

Eker Daunen

Mit Werbung auf SRF liegen Sie richtig

Admeira AdPanel Case 2023

ADMEIRA



Die Eker Daunen Manufaktur strebte an, als neue Marke seine Brand Awareness deutlich zu steigern.





Admeira begleitete die
Eker Daunen Manufaktur
forscherisch mit dem
MaFo-Tool AdPanel in der
D-CH.

Dabei wurden u.a.
Markensympathie und
Bekanntheit ermittelt.

Pre-Test
Woche 18
2023

Post-Test
Woche 50
2023

Strategie

**Leitmedium
zwischen Pre- und Posttest:
TV SRF: OKT – DEZ 2023**

**AD
MEIRA**



Bekanntheit und Sympathie deutlich gesteigert

Frage: Wie sympathisch sind Ihnen die folgenden Marken bzw. Firmen?

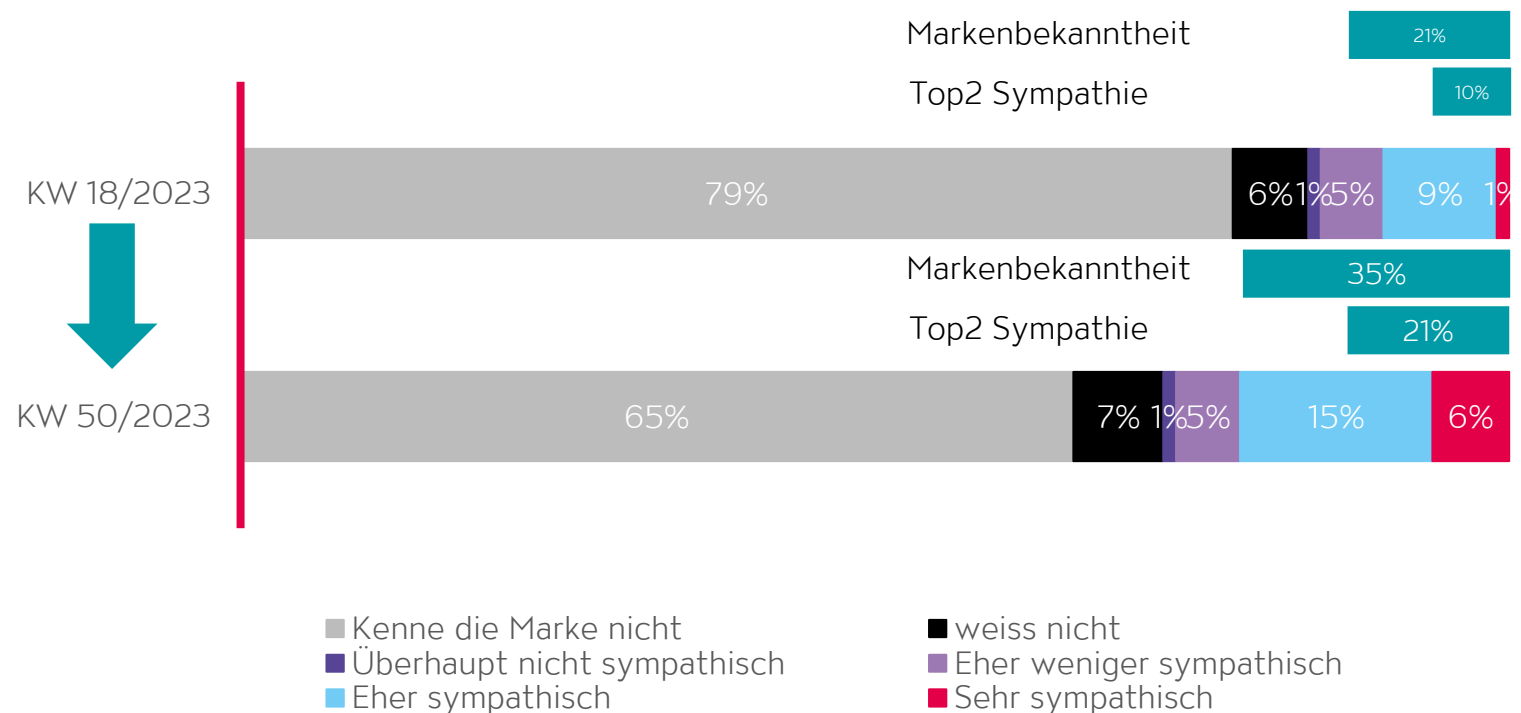


Die Kampagne war ein voller Erfolg: Im Vergleich zum Pretest in Woche 18 wurden Bekanntheit und Sympathie signifikant gesteigert:

Bekanntheit: +67% (14 Prozentpunkte)

