

RÜGENWALDER MÜHLE

Contextual Tagging



IP

A MEMBER OF
AD ALLIANCE 

Hintergrundinformationen

CONTEXTUAL VIDEO TAGGING

- Rügenwalder Mühle hat das Produkt „Contextual Video Tagging“ gebucht. Dies ist eine keyword-basierte Werbeausspielung. Dazu wird vorab ein Pool an Begriffen definiert. Sobald ein Begriff in der Sendung fällt, wird dazu passende Werbung ausgespielt.
- Im konkreten Fall war die Werbung im Umfeld von „Das perfekte Dinner“ auf TV NOW platziert. Ein Darsteller nennt z.B. das Wort „Kartoffel“, darauf wird die Werbung für Veggie-Produkte von Rügenwalder Mühle ausgestrahlt.



TVNOW

Onsite-Befragung zur Kampagne

- n=121 Befragte, die Kontakt zur Kampagne von Rügenwalder Mühle hatten
- Zielgruppe: Personen ab 16 Jahren mit zumindest etwas Interesse an vegetarischen Lebensmitteln
- Zeitraum: 04.09.-16.10.2018
- Befragungstechnik: Die Teilnehmer erhalten zufallsgesteuert ein Werbemittel zur Befragung, in dem ein Link zum Online-Fragebogen enthalten ist. Befragt wurden Personen, die zuvor Kontakt mit der Kampagne hatten.

Panelbefragung zur Werbemittelakzeptanz

- n=353 Panelisten aus dem „I love MyMedia Panel“
- Zielgruppe: Personen ab 16 Jahren
- Zeitraum: 19.-21.10.2018
- Befragungstechnik: Einladung via Push-Notification und / oder E-Mail

