SevenOne Media

Wir bewegen Marken

KAUFLAND ATV CASE REPORT

Juni 2018

Kaufland Kampagnen KPIs

ATV Kaufland Tipp-Kick Aktion 2018	
Kampagne	SwitchIn XXL
Zeitraum	07.06. - 20.06.2018
AIs	7.549.553
Clicks	22.443
Ø Clickrate	0,30% CTR

Quelle: SevenOne Media, Juni 2018

Microsite erzielt starke Aufenthaltsdauer von fast 2 Minuten

1 Min 40s Aufenthalts-dauer auf der Microsite

ATV Kaufland Tipp-Kick Microsite	
Visits	22.443
Ø Aufenthaltsdauer	1 Min 40s
Ø Aktionen pro Besuch	13
Tipp-Kick gestartet	9.907
Erneut gespielt	3.808

Quelle: SevenOne Media, Juni 2018

ATV Kampagne mit 0,27% durchschnittlicher Clickrate

SwitchIn XXL Pure

Medium Rectangle

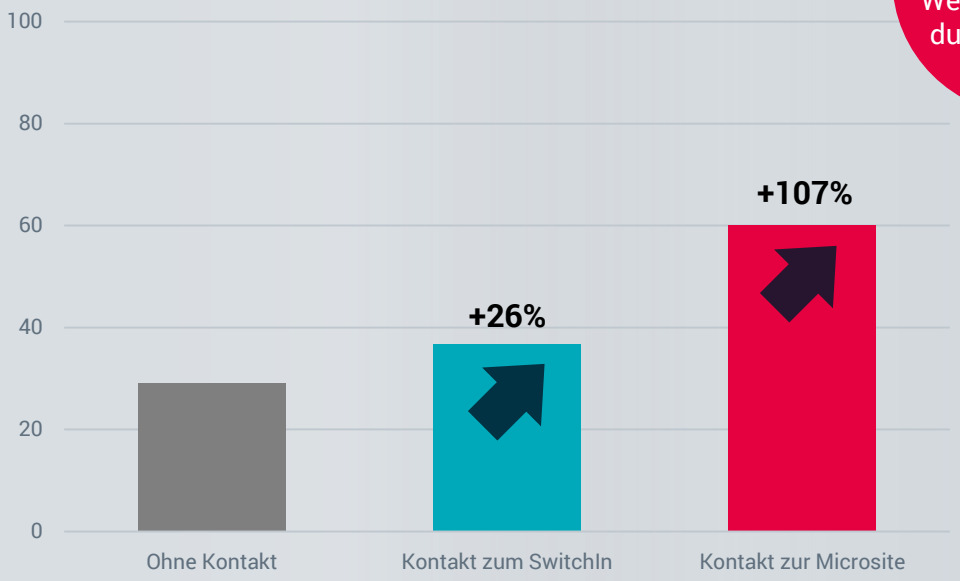
0,27% CTR

Microsite mit Tipp-Kick Aktion
Gewinnspiel & Shopfinder

Quelle: SevenOne Media, Juni 2018

