seven.one MEDIA

nø cosmetics

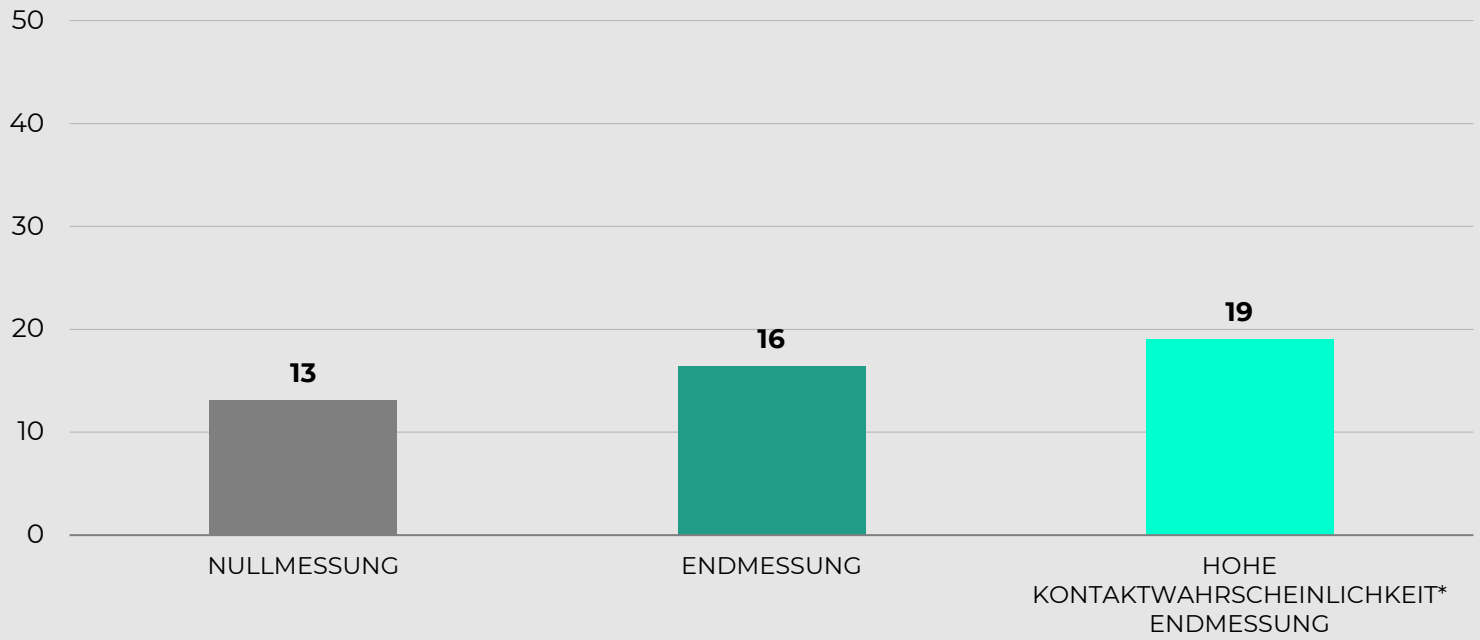
Begleitforschung TV-Flight 2021

STECKBRIEF

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Frauen 20-65 Jahre, regelmäßige Nutzung ProSieben, SAT.1, sixx
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogen
Zeitraum	Nullmessung: 19.-22.10.2021 // Endmessung: 22.-24.11.2021
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.052 // Endmessung: n = 1.050
Wirkungsmaße	Gestützte Bekanntheit, gestützte Werbeerinnerung, Relevant Set, Image nø cosmetics

BIS ZU 19 PROZENT KENNEN NØ COSMETICS

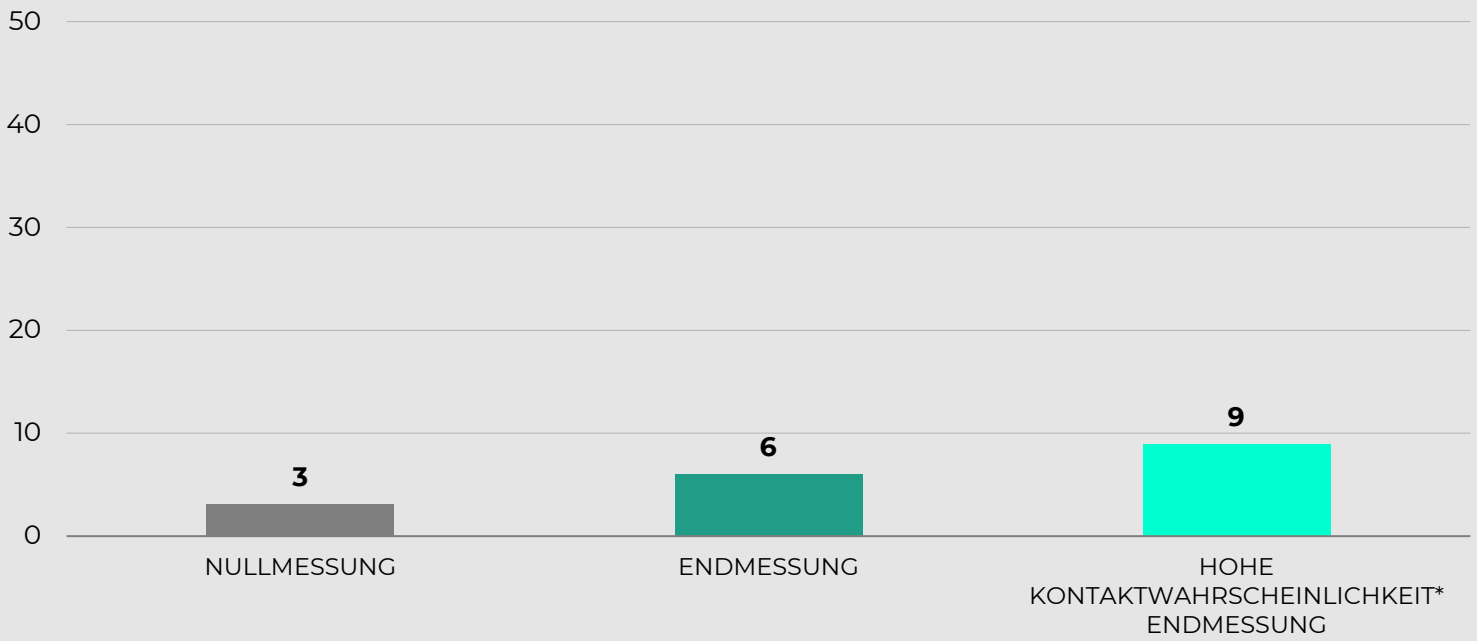
GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT – NØ COSMETICS
Angaben in Prozent



Nun geht es um pflegende Kosmetik. Welche der folgenden Marken kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: Frauen 20-65 Jahre
Quelle: Seven.One Media / Payback // *Mind. wöchentliche Nutzung Top4-Sendungen