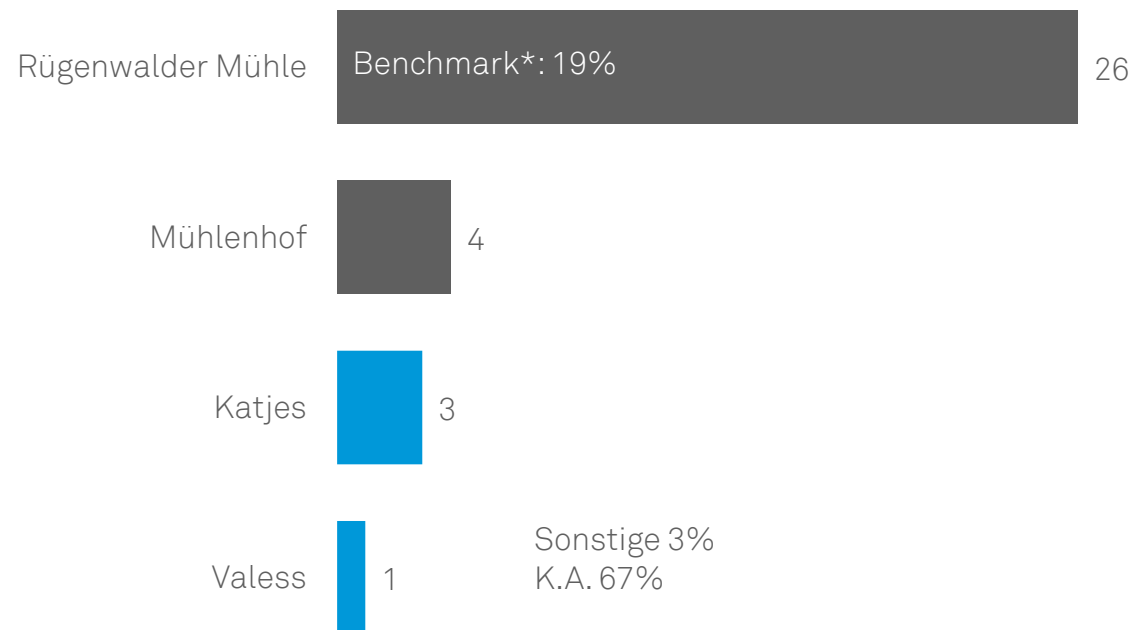




WERBEWIRKUNG

Werbeerinnerung RÜGENWALDER MÜHLE SETZT SICH KLAR DURCH

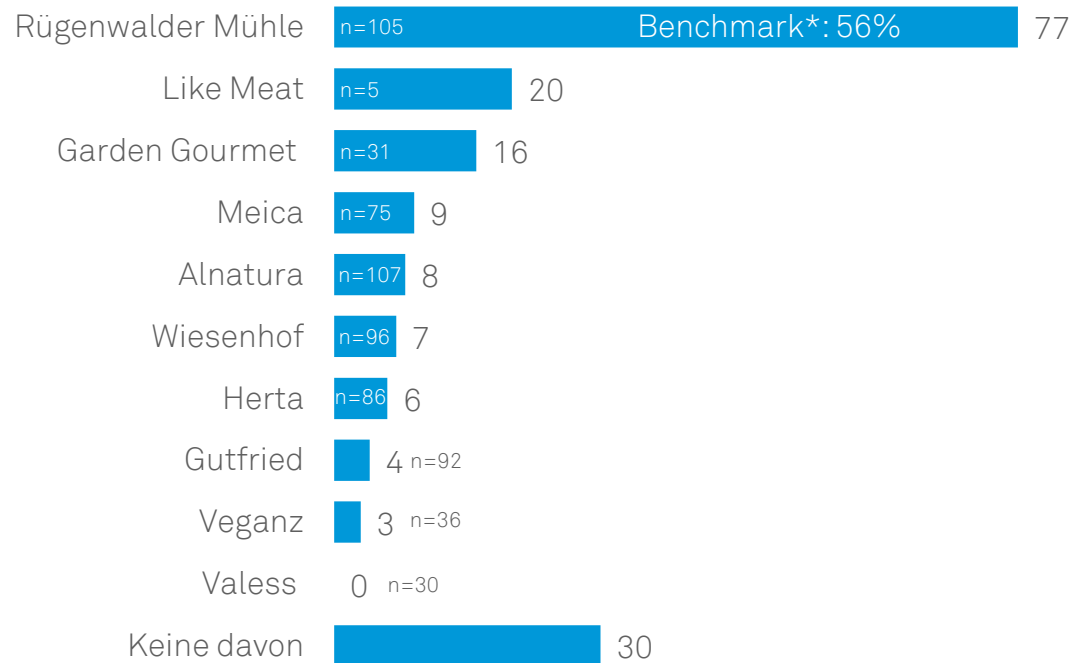
Ungestützte Werbeerinnerung, Angaben in %



