



AdImpact Andechser Natur

Studie zur Werbewirkung des Supplements von
Andechser Natur in der GEO Nr. 5/22



RTL Data

ANDECHSER
NATUR

Hamburg, Mai 2022



Studiensteckbrief



Methode:

Befragung nach Heftversand im Online-Access-Panel „medientrend“

Befragungszielgruppe:

GEO-Leser:innen

Stichprobenumfang:

- Testmessung: n=227

Erhebungszeitraum:

- Testmessung: 15.04.– 25.04.2022

Key Facts zur Forschung

Die Bio-Molkerei **Andechser Natur** schaltete in der Zeitschrift **GEO** (5/22) eine mehrseitige **Beilage**, gekennzeichnet als *Sonderveröffentlichung in Zusammenarbeit mit GEO*.

Das **8-seitige Supplement** beinhaltet neben zwei klassischen Anzeigen verschiedene redaktionelle Inhalte zur nachhaltigen Bewirtschaftung von Ackerboden. Das **native Werbeformat** ermöglicht dem Werbetreibenden, die Philosophie und Produktionsweise des Unternehmens umfangreich vorzustellen. und so das **Bild der Marke** positiv **zu gestalten**.

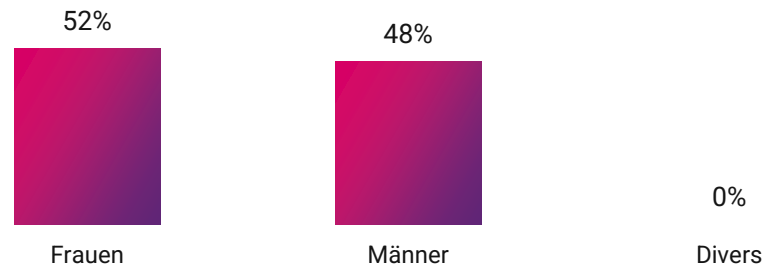
Um die **Werbewirkung des Supplements zu evaluieren**, wurde ein **Werbemitteltest mit Heftversand** durchgeführt. Insgesamt wurden für diesen n=227 GEO-Leser:innen befragt.



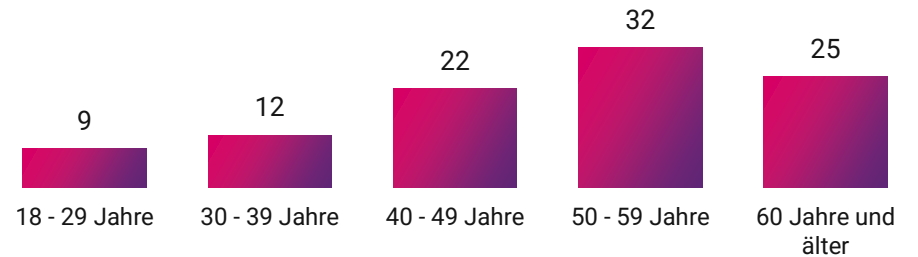
Die Stichprobe entspricht – bis auf die ausgewogene Geschlechterverteilung - weitgehend den Strukturen der GEO-Leserschaft (vgl. ma)