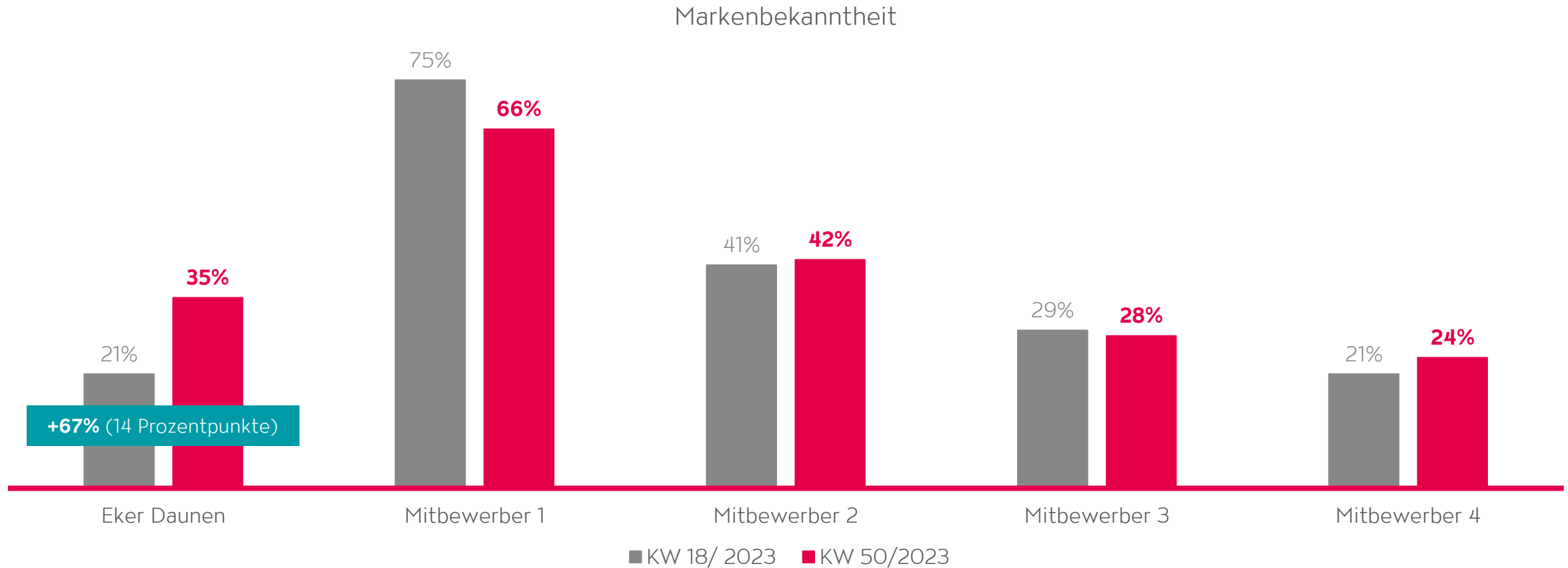
Sympathie: +110% (11 Prozentpunkte)

Markenbekanntheit/Markensympathie Eker Daunen



Quelle: Admeira, AdPanel, Welle 18 & 50/2023, GfK Switzerland

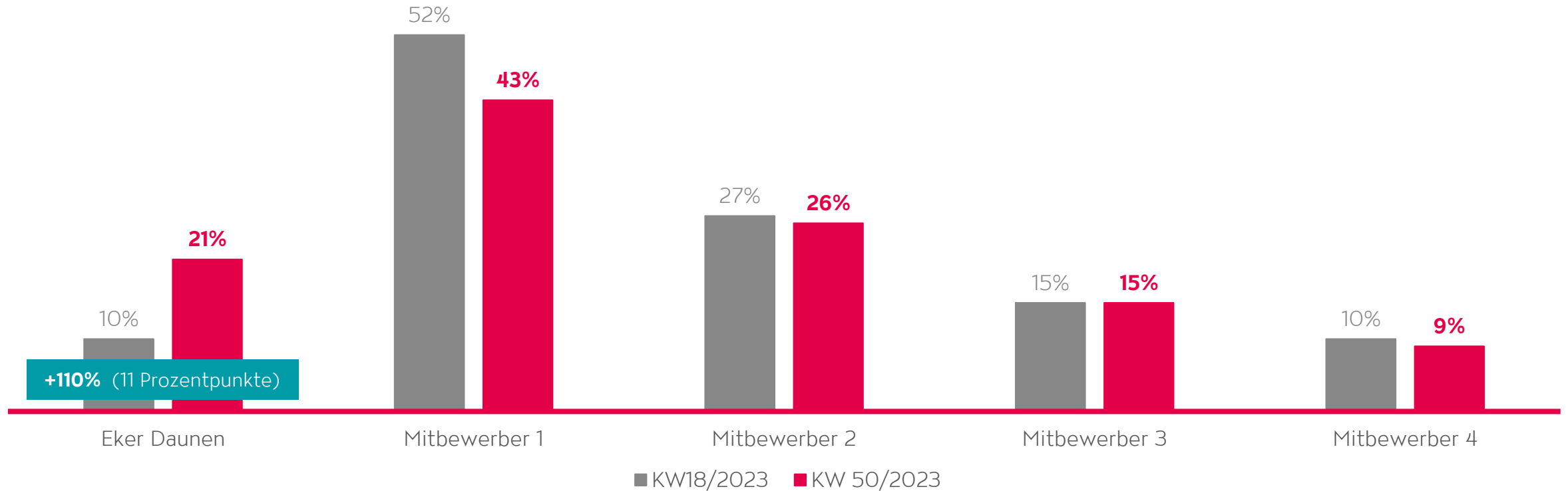
Eker Daunen rückt bei Bekanntheit auf Rang 3 vor



Quelle: Admeira, AdPanel, Welle 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Auch bei der Sympathie: Eker Daunen nun auf 3

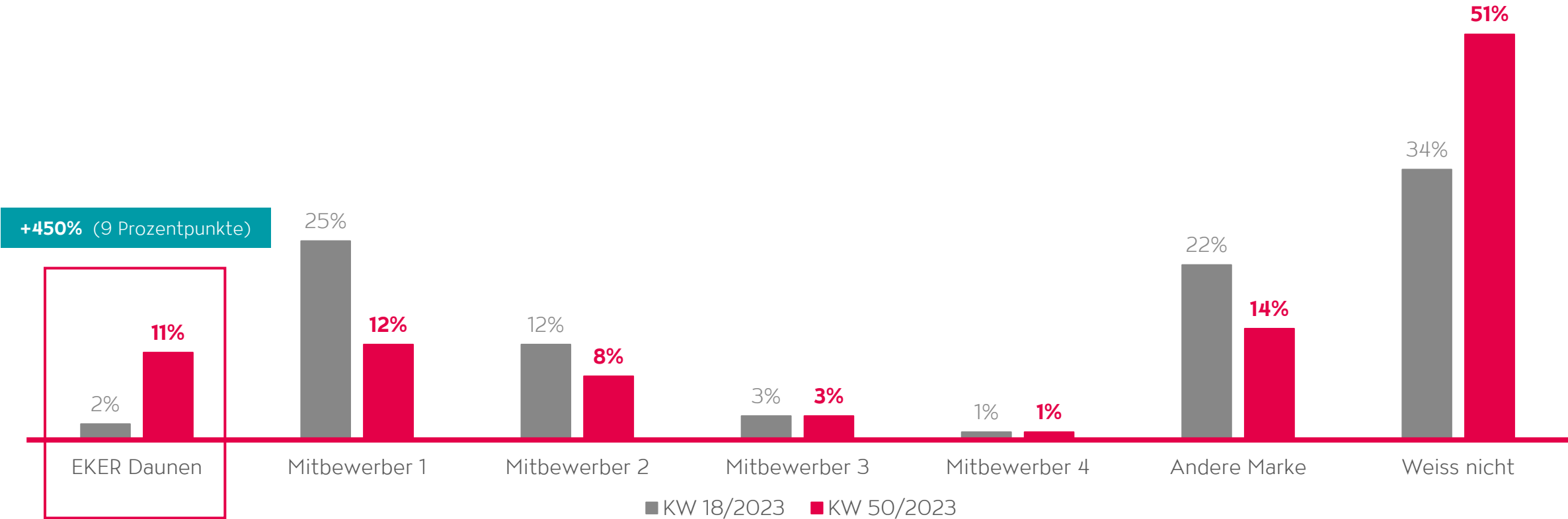
Markensympathie, TOP2 (eher sympathisch/ sehr sympathisch)



Quelle: Admeira, AdPanel, Welle 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Deutlichster Sprung bei der Markenpräferenz

Frage: Angenommen, Sie müssten sich für eine der folgenden Marken entscheiden, welche Marke würden Sie wählen?

