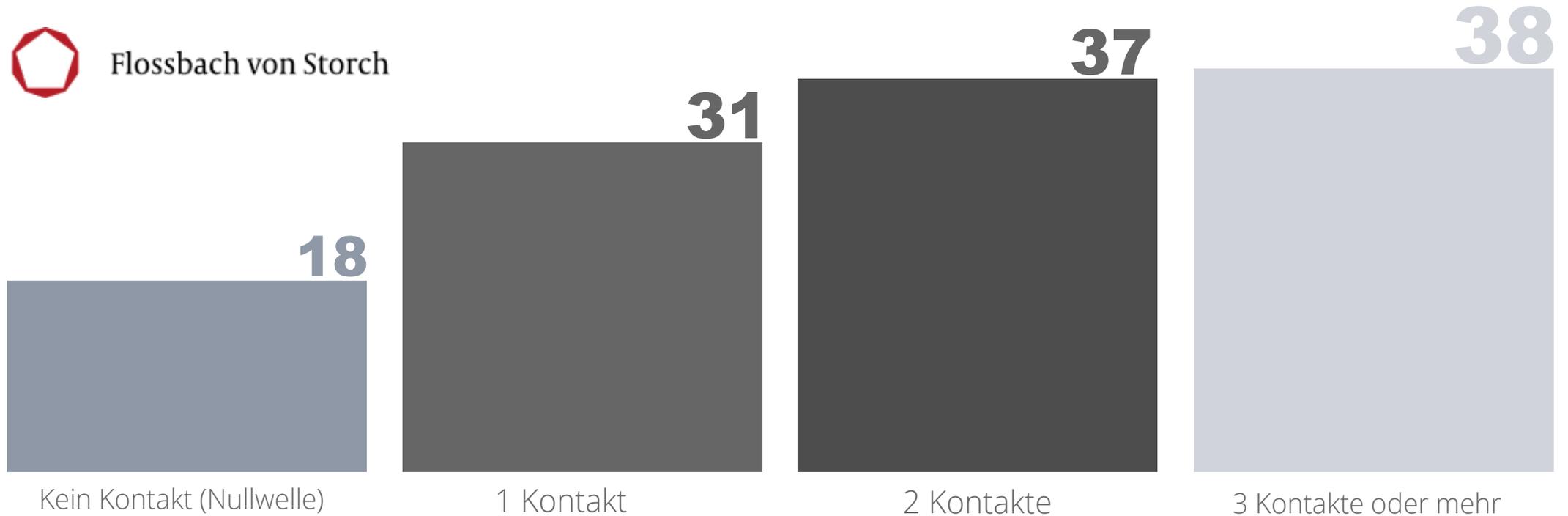


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Welche der folgenden Unternehmen, die Fondsmanagement anbieten, kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

# MARKENBEKANNTHEIT STEIGT MIT ZUNEHMENDEN KONTAKTEN

Gestützte Markenbekanntheit nach Kontaktklassen, Angaben in %

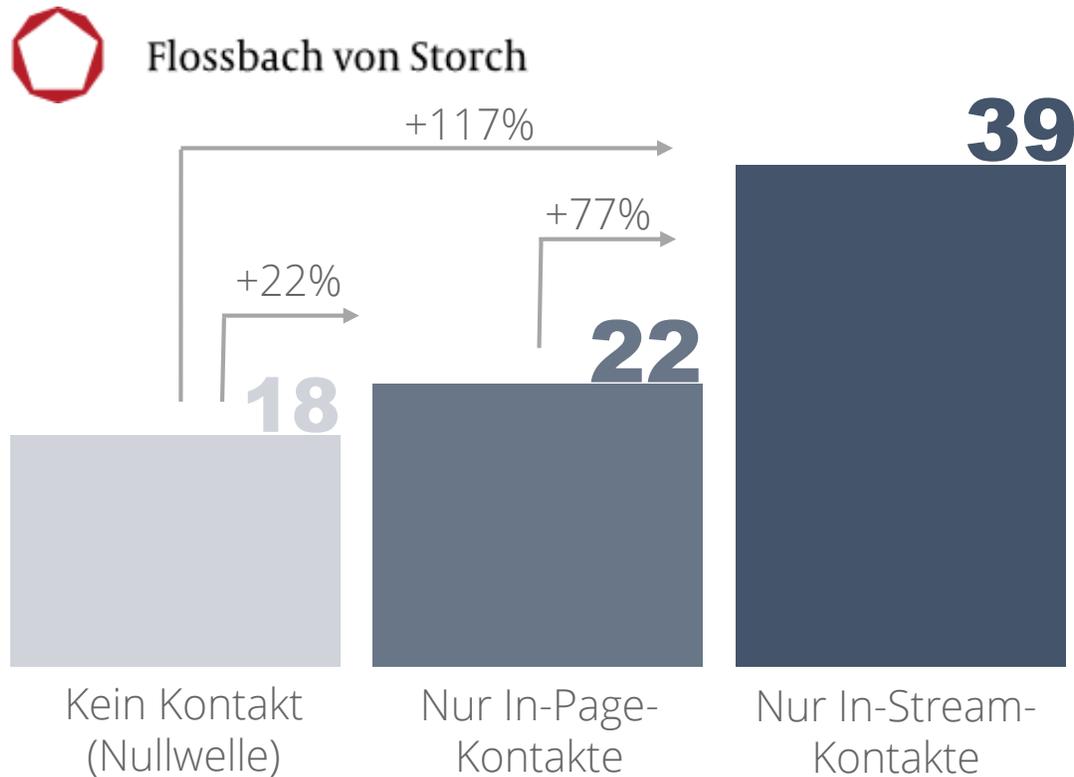


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Welche der folgenden Unternehmen, die Fondsmanagement anbieten, kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

# EGAL OB IN-PAGE ODER IN-STREAM: FLOSSBACH VON STORCH STEIGERT BEKANNTHEIT

Gestützte Markenbekanntheit nach Werbemittel, Angaben in %

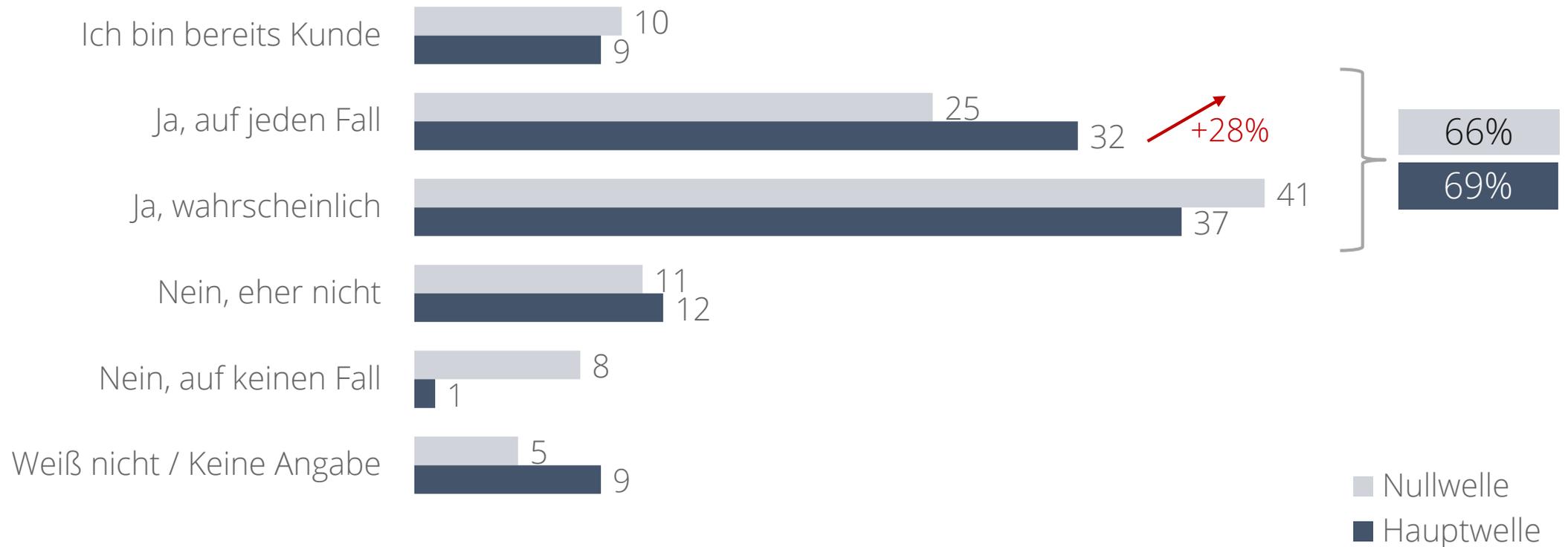


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018

Frage: Welche der folgenden Unternehmen, die Fondsmanagement anbieten, kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

