



# BEN & JERRY'S

Princess Charming | Staffel 4  
Best Case | 2024



princess  
charming



01

CHALLENGE

02

SOLUTION

03

SUCCESS

# Agenda



# CHALLENGE



# CHALLENGE



## Brand Recognition:

- Fokussierung auf eine aufmerksamkeitsstarke Inszenierung der Marke Ben & Jerry's.
- Positive und harmonische Darstellung der Produktvielfalt sowie der Markenkernwerte in einem passenden Formatumfeld.



## Zielgruppenansprache:

- Authentische Ansprache der Community und somit Schaffung einer emotionalen Verbindung zu den Ben & Jerry's Core Values.



## Formatnähe:

- Native Integration der Marke und der dazugehörigen Produkte in einem zielgruppenspezifischen Umfeld.
- Kontextbezogene Schaffung einer positiven Verknüpfung der Ben & Jerry's Brandwelt mit den gemeinsamen Werten des Formats „Princess Charming“.





# SOLUTION



02

# SOLUTION



## **Premium-Sponsoring**

Exklusive Belegung des aufmerksamkeits- und reichweitenstarken Premium-Sponsorings über alle Folgen hinweg zur Stärkung der Markenbekanntheit & Reichweite.



## **First-Mover-Placement:**

Erstmalige Placement-Integration von Eis-Produkten im emotionalen Umfeld von „Princess Charming“ mit herausragendem Zielgruppen- und Brand-Fit.



## **Authentische Integration:**

Inszenierung in nativen Format-Storylines sowie passgenauen Produkt- & Nutzungsumfeldern.



# KAMPAGNEN OVERVIEW

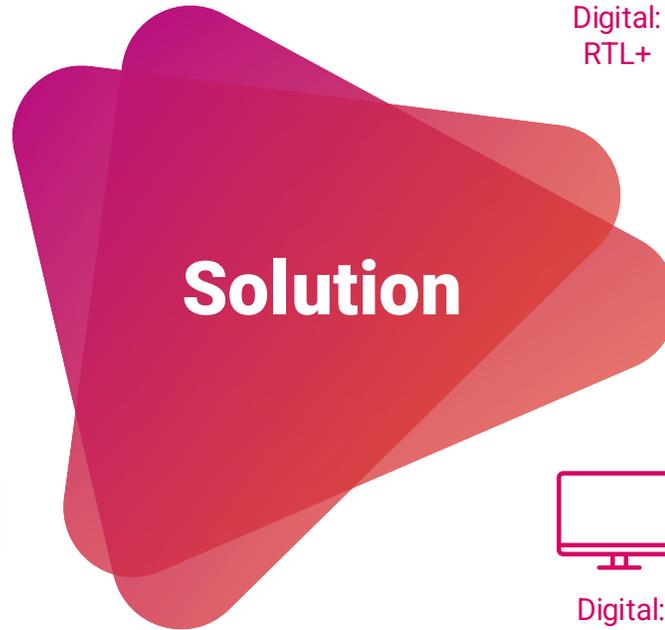
## Premium-Sponsoring



Digital:  
RTL+



Digital:  
RTL+



Digital:  
RTL+

## Product Placement | Folge 3



## Product Placement | Folge 8





# SUCCESS



03

## Format- & Brand-Fit

Durch die **hohe Passung von Format und Marke**, erweist sich „Princess Charming“ als **überaus geeignetes Umfeld**, um Ben & Jerry's authentisch in Szene zu setzen.

## Awareness

Mit der **Premium-Sponsoring-Kampagne** gewinnt Ben & Jerry's deutlich an Sichtbarkeit.

## Product Placement

Die Placements machen erfolgreich auf die **Produktvielfalt aufmerksam**, wecken Interesse und fügen sich dabei **harmonisch & nativ** in die Szenen ein, **ohne aufdringlich** zu wirken.

SUCCESS



## Ben & Jerry's kommt bei „Princess Charming“ sehr gut zur Geltung, der Markenfit ist aus Publikumssicht gegeben – das Engagement für Diversität / Gleichstellung wird geschätzt



**73%** ... finden, die Werbung sei gut in das Umfeld der Sendung eingebunden



**69%** ...attestieren Ben & Jerry's eine perfekte Passung zu „Princess Charming“

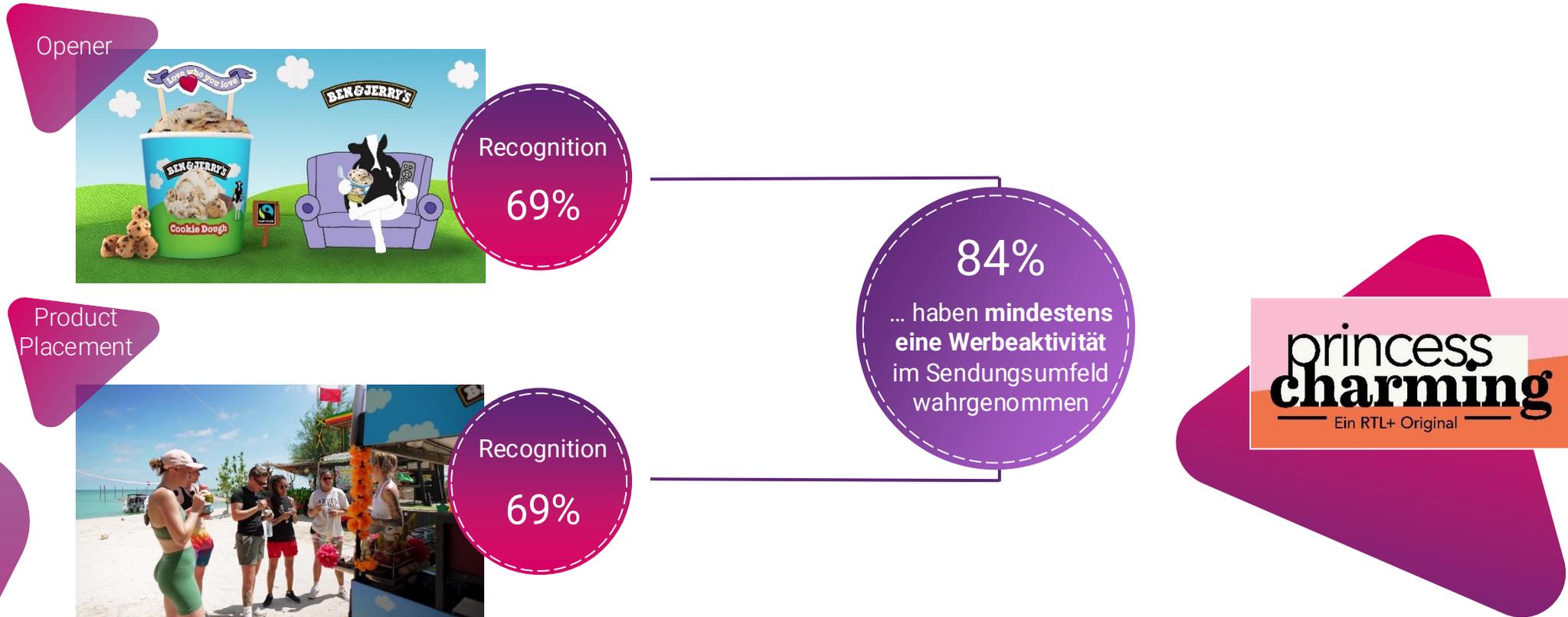
„ Es war so **lebendig**. Mir hat die Location gut gefallen, es war rund und hat alles gepasst. Es war mal **etwas Neues** und eine gute Idee. **Passt** zu der Marke.

„ ‚Love who you are‘ als Motto, und die Aufmachung war sehr glaubwürdig. Die Gestaltung war richtig schön und zeigt, dass die **Marke die LGBTQ+ Community unterstützt**.

„ Eindeutige Positionierung für **Diversität**.

„ Ich mag, dass sich die Marke für **LGBTQ+ Themen einsetzt**.

# Der Sendungsauftritt fällt auf – 84% der Zuschauer:innen haben mindestens eine der beiden Werbeaktivitäten im Sendungsumfeld wahrgenommen



Quelle: Ad Alliance | RTL Data CampaignImpact Ben & Jerry's (2024) | „Haben Sie diese Werbung für Ben & Jerry's so oder so ähnlich in der Sendung ‚Princess Charming‘ gesehen?“ | Basis: Seher:innen, die die Videos abspielen konnten: n=213

## Das Placement macht erfolgreich auf die Vielfalt der Ben & Jerry's Eis-Sorten aufmerksam und weckt das Interesse daran

„ Da es in eine Sendung eingebunden ist, die man von zu Hause aus schaut, im Bett oder auf der Couch, hat man **direkt Lust auf das Eis bekommen**.

„ Man wird auf die Marke aufmerksam und erhält einen **Überblick** über einen Teil der **angebotenen Sorten**.