Werbeerinnerung

KLARER SIEGER: RÜGENWALDER MÜHLE

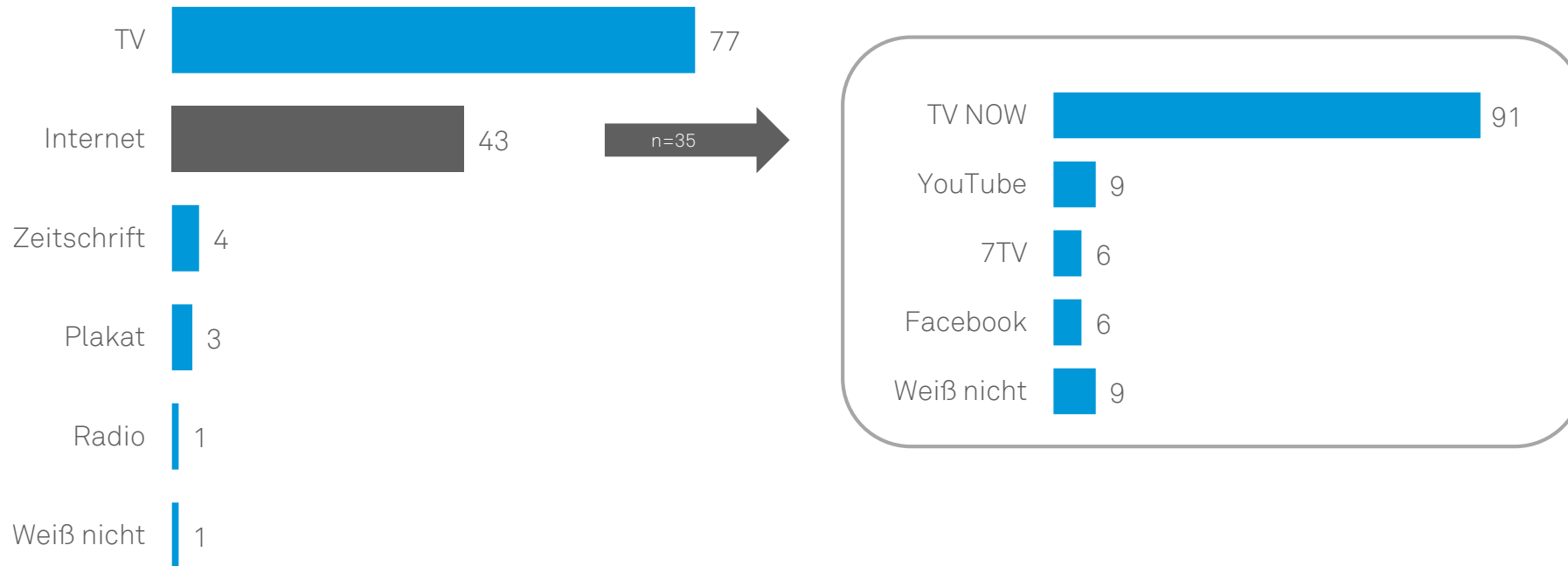
Gestützte Werbeerinnerung, Angaben in %



Quelle: IP Deutschland 2018, Begleitstudie Rügenwalder Mühle / Contextual Tagging, Basis n=121 Befragte (Onsite-Befragung) / Frage: Und für welche dieser Marken, die vegetarische Produkte anbieten, haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? / *Benchmark: n=13 Case Studies mit neuen Werbemitteln

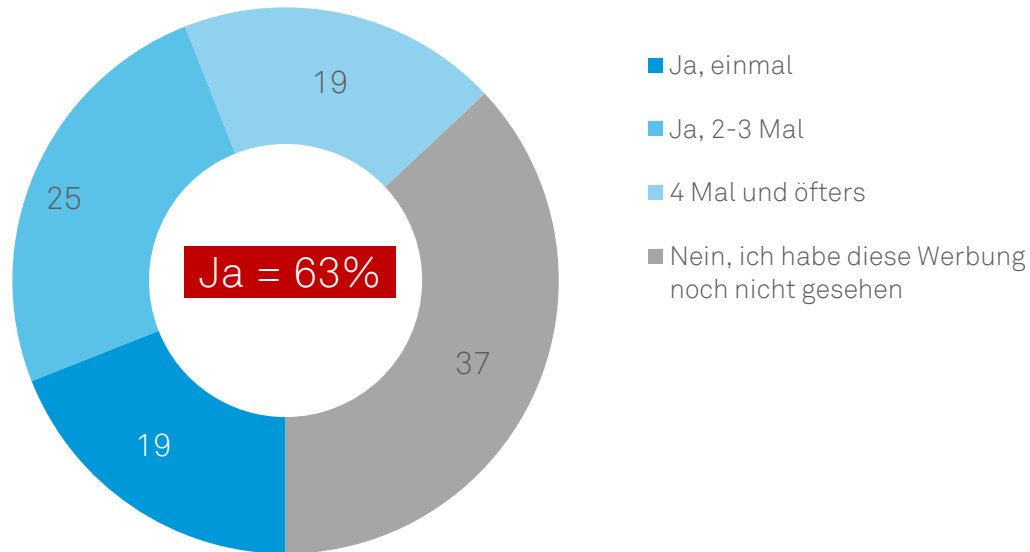
Werbeerinnerung KLARES BILD, DASS DIE WERBUNG VON RÜGENWALDER MÜHLE AUF TV NOW LIEF

Wahrnehmungsorte Rügenwalder Mühle, Angaben in %



Werbeerinnerung ZWEI DRITTEL ERINNERN SICH AN RÜGENWALDER MÜHLE

Recognition Rügenwalder Mühle, Angaben in %

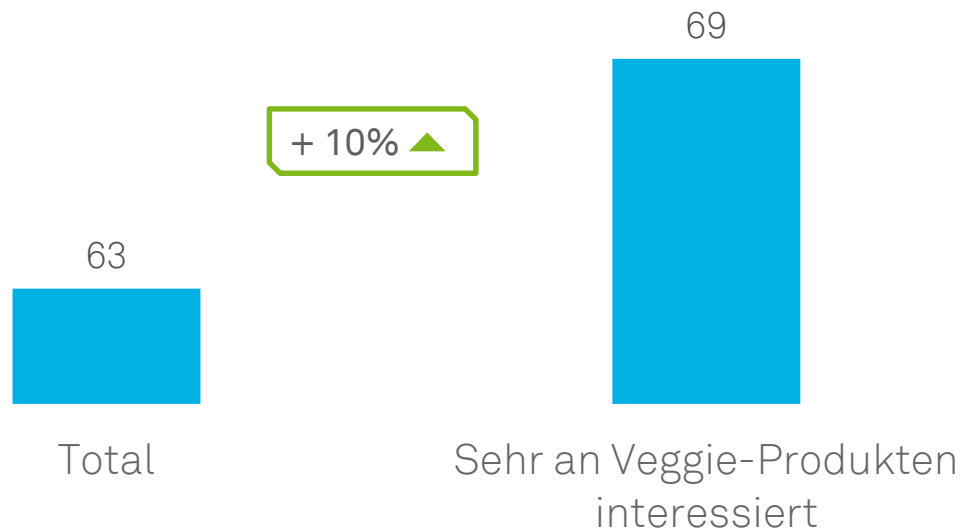


Quelle: IP Deutschland 2018, Begleitstudie Rügenwalder Mühle / Contextual Tagging, Basis n=121 Befragte (Onsite-Befragung)

Frage: Haben Sie diese Online-Werbung von Rügenwalder Mühle auf TV NOW bei „Das perfekte Dinner“ zuvor bereits gesehen und wenn ja wie häufig?

Werbeerinnerung VEGGIE-INTERESSIERTE MIT NOCH HÖHERER RECOGNITION

Recognition Rügenwalder Mühle, Angaben in %



Quelle: IP Deutschland 2018, Begleitstudie Rügenwalder Mühle / Contextual Tagging, Basis n=121 Befragte (Onsite-Befragung)

Frage: Haben Sie diese Online-Werbung von Rügenwalder Mühle auf TV NOW bei „Das perfekte Dinner“ zuvor bereits gesehen und wenn ja wie häufig?