Kontakt zur Microsite stärkt die Werbeerinnerung deutlich

Gestützte ATV-Kampagnenerinnerung
Angaben in Prozent



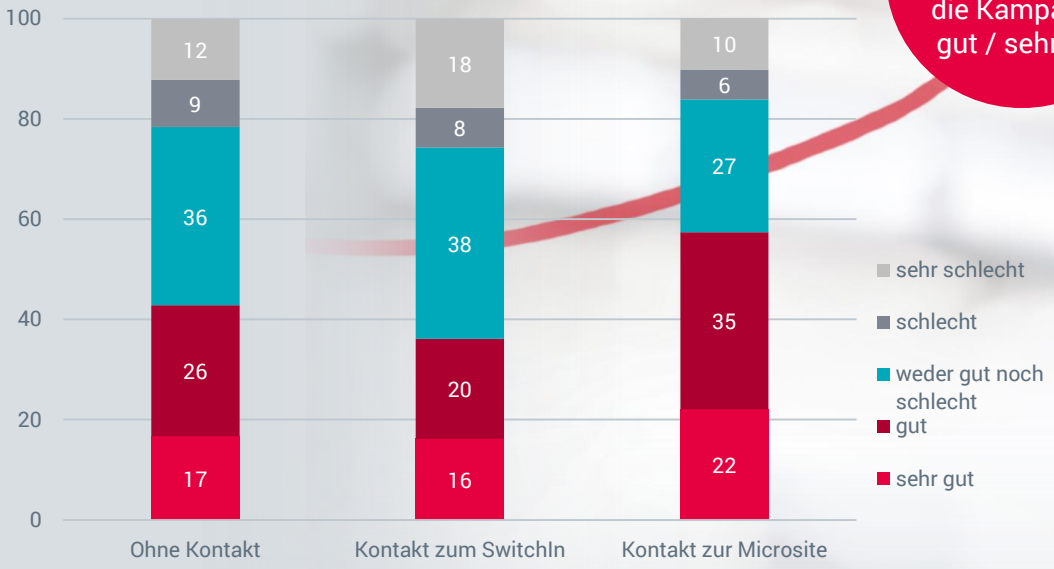
+107%
Gesteigerte Werbeerinnerung durch Microsite

Es gibt zurzeit eine Aktion zur anstehenden Fußball-WM. Unter anderem wurde dabei im Fernsehen über Einblendungen auf diese Aktion hingewiesen.
Haben Sie diese Aktion im Fernsehen wahrgenommen?
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx; Quelle: SevenOne Media

SevenOne Media

... und pusht auch die Kampagnenbewertung

Gefallen ATV-Kampagne
Angaben in Prozent

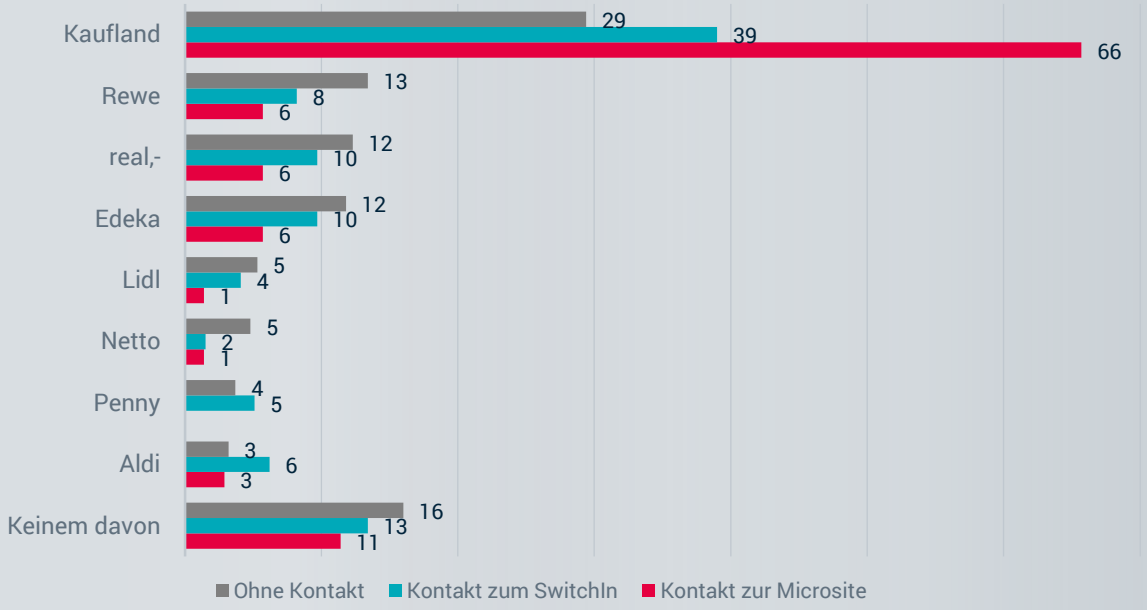


57%
mit Microsite Kontakt bewerten die Kampagne gut / sehr gut

Und wie gefällt Ihnen diese Einblendung?
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, wenn Kampagne wahrgenommen
Quelle: SevenOne Media