NEUN PROZENT ERINNERN SICH AN WERBUNG FÜR NØ COSMETICS

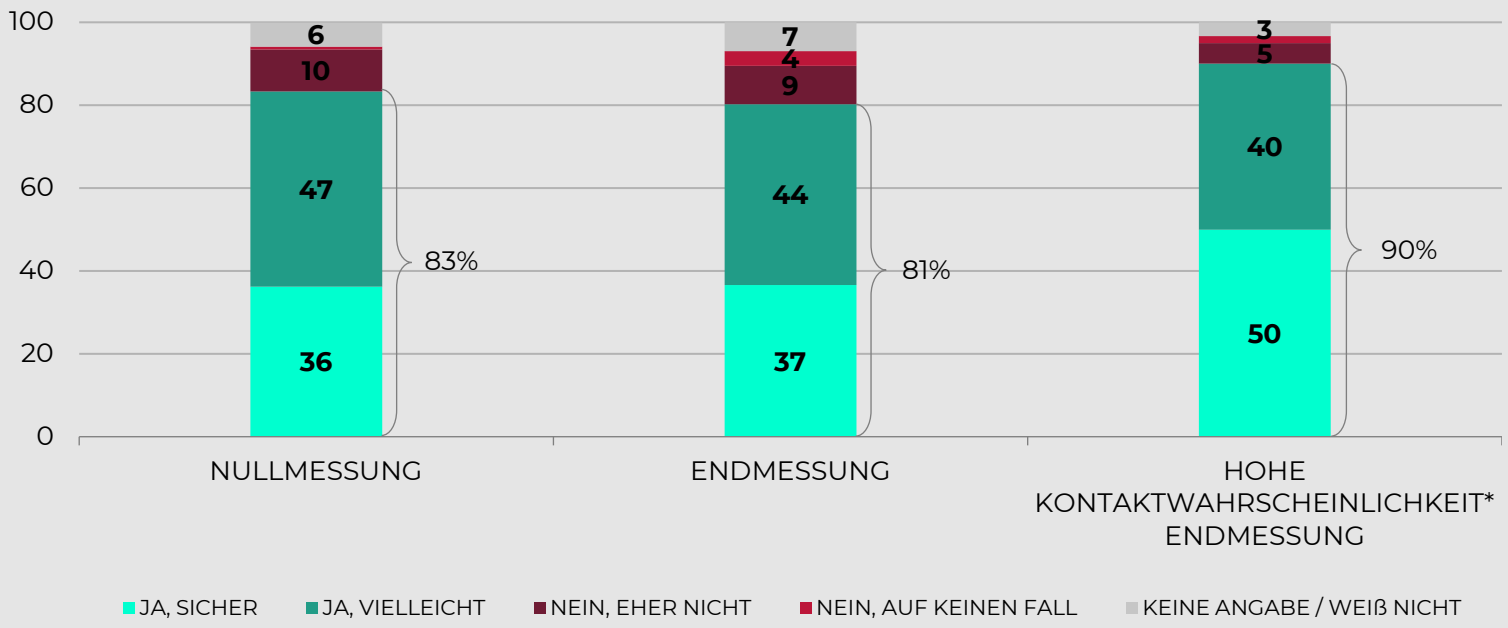
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG – NØ COSMETICS
Angaben in Prozent



Und für welche der folgenden Marken für pflegende Kosmetik haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: Frauen 20-65 Jahre, wenn mind. eine Marke bekannt
Quelle: Seven.One Media / Payback // *Mind. wöchentliche Nutzung Top4-Sendungen

