



AD ALLIANCE
for your media success

TAXOFIT

WERBEWIRKUNG DER AD ALLIANCE-KAMPAGNE

Köln | 08.08.2019 | Sunay Verir

MANAGEMENT SUMMARY



- Klosterfrau schaltete für das Nahrungsergänzungsmittel taxofit Magnesium 600 Forte eine Ad Alliance-Kampagne in verschiedenen TV-, Digital- und Print-Umfeldern.
- Über alle KPIs zeigen sich starke Synergie-Effekte bei Kontaktchance mit allen drei Werbeformen Fact-Split (TV), Advertorial (Print) und Content-Special (Digital). Crossmedia bringt die stärkste Wirkung für taxofit:
 - **Steigerung der Werbeerinnerung** für taxofit bei Crossmedia-Kontakt um fast das Vierfache im Vergleich zu Personen ohne Kontaktchance.
 - **Stärkung der Marken- und Produktbekanntheit.** Die Werbebotschaften prägen sich besser ein, taxofit Magnesium 600 Forte wird greifbarer für die Konsumenten.
 - Auch das **Marken-Image profiliert sich** und wird nach Kampagnen-Ende wesentlich besser bewertet. Insbesondere bei Crossmedia-Kontakten wird das Image positiv aufgeladen. Die Marke positioniert sich dabei vor allem als jünger und wissenschaftlicher.
- Die Kampagne weckt Interesse am Produkt und steigert durch die Crossmedialität die Kauf- und Weiterempfehlungsbereitschaft.

Allgemeine Angaben zur Studie

WERBEMITTEL

Fact-Split

fit...Köpfchen

WERBUNG IMMER EINEN BESUCH WERT - RTL.de

taxofit

taxofit Magnesium 600 forte:
Hochdosiert für die Sofort- und Langzeit-Versorgung.

Mehr Fakten zum Fitwerden gibt es auf www.rtl.de/specials/fit-mit-koepfchen/

WERBUNG IMMER EINEN BESUCH WERT - RTL.de

Advertorial

fit...Köpfchen

ANZEIGE

KRAFTSTOFF FÜR DEN KÖRPER

Es gibt Zeiten, in denen unser Magnesiumbedarf höher sein kann als sonst. Dann brauchen wir clevere Unterstützung

Schon gewusst? Unser Körper besteht unter anderem aus 650 Muskeln, 120 Gelenken und Milliarden Nervenzellen. Klingt kompliziert? Ist es auch. Vor allem, wenn es darum geht, dieses Wunderwerk der Natur richtig zu versorgen. Überlässig hierfür: Magnesium. Der Mineralstoff ist an zahlreichen Körperfunktionen beteiligt, besonders an denen des Muskel- und Nervensystems. Ohne Magnesium keine Energie.

Allerdings kann es unser Körper nicht selbst herstellen, wir müssen es mit der Nahrung aufnehmen. Wer einen erhöhten Bedarf hat, beispielsweise durch Stress im Berufs- oder Privatleben oder bei höheren körperlichen Belastungen, kann die Magnesiumspeicher auch gezielt mit Nahrungsergänzungsmitteln auffüllen – und so mit voller Kraft durchstarten.

DA STECKT MEHR DRIN
Für Unterstützung des Körpers bei einem aktiven Lebensstil empfehlen sich taxofit® Magnesium 600 FORTE Depot-Tabletten. Sie enthalten hochdosiertes Magnesium mit 2-Phasen-Depot für die Sofort- und Langzeitversorgung. Davon können die Muskeln, das Herz, die Nerven und die Leistungsfähigkeit profitieren. Wie unser Körper bei besonderen Ansprüchen arbeitet – und was er braucht: weitere Infos unter taxofit.de und stern.de/gesund/fit-mit-koepfchen. Jetzt unter couple.de/taxofit den persönlichen Futur sichern.

