

# Patros Native-Kampagne auf chefkoch.de 2020

Kampagnenbegleitstudie



# Agenda

1. Hintergrund, Methodik und demographisches Profil
2. Werbewirkung
3. Markenkennwerte
4. Fazit





# 1. Hintergrund, Methodik und demographisches Profil

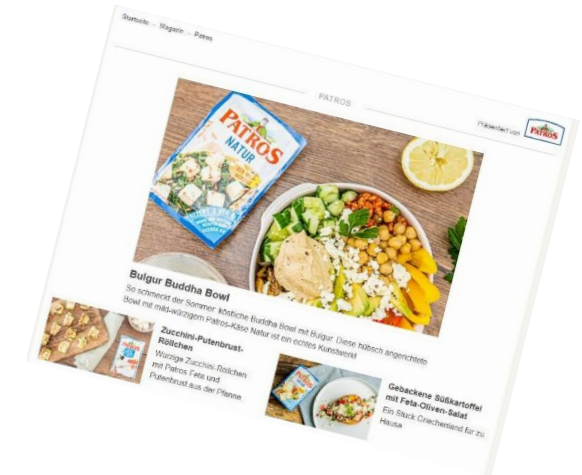
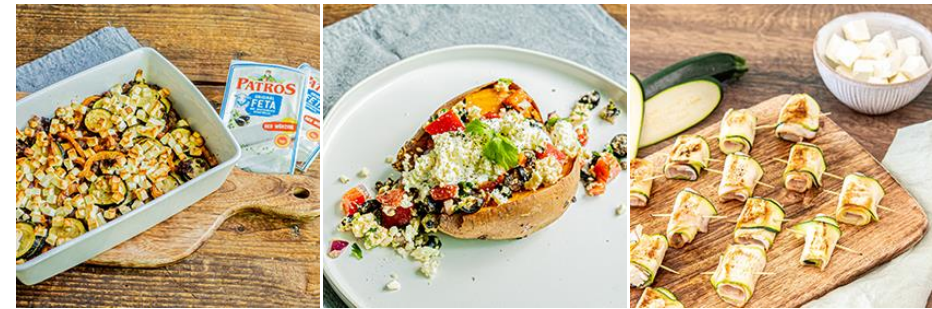


# Studienhintergrund

Vom 01.-29.07.2020 sollte die Fetakäse-Marke Patros dem Publikum hautnah präsentiert werden. Dazu wurden vier verschiedene native Rezeptvideos rund um die Verwendung des Produktes gedreht und auf chefkoch.de platziert.

Flankiert wurde die Integration durch diverse Werbemittel, wie Native Teaser oder Native Listing Ads, mit einem Kampagnenvolumen von 5,7 Mio. AI's.

Im Rahmen der Kampagnenbegleitstudie wurde die Wirkung auf diverse Brand- und Image-KPIs untersucht. Für die Wirkungsmessung diente eine Test- und eine Kontrollgruppe.







# Studiensteckbrief

## Methodik:

- Befragung über die Online-Access-Panels „I love MyMedia“, „Love2say“, „Entscheiderclub“ und „Trendsetterclub“

## Zielgruppe/ Stichprobe:

- Erwachsene 16-59 Jahre
- Testgruppe n= 305 Personen mit Kontakt zur Kampagne
- Kontrollgruppe n= 303 Personen ohne Kontakt zur Kampagne