# MEHR ALS ZWEI DRITTEL KÖNNEN SICH VORSTELLEN, KUNDE BEI FLOSSBACH VON STORCH ZU WERDEN

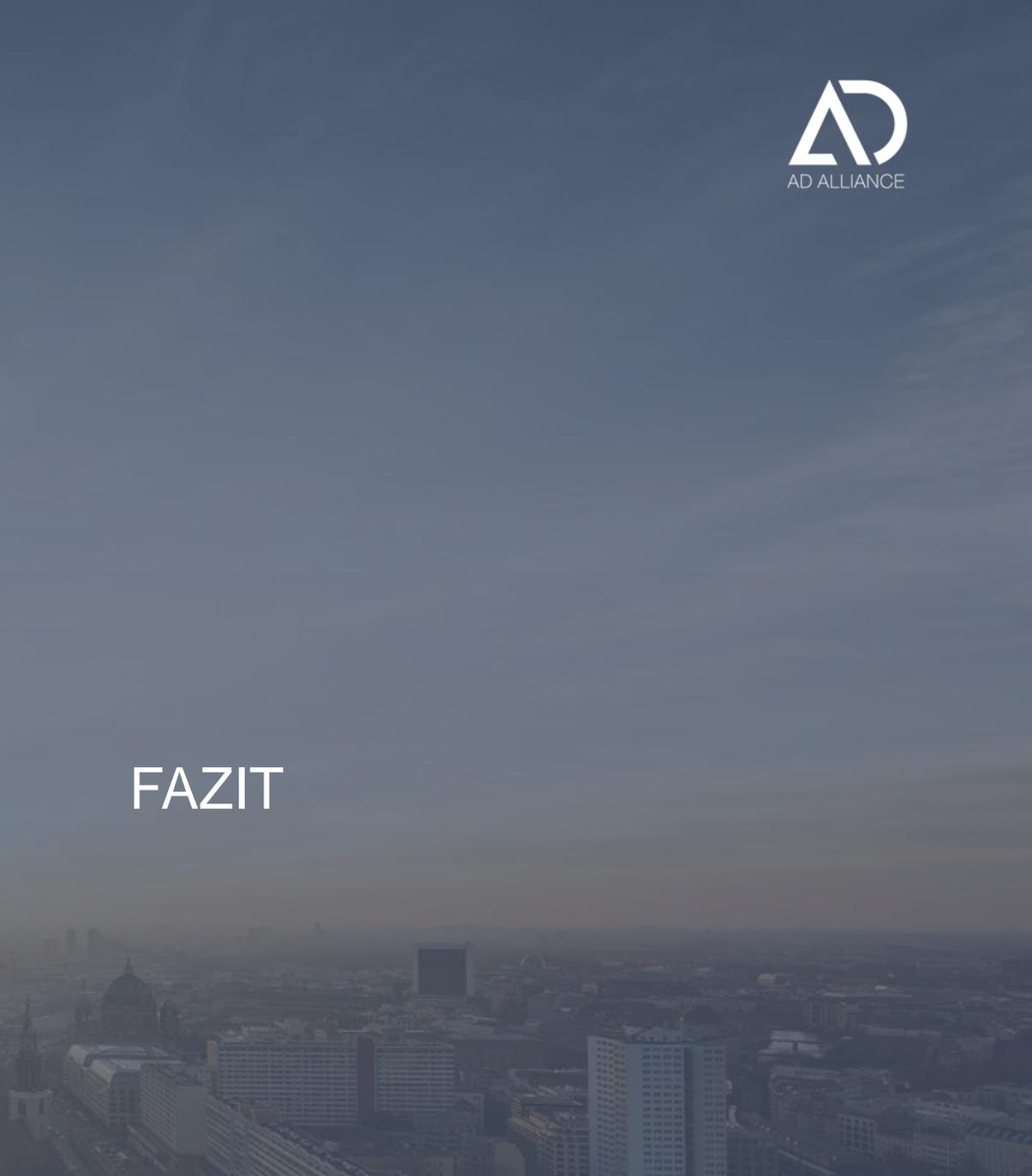
(Geplanter) Kunde bei Flossbach von Storch, Angaben in %



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie Flossbach von Storch 2018  
Frage: Können Sie sich vorstellen, Kunde bei Flossbach von Storch zu werden?



# FAZIT



# FAZIT: FLOSSBACH VON STORCH STARTET DURCH

Die Kampagne war für Flossbach von Storch ein voller Erfolg. In allen Wirkungsdimensionen konnte sich die Marke deutlich steigern.

- Die Werbeerinnerung hat sich verdreifacht
- Die Markenbekanntheit konnte fast verdoppelt werden
- Das Interesse, Kunde von Flossbach von Storch zu werden, wurde gesteigert
- Die Analyse der Kontaktklassen zeigte, dass die Kampagne umso besser wirkte, je mehr Kontakt die Befragten zu Flossbach von Storch hatten.
- Die Kampagnenbestandteile In-Page und In-Stream brachten beide der Marke einen Mehrwert. Erwartungsgemäß lagen die Wirkungs-KPIs mit In-Stream am höchsten.

Kontakt

## IHR ANSPRECHPARTNER



Sandra Vitt

Mediengruppe RTL Deutschland GmbH  
Picassoplatz 1  
50679 Köln

Tel.: +49 221 456-71093

Fax: +49 221 456-95-71093

Mobil: +49 170 456-6944

[sandra.vitt@mediengruppe-rtl.de](mailto:sandra.vitt@mediengruppe-rtl.de)

# WICHTIGE HINWEISE



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

## NUTZUNGSRECHTE

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behalten sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



AD ALLIANCE  
for your media success

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb).

Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters  
IP Deutschland GmbH,  
Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH,  
smartclip GmbH,  
Ligatus GmbH und/oder  
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.