„ Wer beruflich oder privat hoher Anspannung ausgesetzt ist oder sich viel bewegt, sollte seinen Magnesiumbedarf im Blick haben. “

Mit ERNÄHRUNGS-WISSENSCHAFTLERN entwickelt

Content-Special

taxofit taxofit Magnesium 600 forte: hochdosiert und mit 2-Phasen-Depot. Magnesium für Muskeln, Nerven und Energiestoffwechsel

stern VIDEO SPIELE ABG FOTOGRAFIE

Panorama Politik Kultur Lifestyle Digital Wirtschaft Sport **Gesundheit** Genuss Reise Familie Auto

Voll in Bewegung

fit...Köpfchen

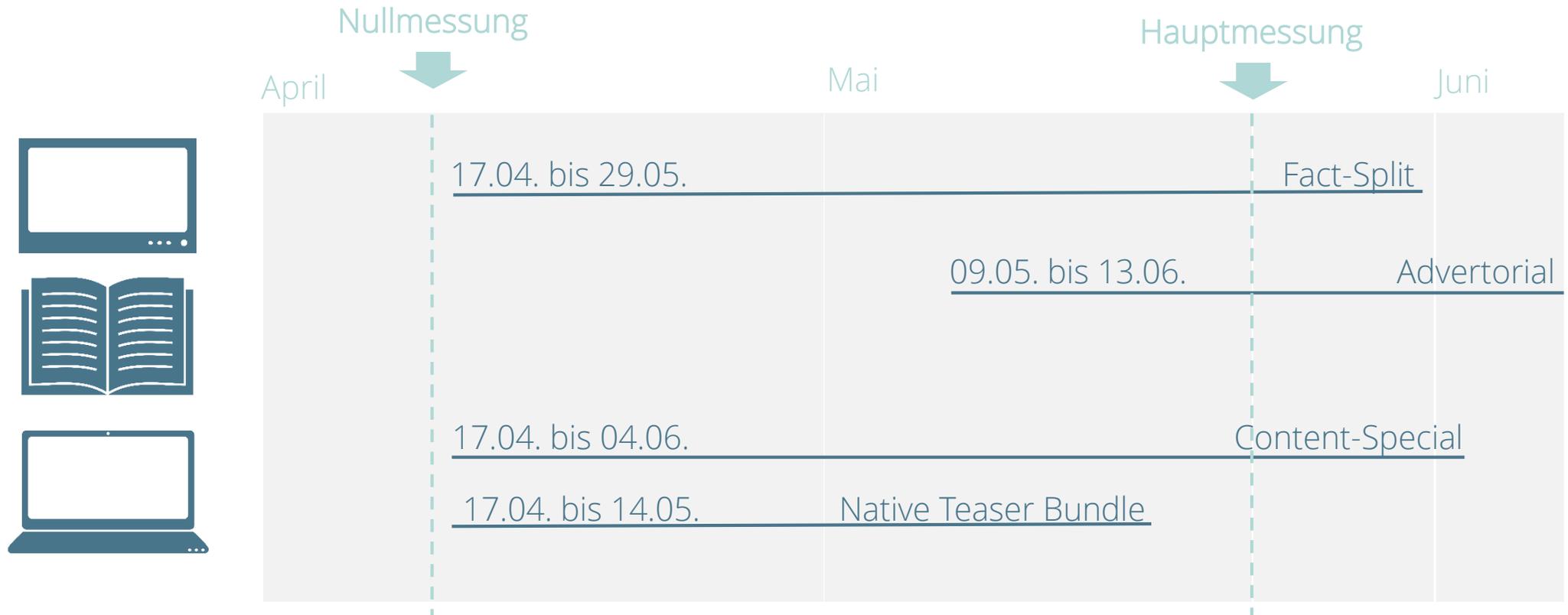
FIT MIT KÖPFCHEN >

FRÜHJAHRSÜCKHEIT
Ein Mythos? - oder gibt es sie wirklich?
RTL.de

Mehr erfahren

Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019

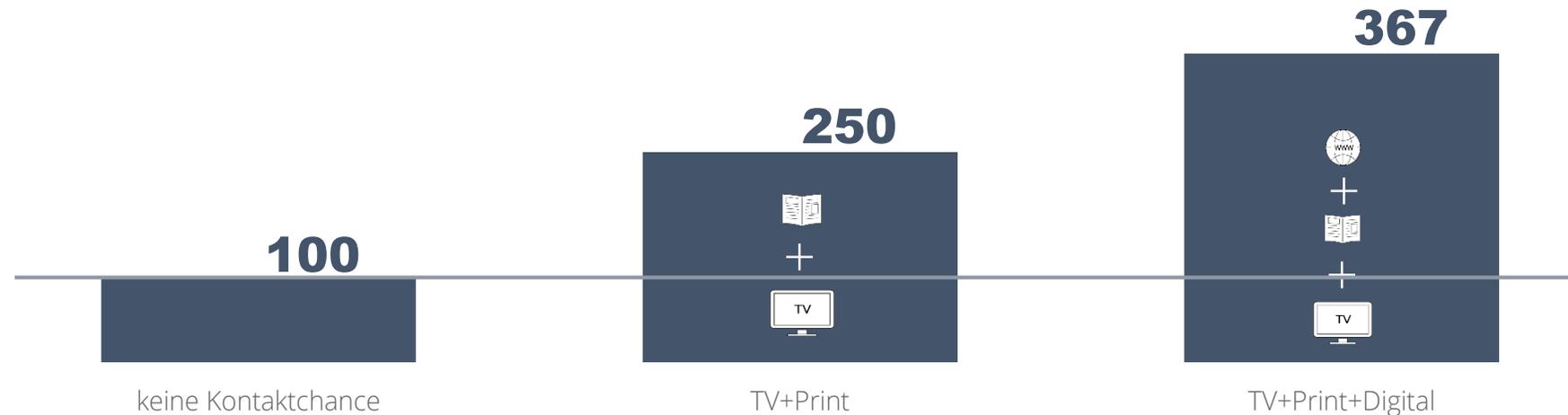
VERSCHIEDENE MEDIENKANÄLE WURDEN ZEITVERSETZT EINGESETZT