TV-KONTAKT STEIGERT DIE KAUFBEREITSCHAFT

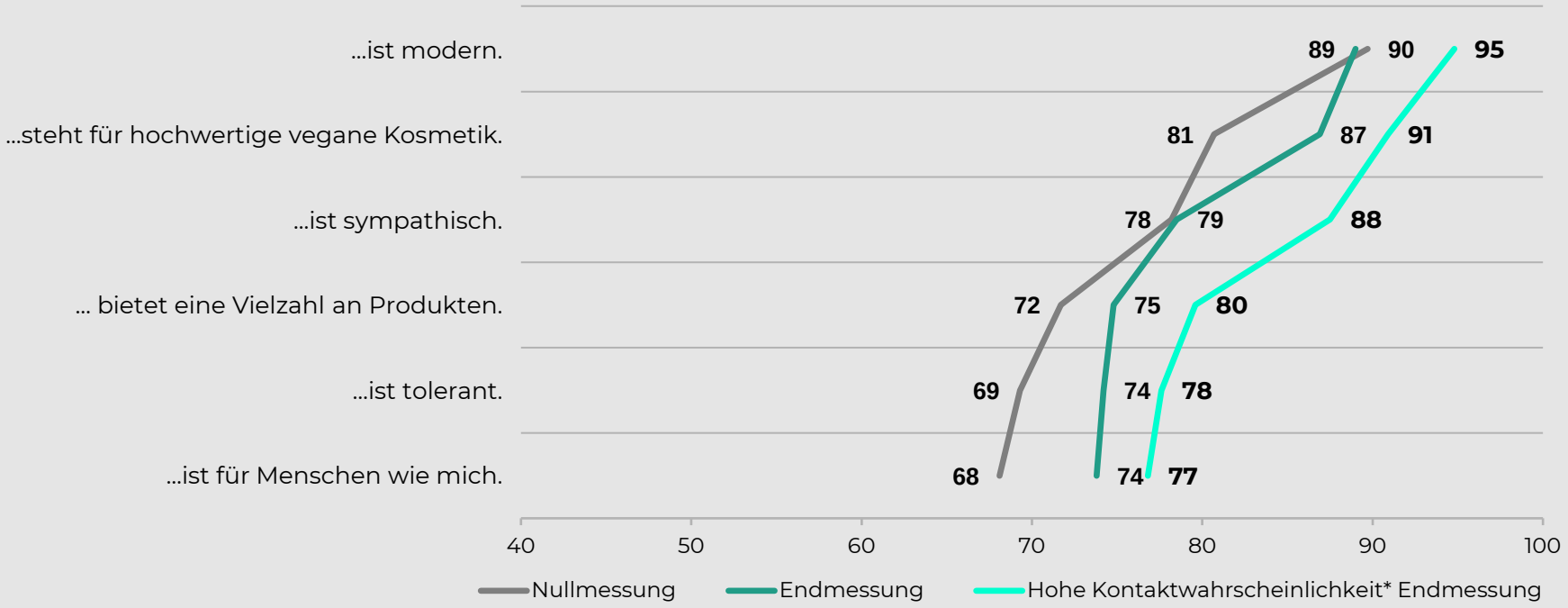
RELEVANT SET: NØ COSMETICS
Angaben in Prozent



Angenommen Sie möchten eine neue pflegende Kosmetik wie eine Tagescreme oder ein Serum für sich oder als Geschenk kaufen, käme dabei ein Produkt von nø cosmetics für Sie in Frage?
Basis: Frauen 20-65 Jahre, wenn nø cosmetics bekannt
Quelle: Seven.One Media / Payback // *Mind. wöchentliche Nutzung Top4-Sendungen

TV-FLIGHT MIT POSITIVEM EFFEKT AUF DAS IMAGE

IMAGE NØ COSMETICS
Angaben in Prozent (Top2), ohne KA-Option



Sie sehen hier einige Eigenschaften, mit denen man den Kosmetikhersteller nø cosmetics beschreiben kann. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie der jeweiligen Aussage zu nø cosmetics zustimmen. nø cosmetics ...
Basis: Frauen 20-65 Jahre, wenn nø cosmetics bekannt // *Mind. wöchentliche Nutzung Top4-Sendungen // Quelle: Seven.One Media / Payback

KEY FACTS

- Die Bekanntheit von nø cosmetics steigt im Zeitverlauf leicht an. Frauen mit hoher Kontaktwahrscheinlichkeit zum TV-Flight erreichen höhere Bekanntheitswerte.
- Auch bei der Werbeerinnerung zeigt sich dieses Bild, am häufigsten erinnern sich Frauen mit hoher Kontaktwahrscheinlichkeit an Werbung für die Kosmetikmarke.
- Zwischen 80 und 90 Prozent können sich einen Kauf von Produkten von nø cosmetics vorstellen. Auch hier erhöht der wahrscheinliche Kontakt zur TV-Kampagne das Niveau.
- Das Image von nø cosmetics ist unter den Kennerinnen der Marke insgesamt sehr gut. Die Marke gilt als modern, verkörpert hochwertige vegane Kosmetik und ist sympathisch.

Fazit

Trotz eher niedriger GRP in der Zielgruppe wurden positive Entwicklungen angestoßen.

Advertising and Media Research

JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4
85774 Unterföhring
+49 (0) 89/9507-41 83
jennifer.osterhold@seven.one