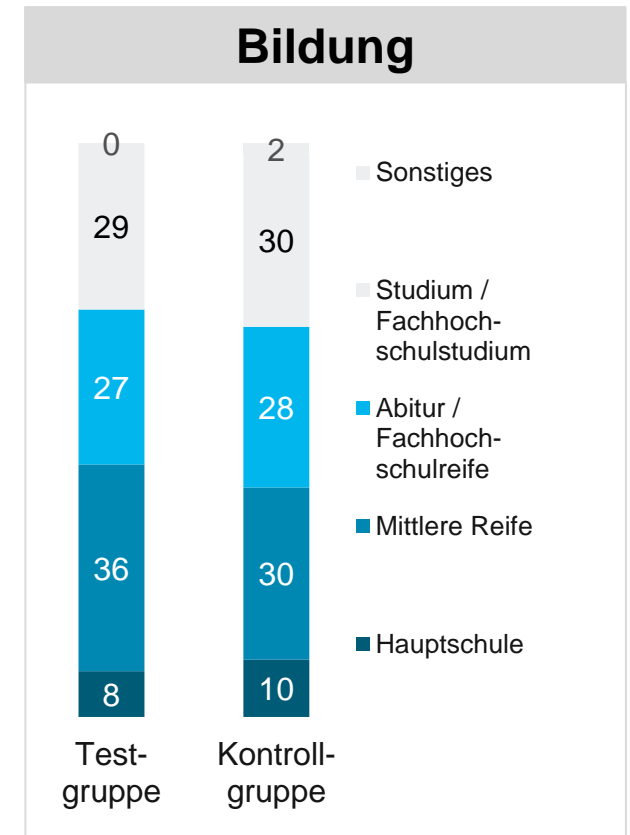
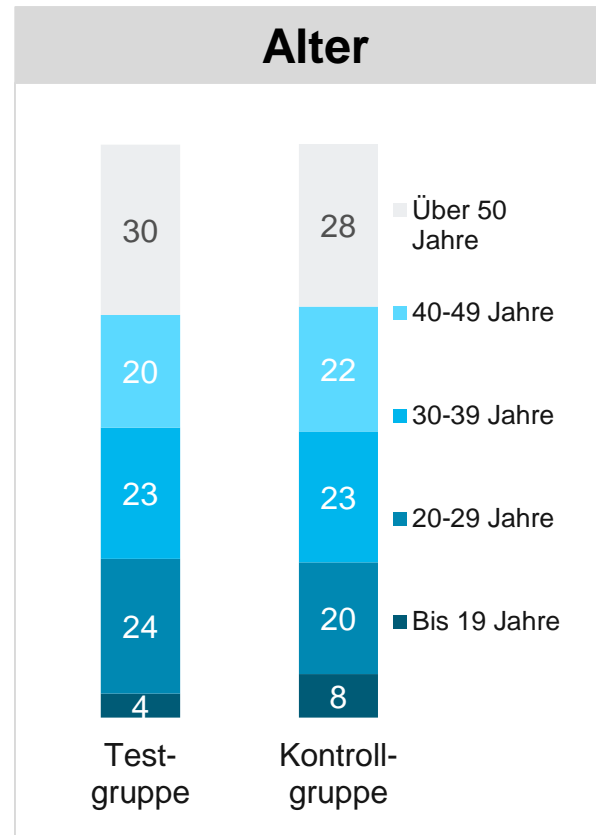
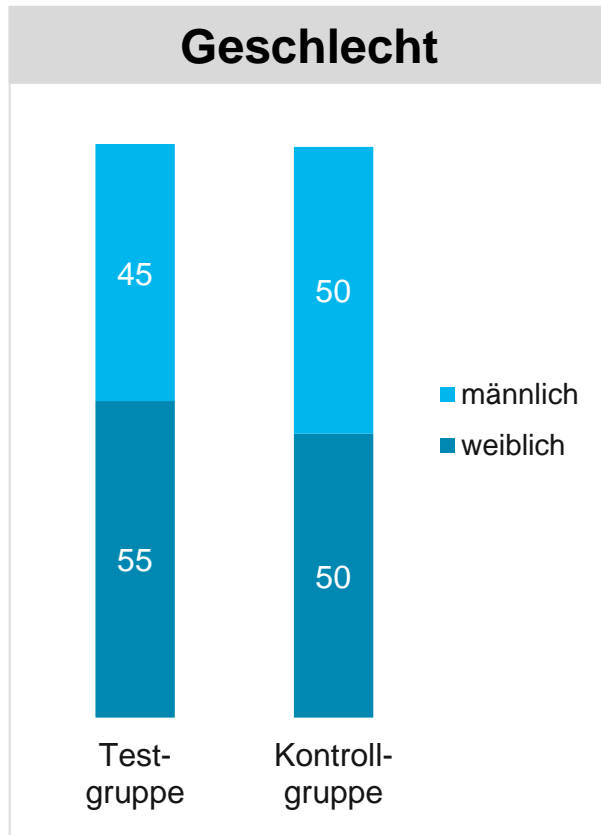
## Befragungszeitraum:

- 29.-31.07.2020 (am Ende der Kampagne)



# Soziodemografisches Profil I

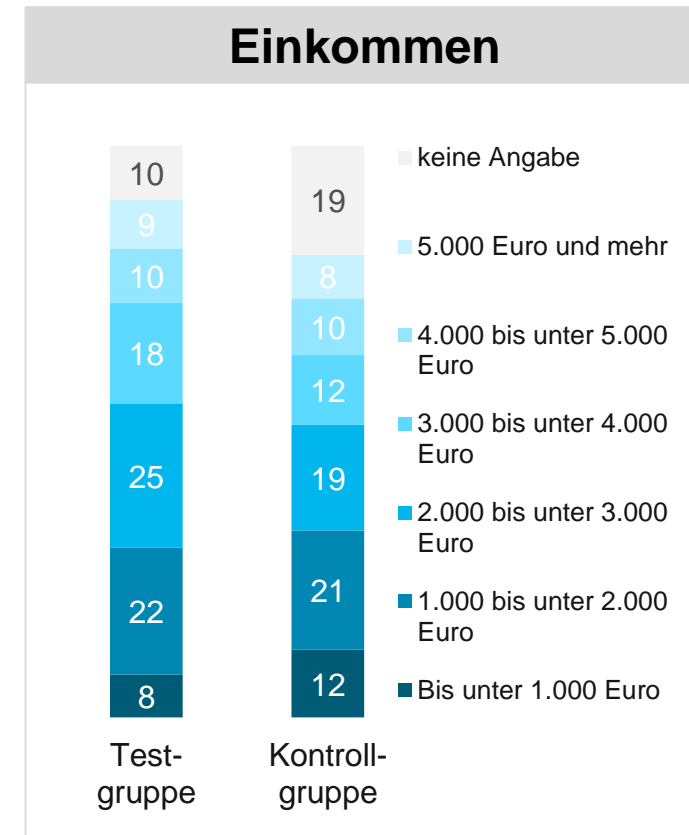
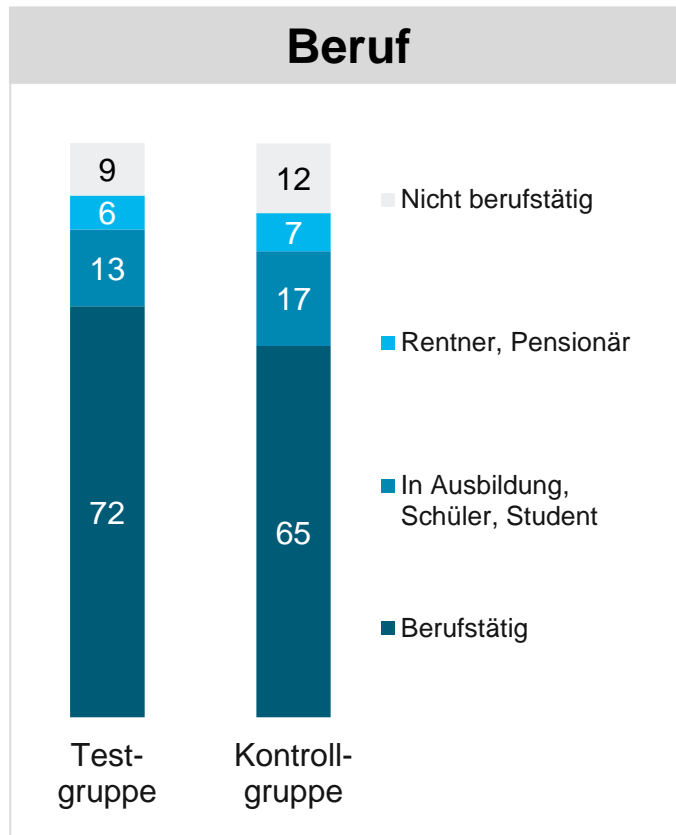
Angaben in %





# Soziodemografisches Profil II

Angaben in %



## 2. Werbewirkung

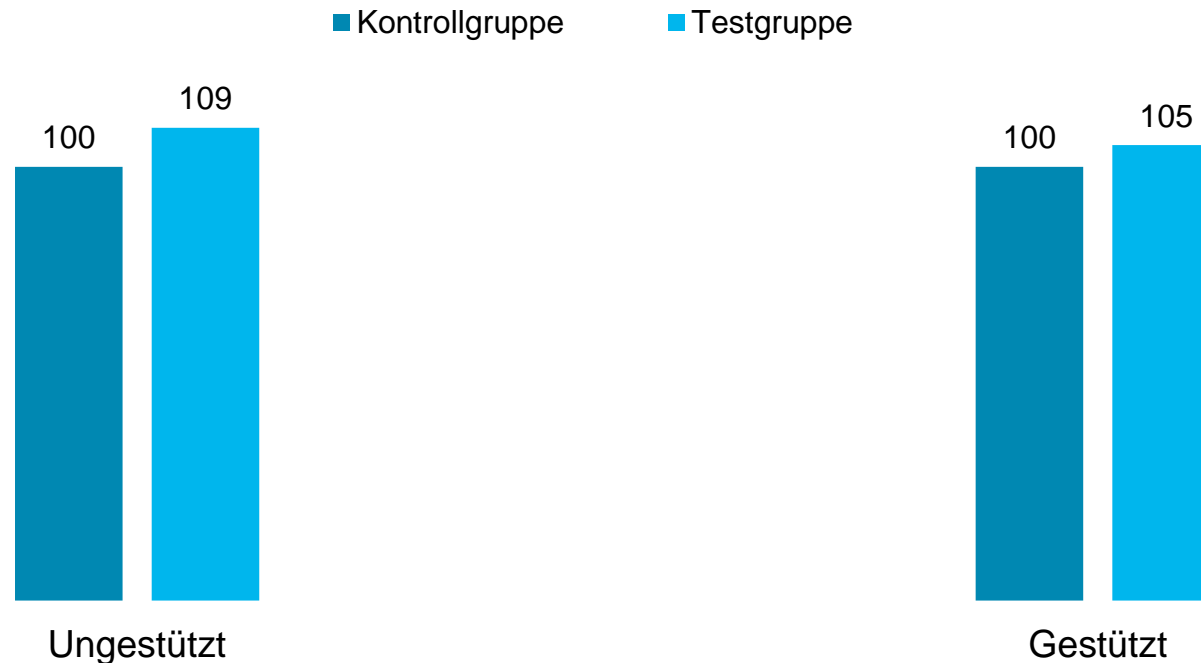






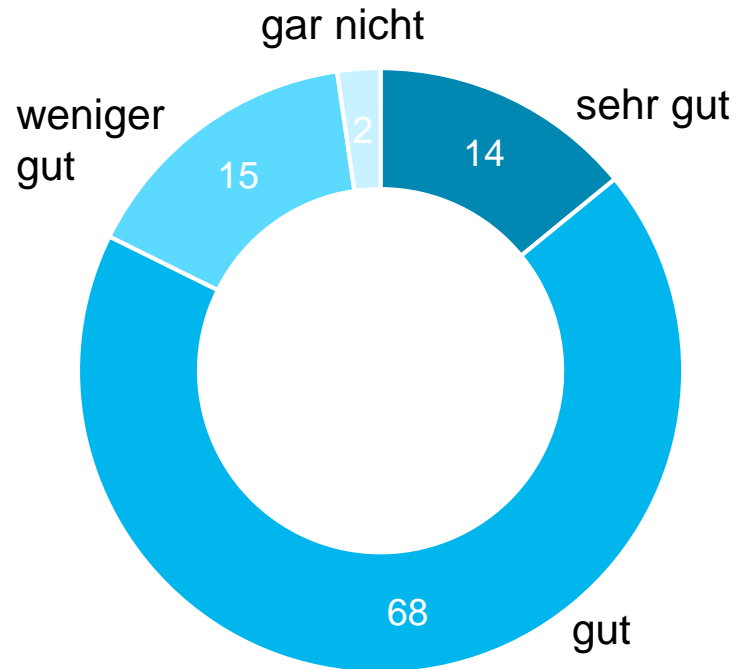
## Die Werbeerinnerung für Patros nimmt im Kampagnenverlauf zu – ungestützt und gestützt

Werbeerinnerung, Angaben in Indizes

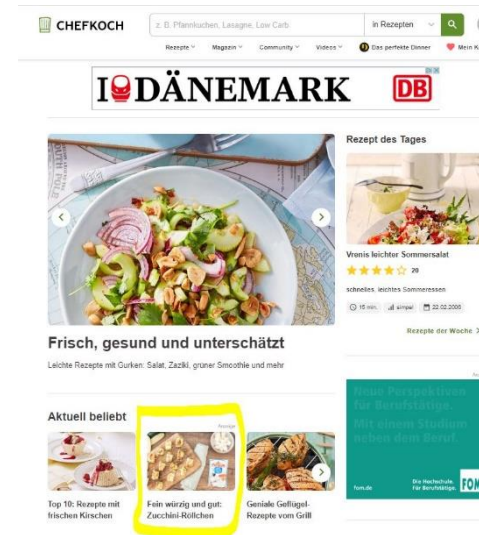


# Die Werbung von Patros kommt bestens an – 82% der Befragten bewertet sie als sehr gut oder gut

Recognition und Gefallen der Werbemittel, Angaben in %, nur Testgruppe



23% haben die Werbemittel wahrgenommen



Quelle: Ad Alliance, Kampagnenbegleitstudie Patros 2020 / Basis: Testgruppe n=306. Fragen: „Nun zeigen wir Ihnen verschiedene Werbemotive von Patros. Haben Sie diese in letzter Zeit im Internet gesehen?“ „Wie gut gefallen Ihnen diese Werbemotive?“



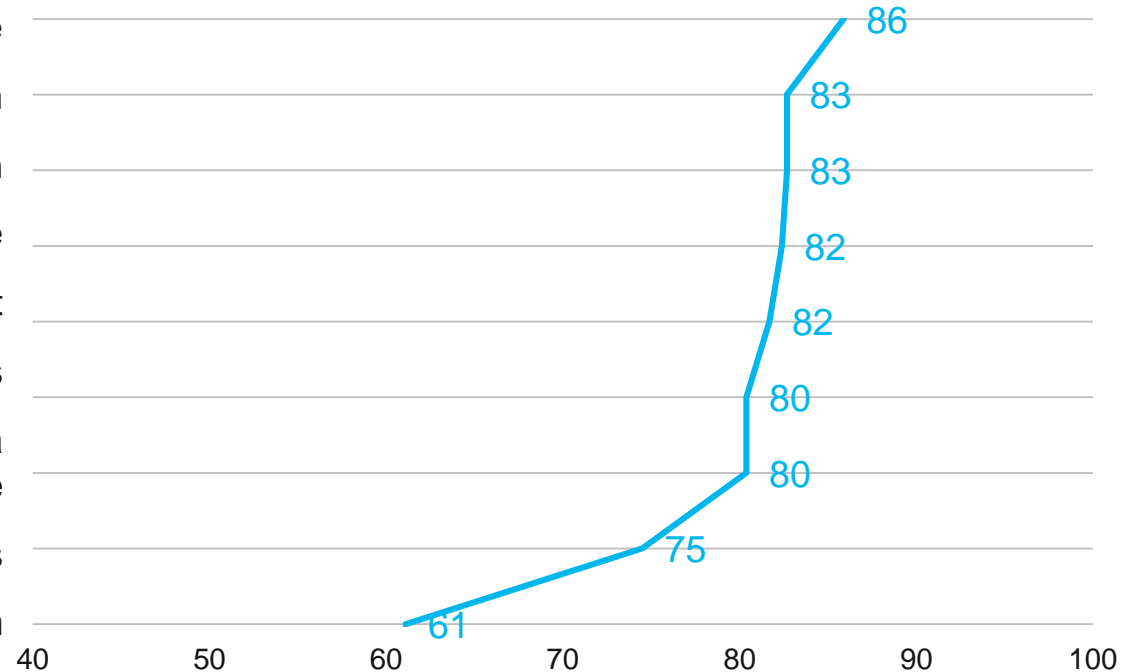


# Bestnoten in der Werbeakzeptanz der Patros-Kampagne – vor allem die Passung zu Chefkoch war perfekt

Gefallen der Werbemittel, Angaben in %, Top 2-Box, nur Testgruppe

Der Auftritt von 

- ...passt thematisch gut zu chefkoch.de
- ...ist mir sympathisch
- ...regt dazu an, das Rezept nachzukochen
- ...integriert sich gut in das Layout von chefkoch.de
- ...rückt die Marke Patros in ein positives Licht
- ...macht Appetit auf Patros
- ...bietet glaubwürdige Informationen zum Thema Kochen mit Feta-Käse
- ...ist ein toller Service der Marke Patros
- ...ist unterhaltsam