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019

MIT ZUNEHMENDER CROSSMEDIALITÄT UND MIT ZUNEHMENDEM KONTAKT MIT EINZELNEN MEDIEN STEIGT AUCH DIE AWARENESS

Gestützte Werbeerinnerung taxofit, indizierte Werte, Basis von „keine Kontaktchance“ (=Indexwert 100), nur Hauptmessung

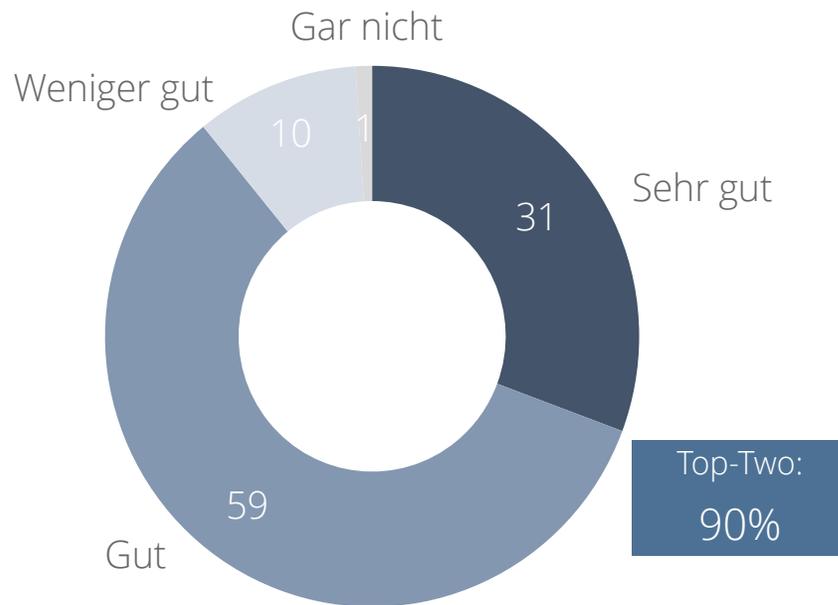


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019 / Basis: keine Kontaktchance: n=409, TV+Print: n= 188, TV+Print+Digital: n=176.
Frage: „Und für welche dieser Marken für Nahrungsergänzungsmittel haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?“

Awareness-Wirkung

HOHE LIKEABILITY DES FACT-SPLITS

Gefallen Fact-Split in %, mind. gelegentliche Nutzer
mind. eines der relevanten TV-Umfelder, nur Erinner-
rer, nur Hauptmessung



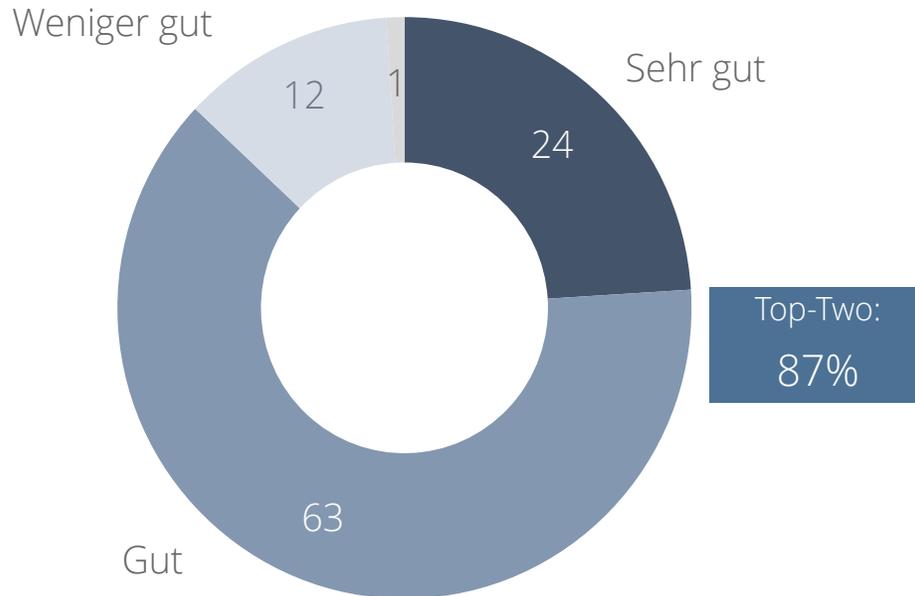
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019 / Basis: n=194 / Frage: „Wie gefallen Ihnen diese Werbespots von taxofit ganz allgemein?“



Awareness-Wirkung

ADVERTORIAL GEFÄLLT

Gefallen Advertorial in %, Nutzer mind. eines der relevanten Zeitschriften-Ausgaben, nur Erinnerer, nur Hauptmessung



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019 / Basis: n=154 / Frage: „Und wie gefällt Ihnen diese Print-Anzeige ganz allgemein?“

ANZEIGE

fit mit Köpfchen
stern

KRAFTSTOFF FÜR DEN KÖRPER

Es gibt Zeiten, in denen unser Magnesiumbedarf höher sein kann als sonst. Dann brauchen wir clevere Unterstützung

DA STECKT MEHR DRIN
Zur Unterstützung des Körpers bei einem aktiven Lebensstil empfehlen sich taxofit® Magnesium 600 FORTE Depot-Tabletten. Sie enthalten hochdosiertes Magnesium mit 2-Phasen-Depot für die Sofort- und Langzeitversorgung. Davon können die Muskeln, das Herz, die Nerven und die Leistungsfähigkeit profitieren. Wie unser Körper bei besonderen Ansprüchen arbeitet – und was er braucht: weitere Infos unter taxofit.de und stern.de/gesundheit/fit-mit-koepfchen. Jetzt unter coupiers.de/taxofit den persönlichen Rabatt sichern.

Schon gewusst? Unser Körper besteht unter anderem aus 650 Muskeln, 120 Gelenken und Milliarden Nervenzellen. Klingt komplex? Ist es auch. Vor allem, wenn es darum geht, dieses Wunderwerk der Natur richtig zu versorgen. Unerlässlich hierfür: Magnesium. Der Mineralstoff ist an zahlreichen Körperfunktionen beteiligt, besonders an denen des Muskel- und Nervensystems. Ohne Magnesium keine Energie.

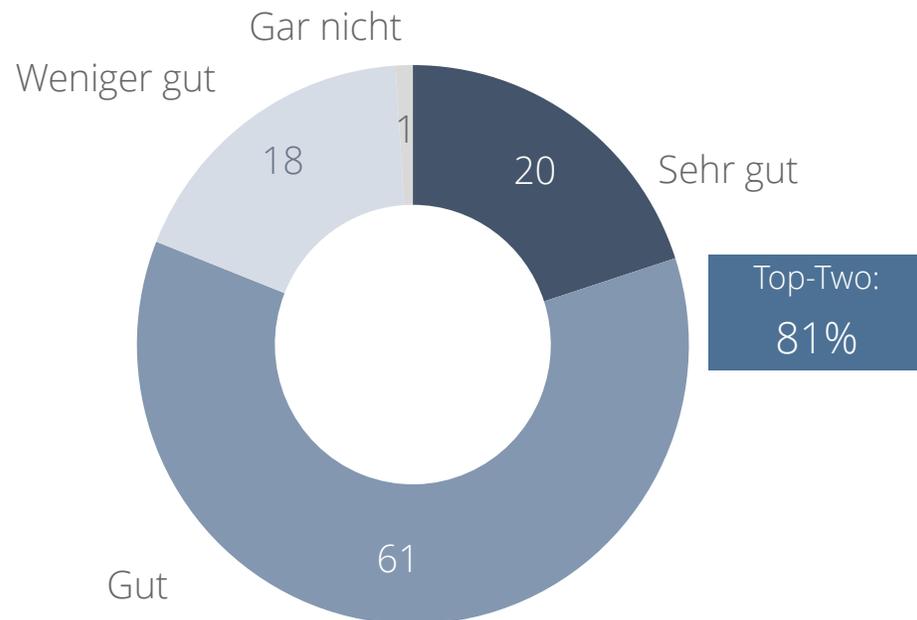
Allerdings kann es unser Körper nicht selbst herstellen, wir müssen es mit der Nahrung aufnehmen. Wer einen erhöhten Bedarf hat, beispielsweise durch Stress im Berufs- oder Privatleben oder bei höheren körperlichen Belastungen, kann die Magnesiumspeicher auch gezielt mit Nahrungsergänzungsmitteln auffüllen – und so mit voller Kraft durchstarten.

„ Wer beruflich oder privat hoher Anspannung ausgesetzt ist oder sich viel bewegt, sollte seinen Magnesiumbedarf im Blick haben. “

Mit ERNÄHRUNGS-WISSENSCHAFTLERN entwickelt

CONTENT-SPECIAL ÜBERZEUGT

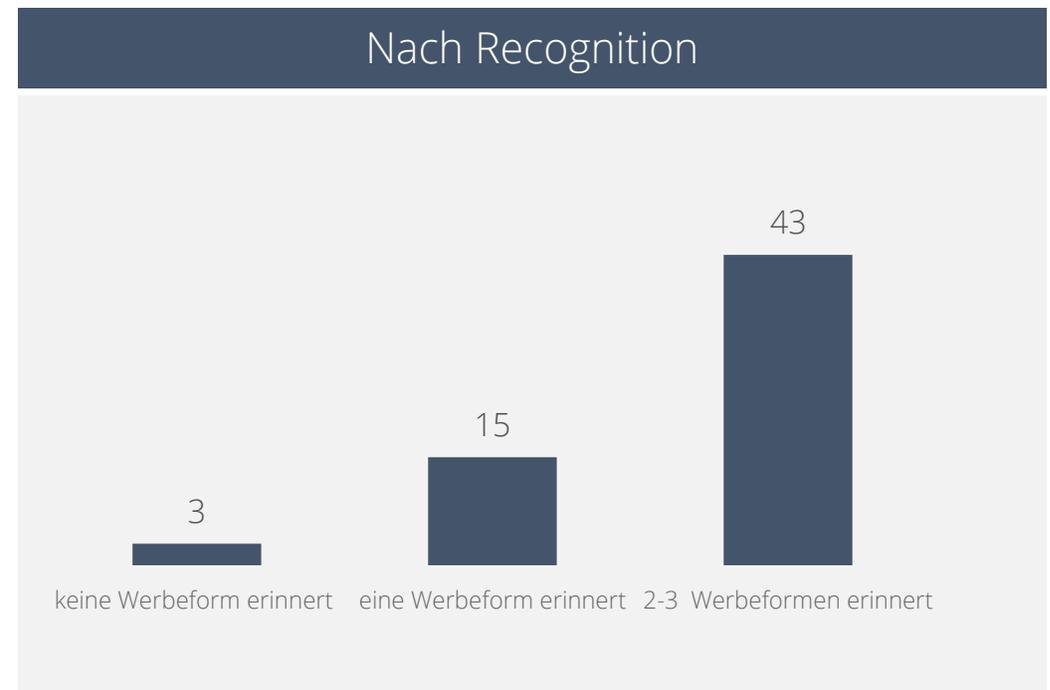
Gefallen Content-Special in %, mind. gelegentliche, Nutzung mind. eines der Web-Portale, nur Erinnerer, nur Hauptmessung



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019 / Basis: n=103 / Frage: „Wie finden Sie es ganz allgemein, wenn die Marke taxofit wie in der hier dargestellten Form zu einem Thema Informationen und/oder Beratung anbietet?“

ERINNERER ALLER DREI WERBEFORMEN HABEN DEN SLOGAN AM BESTEN VERINNERLICHT

Slogan-Bekanntheit „Fit mit Köpfchen“ in %, wenn taxofit Magnesium Forte 600 bekannt, nur Hauptmessung