Kampagne wird am häufigsten Kaufland zugeordnet

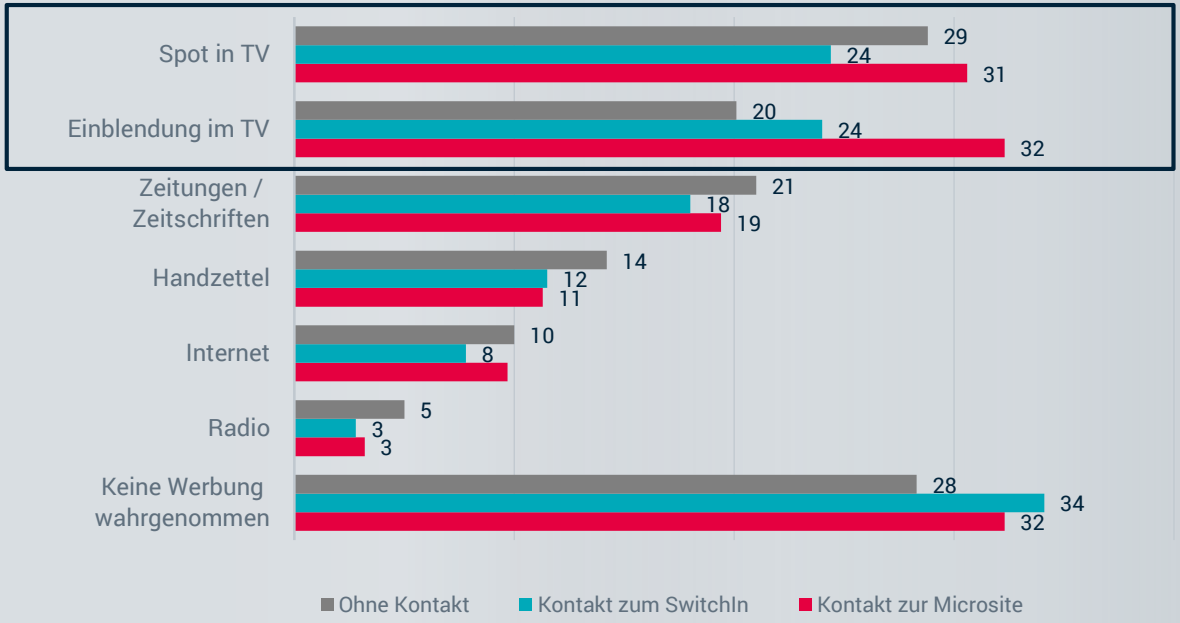
Zuordnung Kampagne
Angaben in Prozent



Welchem dieser Händler würden Sie die Kampagne am ehesten zuordnen?
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, wenn Kampagne wahrgenommen
Quelle: SevenOne Media

Kampagne wurde hauptsächlich im TV wahrgenommen

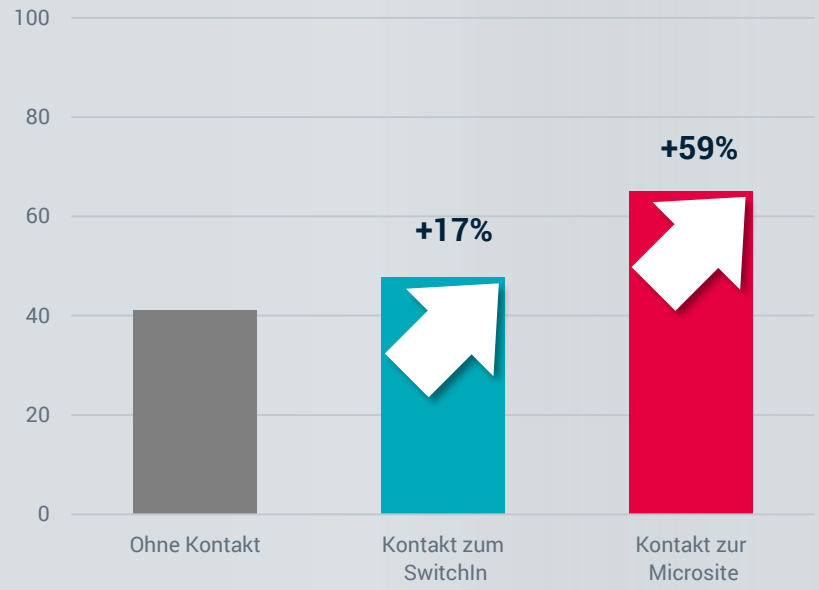
Wahrnehmung Tipp-Kick-Kampagne allgemein
Angaben in Prozent