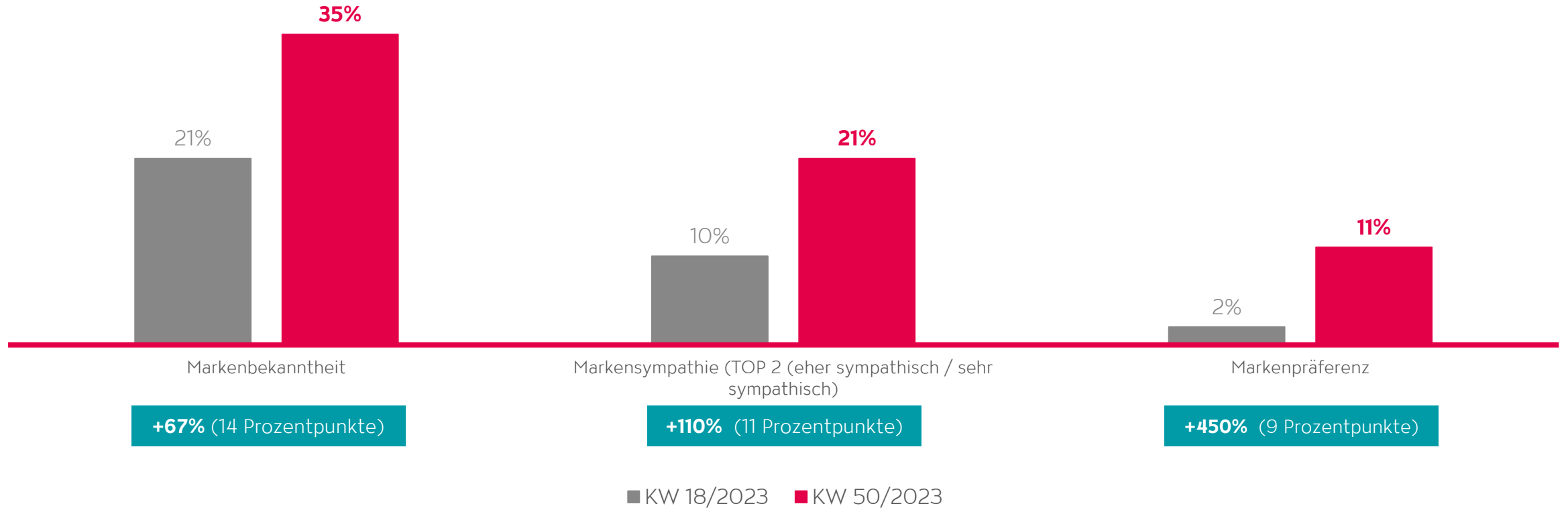


Quelle: Admeira, AdPanel, Welle 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Zwischen Pre- und Posttest schaffte es unser Kunde, in seinem Segment Bekanntheit, Sympathie und Markenpräferenz deutlich zu steigern.

So schiebt sich Eker Daunens gegenüber den Mitbewerbern bei allen 3 KPI auf den 3. Rang.

Eker Daunen steigert die Marken-KPI deutlich



Quelle: Admeira, AdPanel, Welle 18 & 50/2023, GfK Switzerland

Das Beste zum Schluss...

Ø-Wochen-Umsatz online und stationär indexiert



Der Ø-Wochenumsatz kann während der TV-Kampagne auf SRF deutlich zulegen.

Methodischer Steckbrief

Methode: Mehrthemenbefragung im GfK-Online-Bus

Universum: Online-Bevölkerung der Deutschschweiz, 15 - 74 Jahre im Online-Nutzerkreis
(Nutzung: mehrmals täglich, täglich oder fast täglich, mehrmals pro Woche, ungefähr einmal pro Woche oder weniger als einmal pro Woche)

Stichprobenverfahren: Bevölkerungs-repräsentativ nach soziodemographischen Merkmalen, Random-Quota-Verfahren

Quoten: Geschlecht, Alter (3 Gruppen), WEMF-Gebiete (3 Gruppen)

Gewichtung: Die Daten wurden nach folgenden Kriterien gewichtet: Geschlecht x Alter (4 Gruppen), Erwerbstätigkeit (4 Gruppen), Schulbildung (2 Gruppen), Super WG (7 Gruppen in Deutschschweiz), Siedlungsart (2 Gruppen).
Mit der Gewichtung werden die Daten optimal an die Strukturen der Grundgesamtheit angepasst.

Stichprobe: Interviews in D-CH: Woche 18/2023: n=760 Woche 50/2023: 757

Feld: Woche 18: 04.05.2023 - 09.05.2023 / Woche 50: 14.12.2023 – 19.12.2023

Durchführendes Institut: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

Vielen Dank.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns gerne.

Samuel Fahrni
Research Specialist
E-Mail: samuel.fahrni@admeira.ch
Telefon: 058 909 97 23

Yvonne Rüegg
Research Specialist
E-Mail: yvonne.rueegg@admeira.ch
Telefon: 058 909 93 42

Möchten Sie **immer
up to date** sein?
Dann **abonnieren** Sie
unsere Newsletter!

Jetzt anmelden!