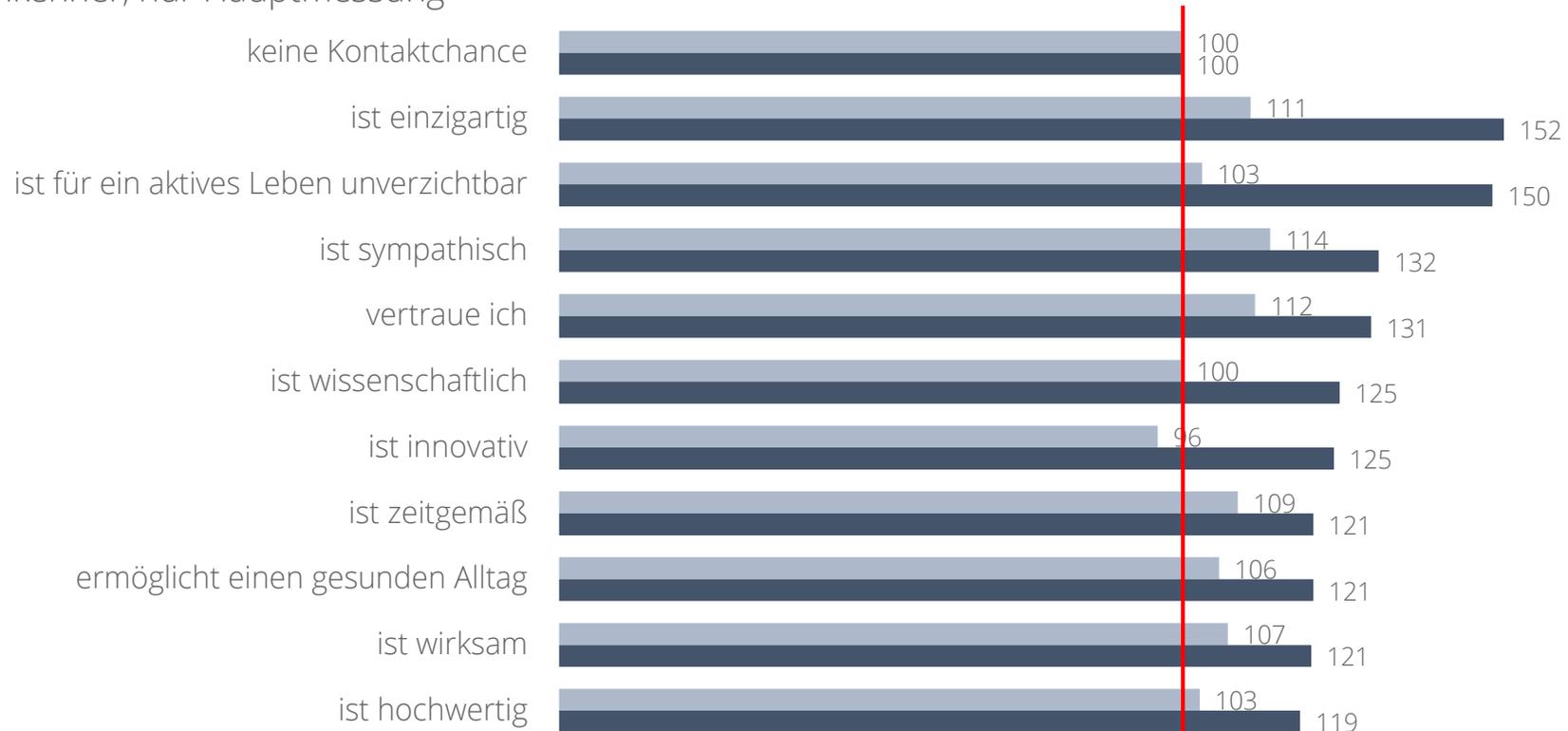
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019 / Basis: Gesamt: n=445, keine Werbeform erinnert: n=300 eine Werbeform erinnert: n=91, 2-3 Werbeformen erinnert: n=54 / Frage: „Für taxofit Magnesium 600 FORTE gibt es auch einen Slogan ‚Fit mit Köpfchen‘, ist Ihnen dieser Slogan bekannt?“

CROSSMEDIA STÄRKT DAS IMAGE AM BESTEN

Markenimage taxofit, Top-2-Box in %, indizierte Werte Basis von „keine Kontaktchance“ (=Indexwert 100), nur Markenkenner, nur Hauptmessung