Soziodemographische Zusammensetzung der Stichprobe

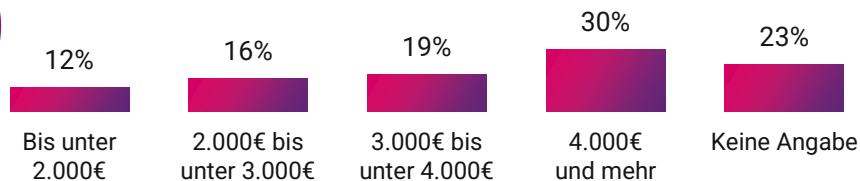
Geschlecht



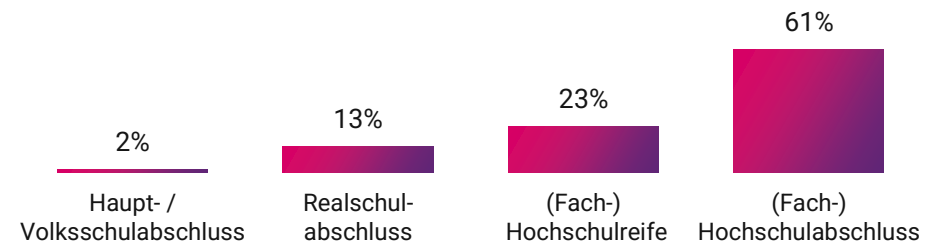
Alter



Haushaltsnettoeinkommen



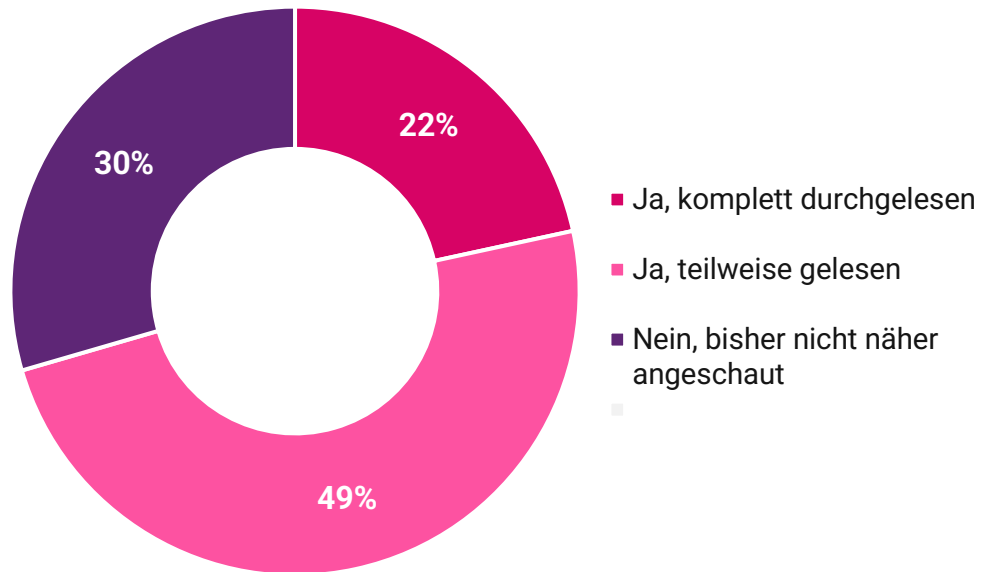
Bildung



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact Andechser Natur (2022)
Basis: Total, Testmessung n=227

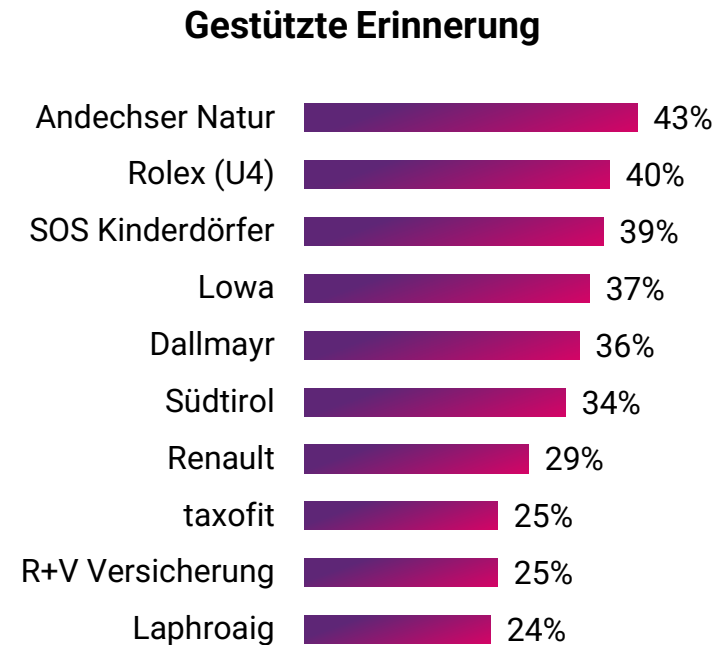
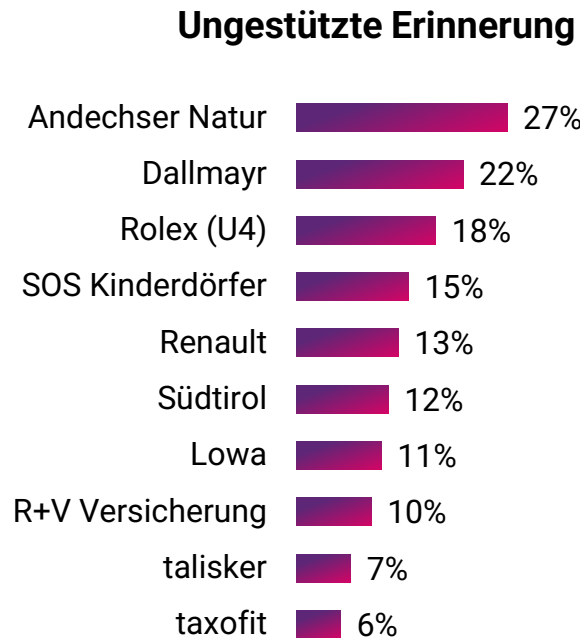
Das Supplement macht neugierig: 71% der Befragten haben die Beilage bereits vor der Befragung mindestens einmal in der Hand gehabt