Quelle: Ad Alliance, Kampagnenbegleitstudie Patros 2020 / Basis: Testgruppe n=306. Frage: „Die Marke Patros hat mit mehreren Rezeptvideos auf der Webseite Chefkoch geworben. Dazu sehen Sie nun einige Aussagen. Bitte bewerten Sie diese Aussagen von 1=„stimme voll und ganz zu“ bis 4=„stimme überhaupt nicht zu.““

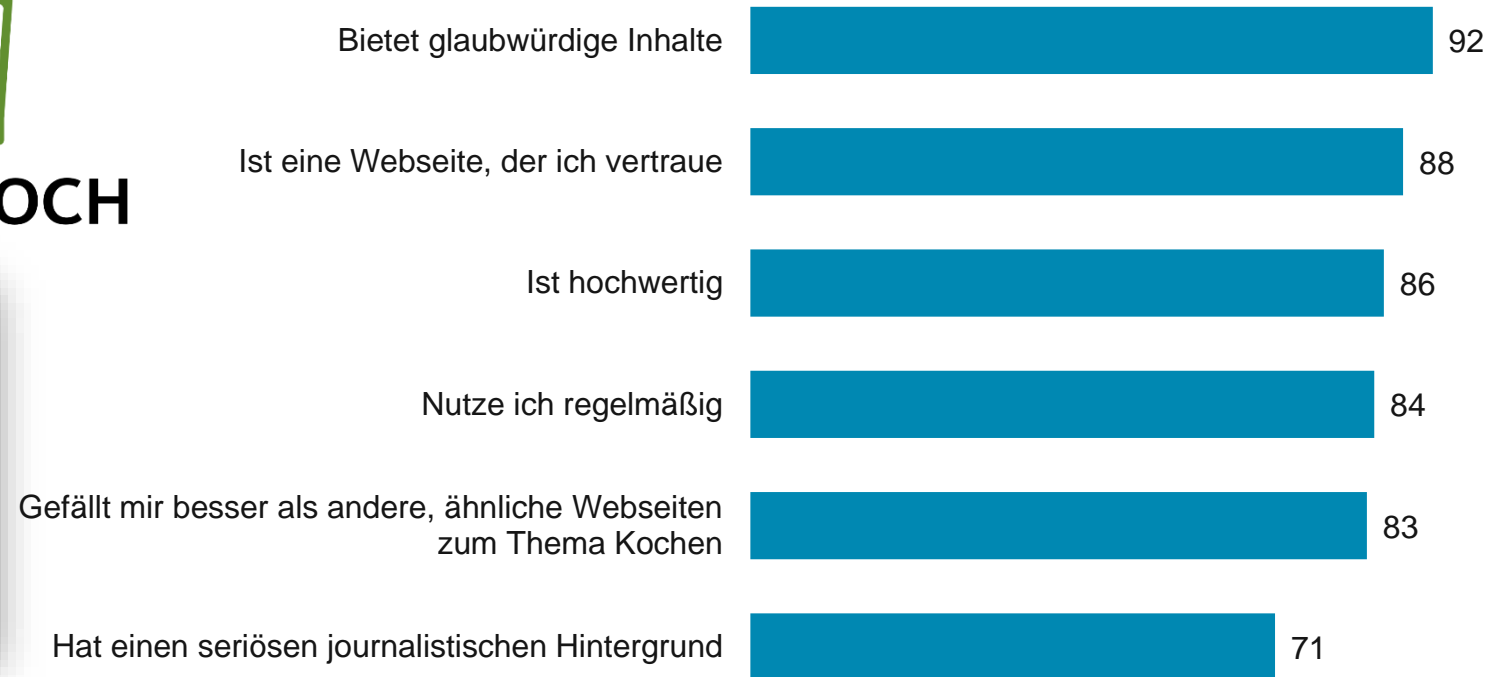
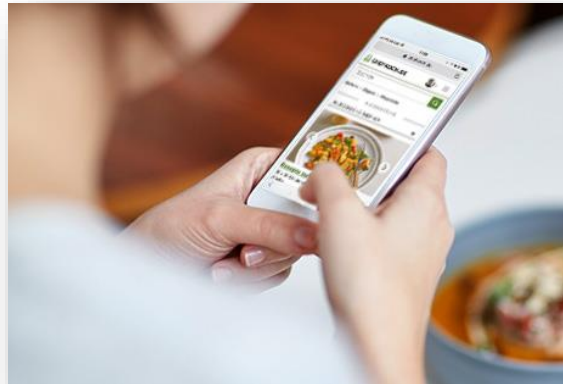