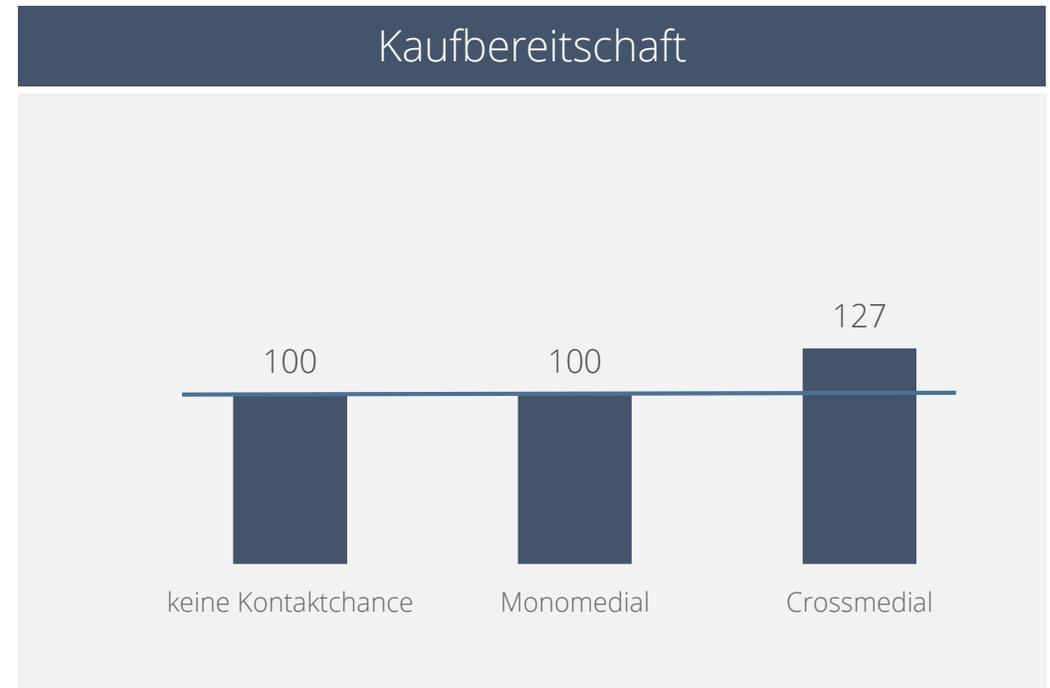
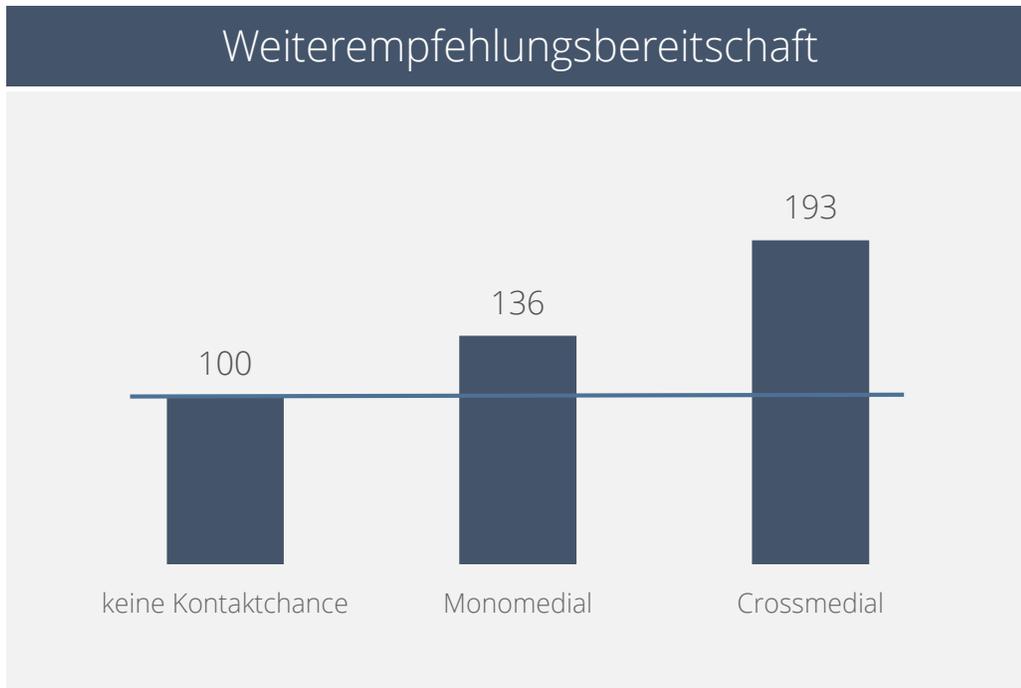
taxofit...



■ Monomedial
■ Crossmedial

DIE AD ALLIANCE-PERFORMANCE WIRKT AM BESTEN!

Nach Medienkombinationen in %, indizierte Werte, Basis von „keine Kontaktchance“ (=Indexwert 100), nur Hauptmessung



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitstudie taxofit 2019 / Basis: keine Kontaktchance: n=409, Monomedial: n=581, Crossmedial: n= 509 / Frage: „Welche der folgenden Marken würden Sie einem Bekannten weiterempfehlen?“

STUDIENSTECKBRIEF

Methode

Befragung über das „I Love MyMedia“-Panel der IP und das Gruner + Jahr eIMS-Medien-trend-Panel.

Stichprobe/ Zielgruppe

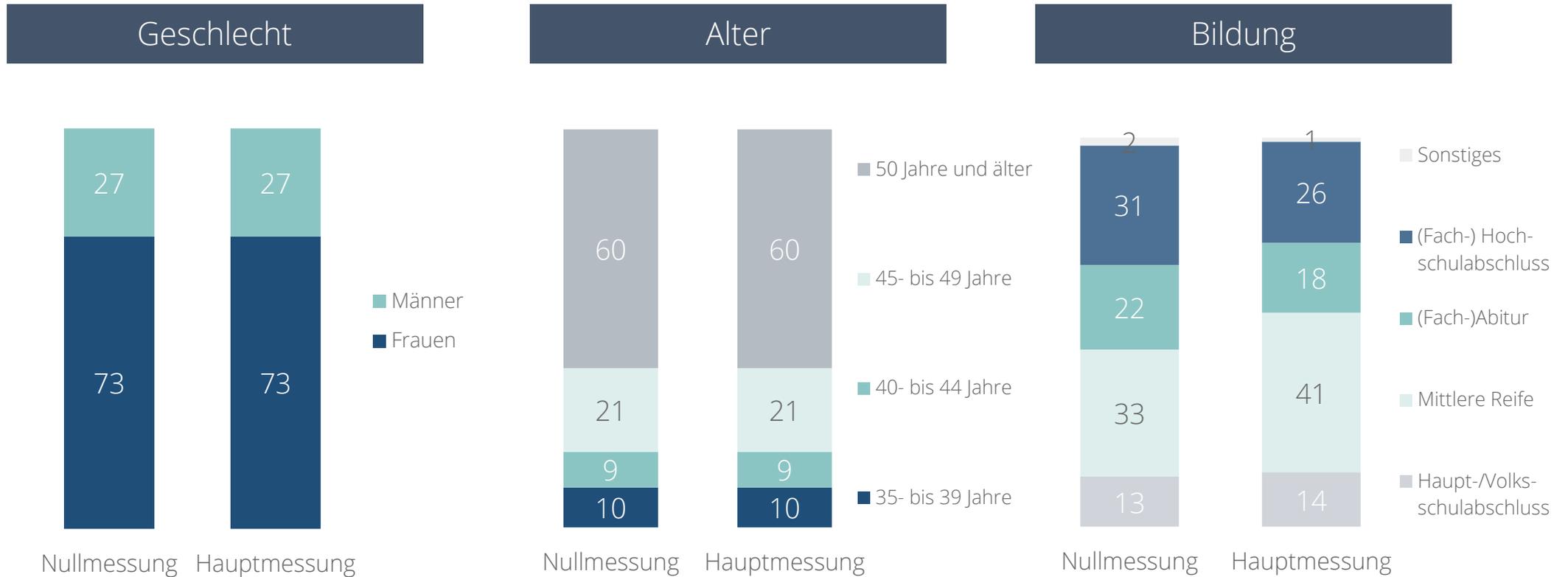
Männer und Frauen im Alter ab 35 Jahre
Nullmessung: n= 310
Hauptmessung: n= 1499

Feldzeit

Nullmessung: 12.4.-16.4.2019
Hauptmessung: 24.5.-3.6.2019, unmittelbar nach Ende der Teaser-Ausspielungen bei Digital

SOZIODEMOGRAFIE

Angaben in %, Gewichtung nach Geschlecht und Alter auf Basis der Nullmessung



FÜR RÜCKFRAGEN

Sunay Verir

Referentin Werbewirkungsforschung

Tel.: +49 221 456 71075

sunay.verir@mediengruppe-rtl.de

Martina Meyer-Gveric

Research Manager

Tel.: +49 40 3703 2132

meyer-gveric.martina@ems.guj.de





Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter 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.