„ Mir hat gefallen, dass durch die Mädels **verschiedene Sorten** genommen wurden und man so auch die Sorten kennengelernt hat.

„ Dass die **Sorten** genannt wurden und es **thematisch gut gepasst** hat (zu Hitze, Abkühlung, warme südliche Insel), gefällt mir.



# Die Detailbewertung dokumentiert außerdem die Hochwertigkeit der in die Kulisse eingebundenen Produktplatzierung – das Interesse wird geweckt

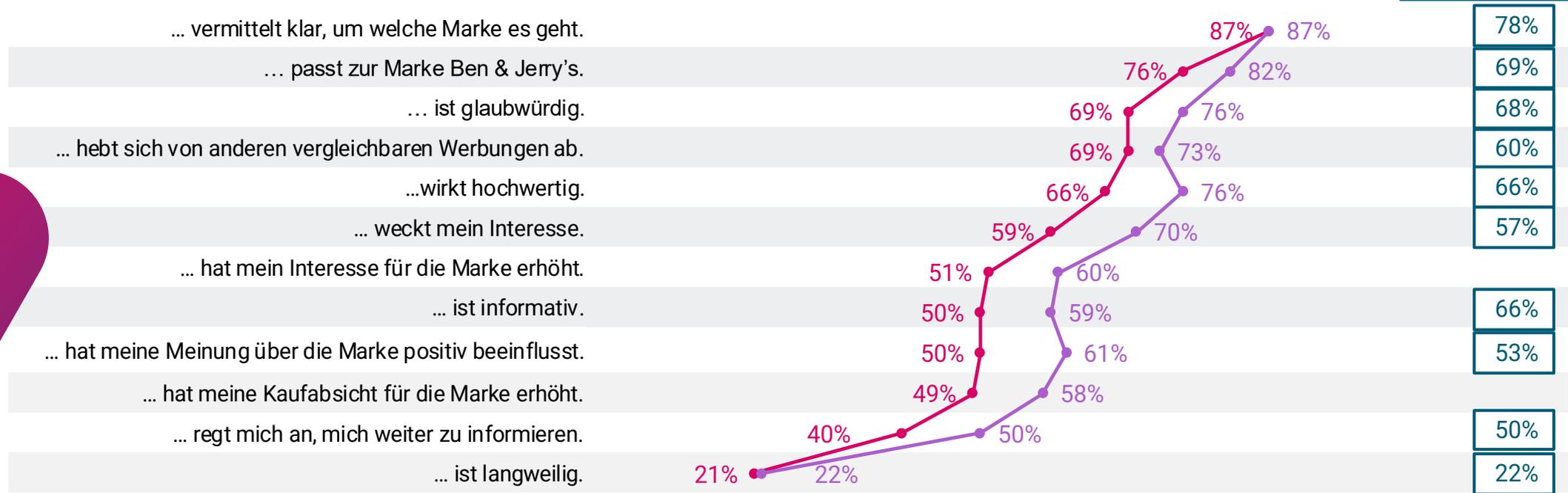
Product Placement, Detailbewertung (Top2), Seher:innen

Die Einbindung von Ben & Jerry's in die Sendung...

● Seher:innen

● Käufer:innen "Eis im Becher"

Benchmark\*



Quelle: Ad Alliance | RTL Data CampaignImpact Ben & Jerry's (2024) | Frage: „Bitte bewerten Sie die Werbung anhand der folgenden Aussagen und stufen Sie Ihre Meinung zwischen 1 "trifft voll und ganz zu" bis 5 "trifft überhaupt nicht zu" ab" (Top 2) | Basis: Seher:innen, die das Video abspielen konnten: n=213, Käufer:innen „Eis im Becher“ n=153 | \*RTL Data Benchmarkdatenbank: Mittelwerte aus 14 Werbekampagnen (Ad Specials) in TV & Digital zwischen 2022-2024

## Kontakt



**Petra Klemmer**

TV Brands Concepts

+49 221 456-22743

[Petra.klemmer@ad-alliance.de](mailto:Petra.klemmer@ad-alliance.de)



**Lucas Pelka**

TV Brands Concepts

+49 221 456-22766

[Lucas.pelka@ad-alliance.de](mailto:Lucas.pelka@ad-alliance.de)

## Wichtige Hinweise



### 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 behält sich vor,  
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2024



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

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie BAUER ADVANCE KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister:  
Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG,  
für BAUER ADVANCE im Namen und für Rechnung der BAUER ADVANCE KG.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter:  
[www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb) respektive [www.baueradvance.com/agb/](http://www.baueradvance.com/agb/), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.