# Chefkoch bietet ein ideales Umfeld für die Markenkommunikation und wird von den Befragten äußerst positiv bewertet

Bewertung chefkoch.de, Angaben in %, nur Testgruppe



## CHEFKOCH



Quelle: Ad Alliance, Kampagnenbegleitstudie Patros 2020 / Basis: Testgruppe n=306. Frage: „Nun geht es noch kurz um die Webseite chefkoch.de. Inwiefern bewerten Sie die folgenden Aussagen zur Webseite chefkoch.de?“



# 3. Markenkennwerte



# Deutlicher Anstieg der Markenbekanntheit durch die Patros-Kampagne

Markenbekanntheit, Angaben in Indizes



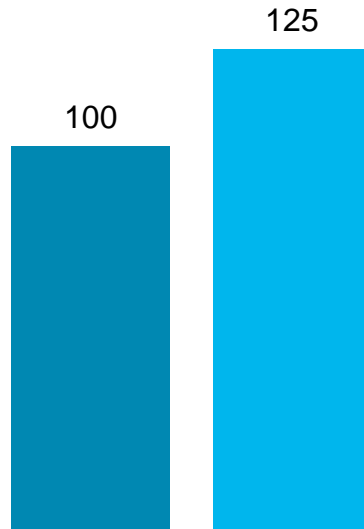
Quelle: Ad Alliance, Kampagnenbegleitstudie Patros 2020 / Basis: Testgruppe n=306, Kontrollgruppe n=303. Fragen: „Welche Fetakäse-Marken fallen Ihnen da ganz spontan ein, und sei es nur dem Namen nach?“ „Da man sich nicht immer an alles erinnern kann, werden im Folgenden einige Fetakäse-Marken aufgeführt. Welche davon kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?“



# Die Kaufrelevanz für Patros profitiert von der gelungenen Präsenz auf Chefkoch

Kaufabsicht Feta-Käse, Angaben in Indizes

■ Kontrollgruppe ■ Testgruppe



Kauf von Patros in der Zukunft



Quelle: Ad Alliance, Kampagnenbegleitstudie Patros 2020 / Basis: Testgruppe n=306, Kontrollgruppe n=303. Fragen: „Welche der folgenden Fetakäse-Marken haben Sie in den letzten 4 Wochen gekauft, ganz gleich ob für sich oder andere Personen in Ihrem Haushalt?“ „Welche der folgenden Fetakäse-Marken werden Sie in Zukunft einmal oder mal wieder kaufen?“

# 4. Fazit







## Fazit: Gelungene Native-Kampagne von Patros

Die Markenbekanntheit (ungestützt und gestützt) wird deutlich gesteigert

Patros wird als Werber erinnert und erfährt einen Uplift in der Werbeerinnerung

Deutlich gesteigerte Kaufrelevanz dank der gelungenen Präsentation des Produkts

Bestnoten für den Werbeauftritt: die Patros-Werbung erfährt eine sehr hohe Akzeptanz

Chefkoch erwies sich als die ideale Heimat für die Native-Kampagne



## Ihre Ansprechpartnerin



Sandra Vitt

Senior Consumer & Advertising Researcher

Mediengruppe RTL Deutschland GmbH  
Picassoplatz 1  
50679 Cologne

Tel.: +49 221 456-71093

[sandra.vitt@mediengruppe-rtl.de](mailto:sandra.vitt@mediengruppe-rtl.de)



Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters  
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | smartclip Deutschland GmbH und/oder  
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

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

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH  
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.  
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:  
[www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.