Nutzung des Supplements vor der Befragung



Sehr starke Awareness-Leistung des Supplements: Ungestützt wie gestützt wird die Beilage am besten erinnert – sogar besser als die U4!

Werbeerinnerung GEO Nr. 5 (Top 10)

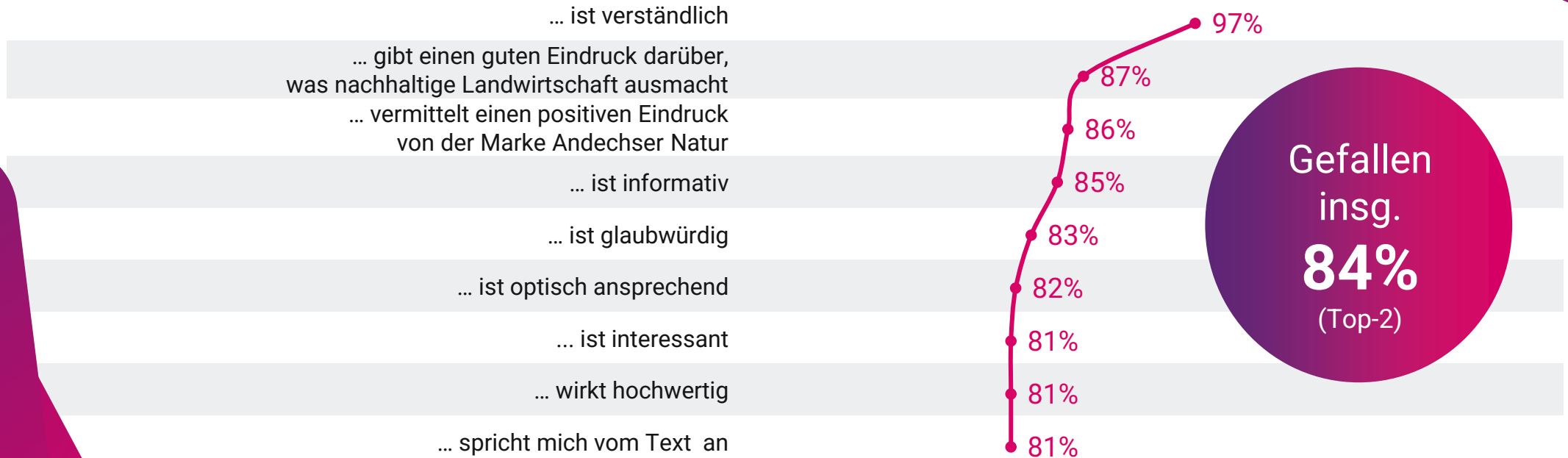


Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact Andechser Natur (2022) | Frage: „ Wenn Sie an die aktuelle GEO denken, können Sie sich spontan an die Werbung in dieser Ausgabe erinnern? Welche Marken bzw. Produkte wurden in dieser Ausgabe beworben? Bitte nennen Sie alle Marken bzw. Produkte, die Ihnen spontan einfallen.“, „Um Ihnen zusätzlich eine kleine Stütze zu geben, zeigen wir Ihnen auch noch eine Liste mit verschiedenen Marken. Welche dieser Marken haben Ihrer Erinnerung nach in der aktuellen Ausgabe der Zeitschrift GEO Werbung geschaltet?“
Basis: Total, Testmessung n=227

Outstanding Performance: Nicht nur Layout, Text und Inhalte der Beilage überzeugen die große Mehrheit der Befragten, sondern sie beflügelt auch das Image und die Glaubwürdigkeit von Andechser Natur

Eigenschaftsprofil , Top-2-Werte

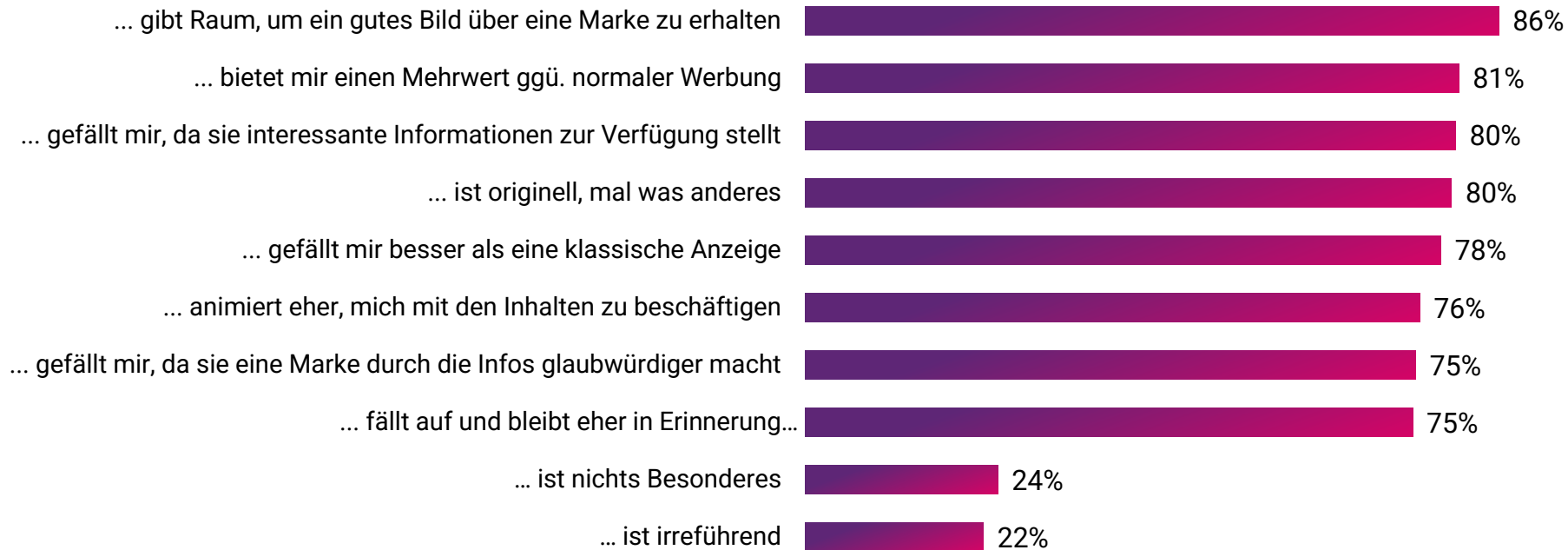
Die Beilage von Andechser Natur....



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact Andechser Natur (2022) | Fragen: „Bitte geben Sie zu jeder dieser Eigenschaften an, ob sie Ihrer Meinung nach auf die Beilage zutrifft.“ (4er-Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 4=trifft überhaupt nicht zu) | Basis: Total, Testmessung n=227

Das Werbeformat wird sehr positiv und anregend wahrgenommen und gefällt den Befragten besser als klassische Anzeigen-Formate

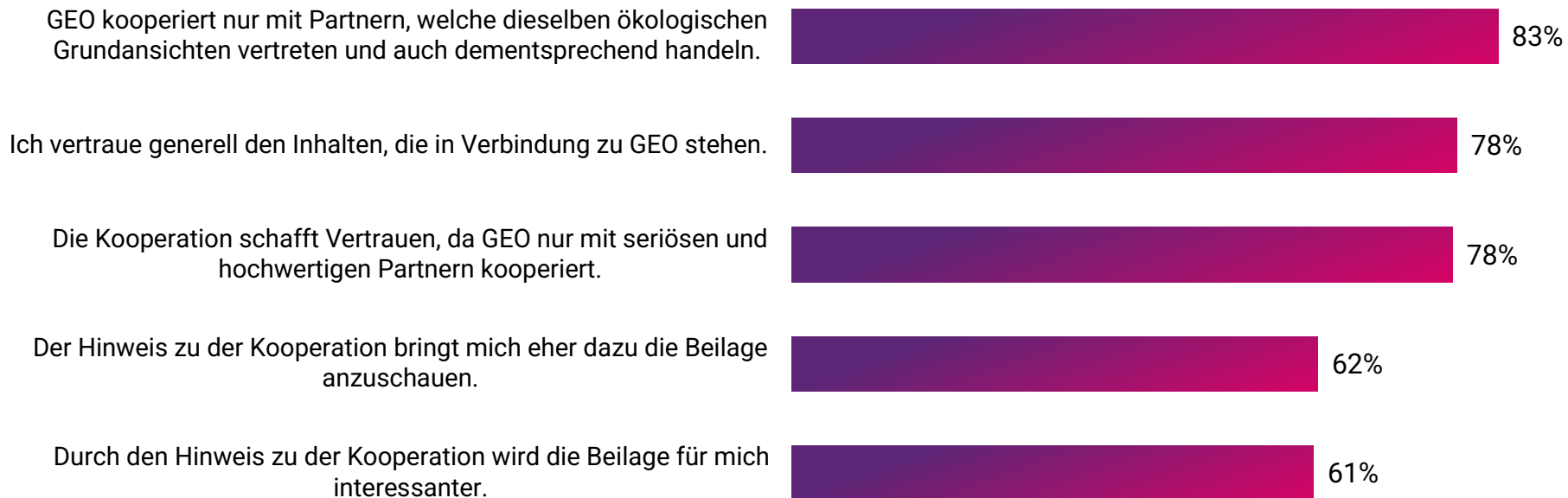
Bewertung des Werbeformats



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact Andechser Natur (2022) | Frage: „Die Beilage NATURGENUSS ist ja eher eine ungewöhnliche Art, auf eine Marke aufmerksam zu machen bzw. ein Bild dieser Marke zu geben. Wie bewerten Sie diese Form der Werbung? Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zutreffen.“ (4er-Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 4=trifft überhaupt nicht zu) | Basis: Total, Testmessung n=227

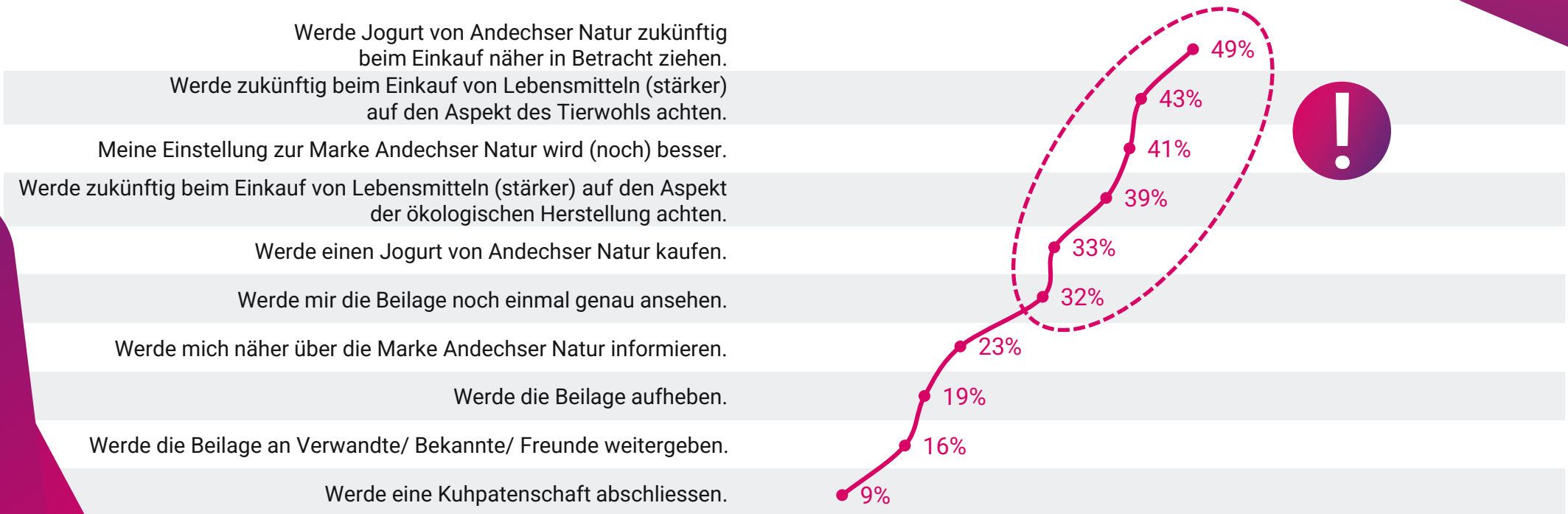
Andechser Natur kann von den Abstrahleffekten des GEO-Images profitieren und stärkt im Zuge der Kooperation Vertrauen und Glaubwürdigkeit

Bewertung der Kooperation mit GEO



Starke Aktivierung sowohl auf Produkt- und Markenebene als auch hinsichtlich der generellen Awareness von nachhaltigem Konsum und Tierwohl

Aktivierung, Top-2-Werte



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact Andechser Natur (2022) | Frage: „Was werden Sie voraussichtlich tun (bzw. haben Sie bereits getan), nachdem Sie nun diese Beilage gesehen haben?“ | Basis: Total, Testmessung n=227

01

Outstanding Performance des nativen Supplements!

Die Beilage von Andechser Natur performt insgesamt hervorragend: 27% der Befragten können sich ungestützt, 43% gestützt an die Beilage erinnern – jeweils der Top-Wert aller in diesem Heft geschalteten Anzeigen. 84% der Leser:innen bewerten die Beilage (sehr) positiv: Insbesondere Layout, Text und Inhalte gefallen sehr gut und vermitteln ein glaubwürdiges und sympathisches Markenbild. Das Supplement aktiviert sowohl auf Produkt- als auch auf Markenebene stark und fördert die generelle Awareness für nachhaltigen Konsum und das Wohl von Tieren.

02

Sehr hohe Akzeptanz des Werbeformats!

Das Supplement wird von den Befragten äußerst positiv wahrgenommen: Es ist originell, informativ, animiert zum Lesen und gibt der Marke Andechser eine glaubwürdige und gute Bühne zur eigenen Darstellung. Für vier von fünf Befragten bietet dieses Werbeformat einen Mehrwert ggü. klassischen Anzeigen und gefällt ihnen dementsprechend im Vergleich auch besser.

03

Die Kooperation mit GEO beflügelt die Werbewirkung!

Die Marke Andechser Natur profitiert bei der Kooperation von der starken emotionalen Titel-Bindung der GEO-Leser:innen. So strahlen die ökologischen Grundwerte und die Vertrauenswürdigkeit der Medienmarke GEO auch auf den Partner Andechser Natur ab und stärken dessen Markenimage und Glaubwürdigkeit. Für mehr als 60% der Befragten wird die Beilage durch die Kooperation mit GEO relevanter und animiert diese deshalb zur näheren Auseinandersetzung mit der Beilage.

Fazit

Kontakt



Frank Swoboda

Senior Advertising Researcher

Mediengruppe RTL Deutschland GmbH
Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: +49 40 3703 2162

frank.swoboda@rtl.de



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter 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, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.