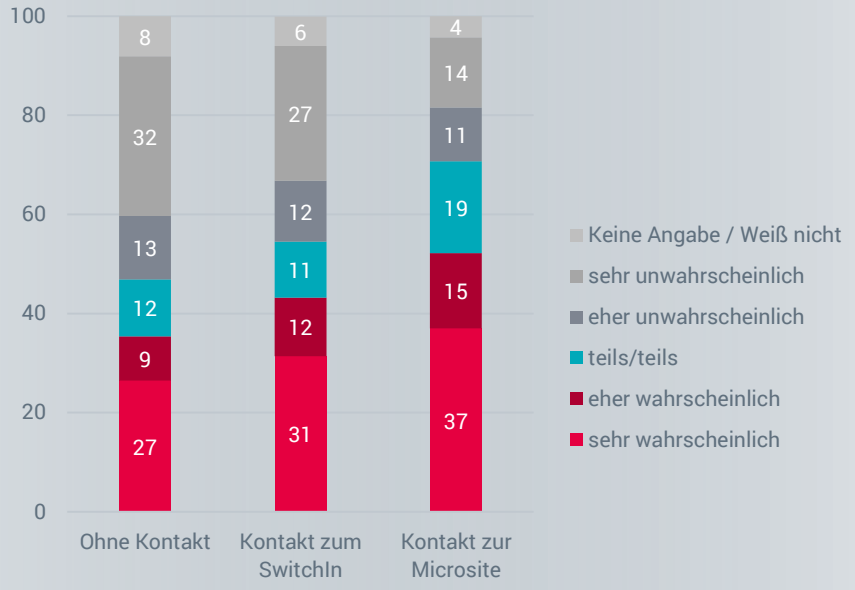
Neben den Einblendungen im Fernsehen hat Kaufland noch in weiteren Medien auf diese Aktion hingewiesen. Können Sie sich daran erinnern diese Werbung in den folgenden Medien wahrgenommen zu haben?
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, die mind. einmal im Monat bei Kaufland einkaufen, wenn Kaufland bekannt; Quelle: SevenOne Media

Microsite-User sind eher Kunden von Kaufland

Kauffrequenz Kaufland – Mindestens einmal im Monat
Angaben in Prozent



Einkaufswahrscheinlichkeit Kaufland (für die nächsten 4 Wochen)
Angaben in Prozent



Rechts: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie bei Kaufland in den nächsten 4 Wochen einkaufen gehen werden? Bitte bewerten Sie anhand einer Skala von 1 bis 5.
Die 1 bedeutet „sehr wahrscheinlich“ und die 5 „sehr unwahrscheinlich“.
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, wenn Kaufland bekannt; Quelle: SevenOne Media

SevenOne Media

Microsite steigert die Werbewirkung deutlich

- SwitchIn XXL steigert die Kampagnenerinnerung um 26 Prozent, die Microsite sogar um 107 Prozent
- 66 Prozent der Befragten mit Kontakt zur Microsite ordnen die Kampagne richtig zu
- Mit Kontakt zur Microsite wird die Addressable TV-Kampagne von 57 Prozent als gut oder sehr gut bewertet
- Die Kampagne wurde hauptsächlich im TV wahrgenommen - sowohl via TV-Spot als auch via SwitchIn

SevenOne Media

Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	SmartTV-Onlinebefragung über Connected TV anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
Auswahlverfahren	Einladung über SwitchIns
Zeitraum	08. Juni bis 24. Juni 2018
Stichprobe	Ohne Kontakt: n= 678, SwitchIn: n= 554, Microsite: n= 118
Inhalt	Gestützte ATV-Kampagnenerinnerung, Zuordnung Kampagne, Gefallen ATV-Kampagne, Kauffrequenz Kaufland, Wahrnehmung Tipp-Kick-Kampagne allgemein, Kaufwahrscheinlichkeit Kaufland

SevenOne Media

WIR BEWEGEN MARKEN

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE