

## Hintergrund

Es ist irreführend bei der Wahl der Werbekanäle nur auf die Reichweite zu achten. Nach 270 Kampagnentests wissen wir, dass die Akzeptanz der unterschiedlichen Werbekanäle die tragende Rolle spielt.

Beispielsweise kann Awareness nicht generiert werden, wenn Werbung auf dem entsprechenden Kanal als störend empfunden wird. Hier gibt es eine breite Range, die sich je nach Zielgruppe deutlich unterscheidet.

**Im Vergleich zu allen anderen Media-Performance-Tools berechnen wir die Leistung auf Basis der Werbebeachtung (Reichweite) sowie der Akzeptanz der Kanäle.** Das Tool arbeitet mit Daten aus 3'886 Interviews (Personen 18 – 69), welche von Januar bis November 2022 in der deutschen und französischen Schweiz durchgeführt wurden. Die Fehlerspanne beträgt +/- 1.6%!

**→ Je nach Zielgruppe und Kampagnenziel erhalten Sie einen analytischen Leistungsvergleich aller relevanten Werbekanäle.**

## Funktionsweise

Auf Basis von 3'886 Interviews, wurden Algorithmen geschaffen und in Excel übertragen, was die Auswertung nach demographischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Bildung & Siedlungsart) ermöglicht. Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit die Kriterien entsprechend zu gewichten.

## Einfache Bedienung

### Step 1 – definieren Sie Ihre Zielgruppe

<u>Alter &amp; Geschlecht</u>		
	Männer	Frauen
18 - 29	100%	100%
30 - 39	100%	100%
40 - 49	100%	100%
50 - 59	100%	100%
60 - 69	100%	100%
<u>Bildungsniveau</u>		
niedrig	100%	
mittel	100%	
hoch	100%	
<u>Siedlungsart</u>		
Top 5 Agglos	100%	
restliche Gebiete	100%	

100% bedeutet, dass Sie alle Personen aus dem jeweiligen Segment erreichen möchten

Wenn Sie nichts eingeben, bzw. den Wert auf Null setzen, wird das Segment nicht berücksichtigt

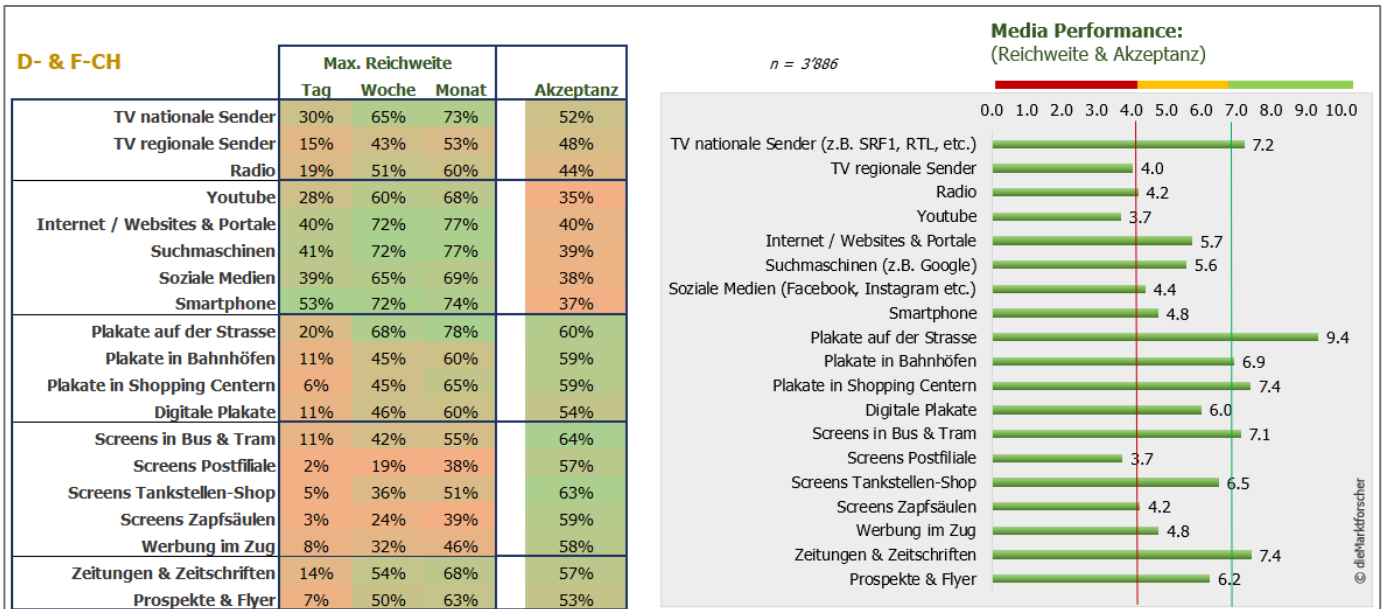
Sie haben die Möglichkeit die Zielgruppen zu gewichten. Verändern Sie einfach die %-Werte

**Step 2 – Gewichtung von Reichweite & Akzeptanz**

<b>Priorität</b>		}	Kampagnen mit kurzer Wirkungsdauer (z.B. Sales Kampagnen) sollten im Verhältnis 70/30 gewichtet werden
<b>Reichweite</b>	50%		
<b>Akzeptanz</b>	50%		

Bei Imagekampagnen muss die Gewichtung mind. 50/50 betragen

**Resultate**



- Die Grafik widerspiegelt die Reichweite & Akzeptanz auf einem 10 Punkte-System. **Je höher die Punktzahl, umso höher die zu erwartende Werbewirkung!**
- **Sie erhalten die Ergebnisse für beide Sprachgebiete (D- & F-CH) sowie im Total. Dabei werden vor allem die Unterschiede der beiden Sprachgebiete ersichtlich.**

**Preise (exkl. MWST)**

- Auswertung für eine Zielgruppe: 1'900 CHF
- Gesamtes Datenpaket & Auswertungstool: 16'000 CHF

## Leistungsumfang

### Auswertung für eine einzelne Zielgruppe

- Detaillierte Daten (Reichweite & Akzeptanz)
- Mediapformance (Kanalempfehlung)
- Jeweils nach Sprachgebiet und im Total
- ➔ **Die Daten erhalten Sie in Form eines geschützten Excel-Files**

### Gesamtes Datenpaket

- Auswertungstool mit demographischen Filterkriterien (Geschlecht, Alter, Bildungsniveau und Siedlungsart)
- Je nach Ziel der Kampagne kann die Gewichtung der Reichweite & Akzeptanz selbst definiert werden
- Unbegrenzte Nutzungsdauer

## Kontakt

Thorsten Stutzmann & Team

M: [kontakt@diemarktforscher.org](mailto:kontakt@diemarktforscher.org)

P: 079 697 21 85

dieMarktforscher.org

Hauptstrasse 45

Postfach 26

CH-8762 Schwanden

## Datengrundlage

<b>Methode</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Online Interviews CAWI von Personen im Alter von 18 – 69 Jahren</li><li>➤ Repräsentatives Stichprobenverfahren</li><li>➤ Gewichtung der Sprachgebiete 72% D-CH / 28% F-CH</li></ul>
<b>Anzahl Interviews &amp; Vertrauensbereich</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Total 3'886 Interviews (Vertrauensbereich +/- 1.6%)</li><li>➤ D-CH 2'897 Interviews (Vertrauensbereich +/- 1.8%)</li><li>➤ F-CH 989 Interviews (Vertrauensbereich +/- 3.1%)</li></ul>
<b>Quoten</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Geschlecht 50/50</li><li>➤ Altersgruppen 18 – 29, 30 – 39, 40 – 49, 50 – 59, 60 – 69 jeweils 1/5</li></ul>
<b>Durchführung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Die Datenerhebung erfolgte in 7 Wellen (KW2 , KW13, KW 23, KW 29, KW31, KW 38, KW 42 2022)</li></ul>
<b>Institut</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ dieMarktforscher.org</li></ul>