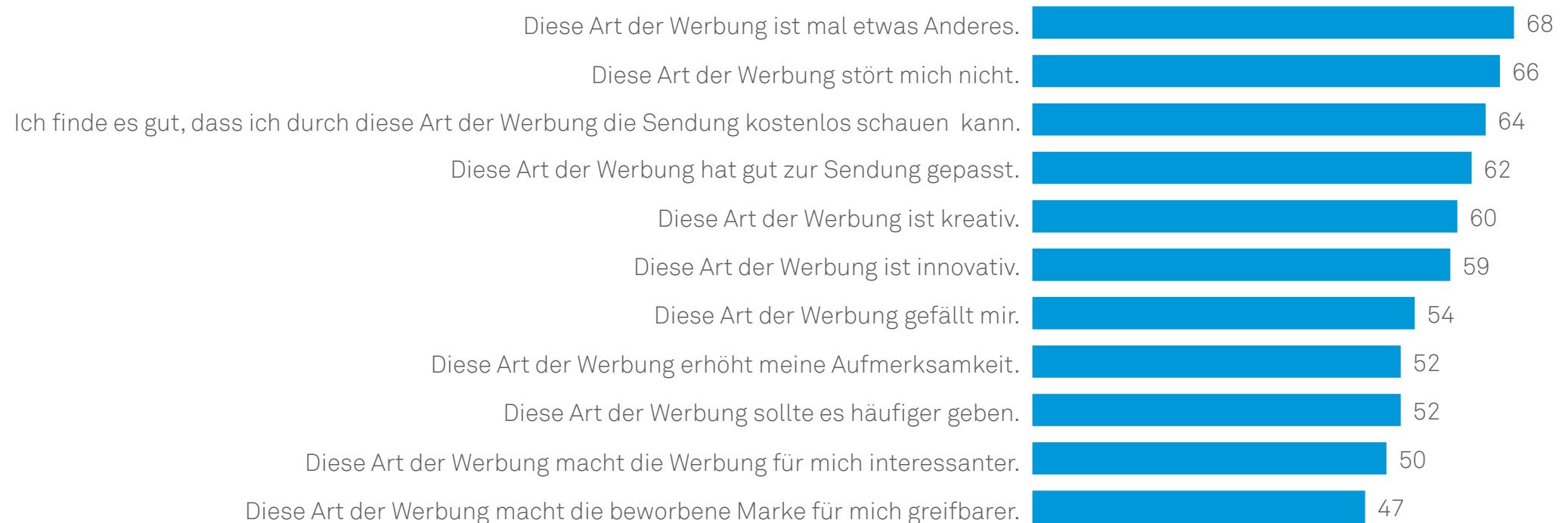
AKZEPTANZ CONTEXTUAL TAGGING

Akzeptanz Contextual Tagging

BESTNOTEN FÜR DAS CONTEXTUAL TAGGING



Werbeakzeptanz Contextual Tagging, Angaben in %, Top-2-Box



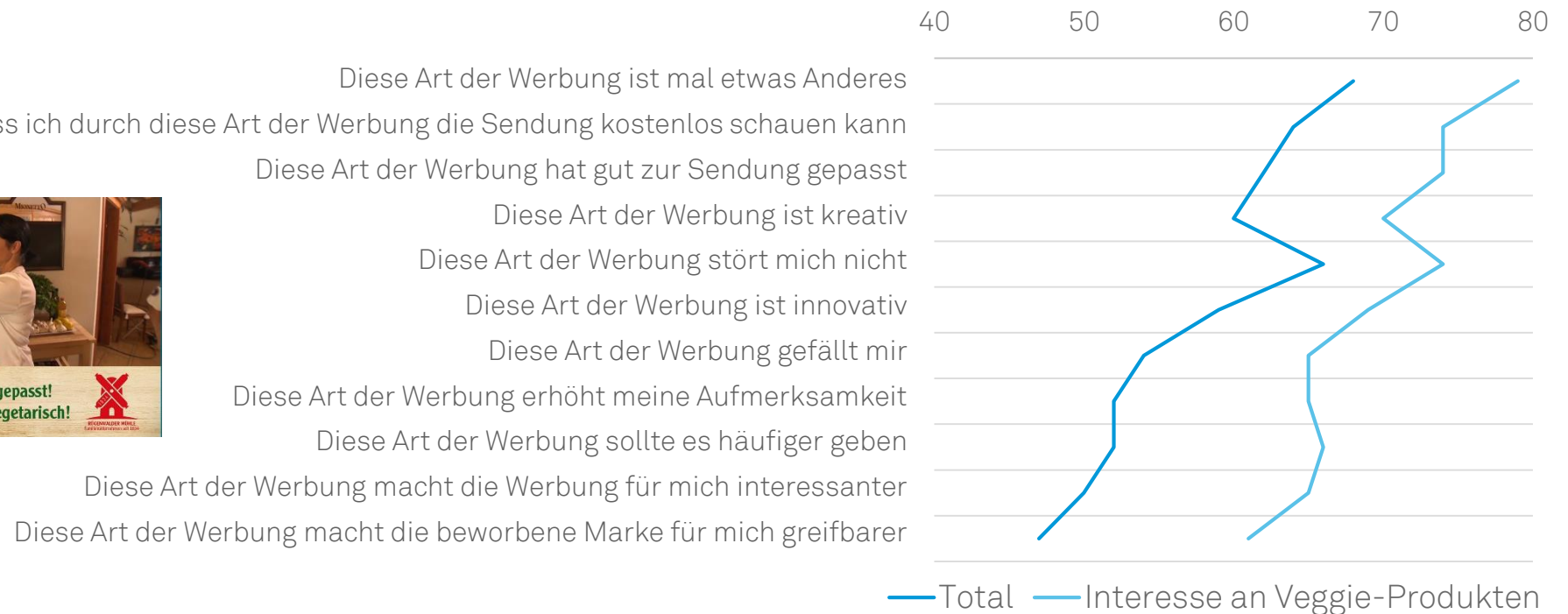
Quelle: IP Deutschland 2018, Befragung Rügenwalder Mühle & Contextual Tagging, Basis n=353 Befragte (Panelbefragung)

Frage: Bitte bewerten Sie diese anhand einer Skala von 1=stimme voll und ganz zu bis 4=stimme überhaupt nicht zu.

Akzeptanz Contextual Tagging

VEGGIE-INTERESSIERTE BEURTEILEN DAS WERBEMITTEL NOCH DEUTLICH BESSER

Werbeakzeptanz Contextual Tagging, Angaben in %, Top-2-Box



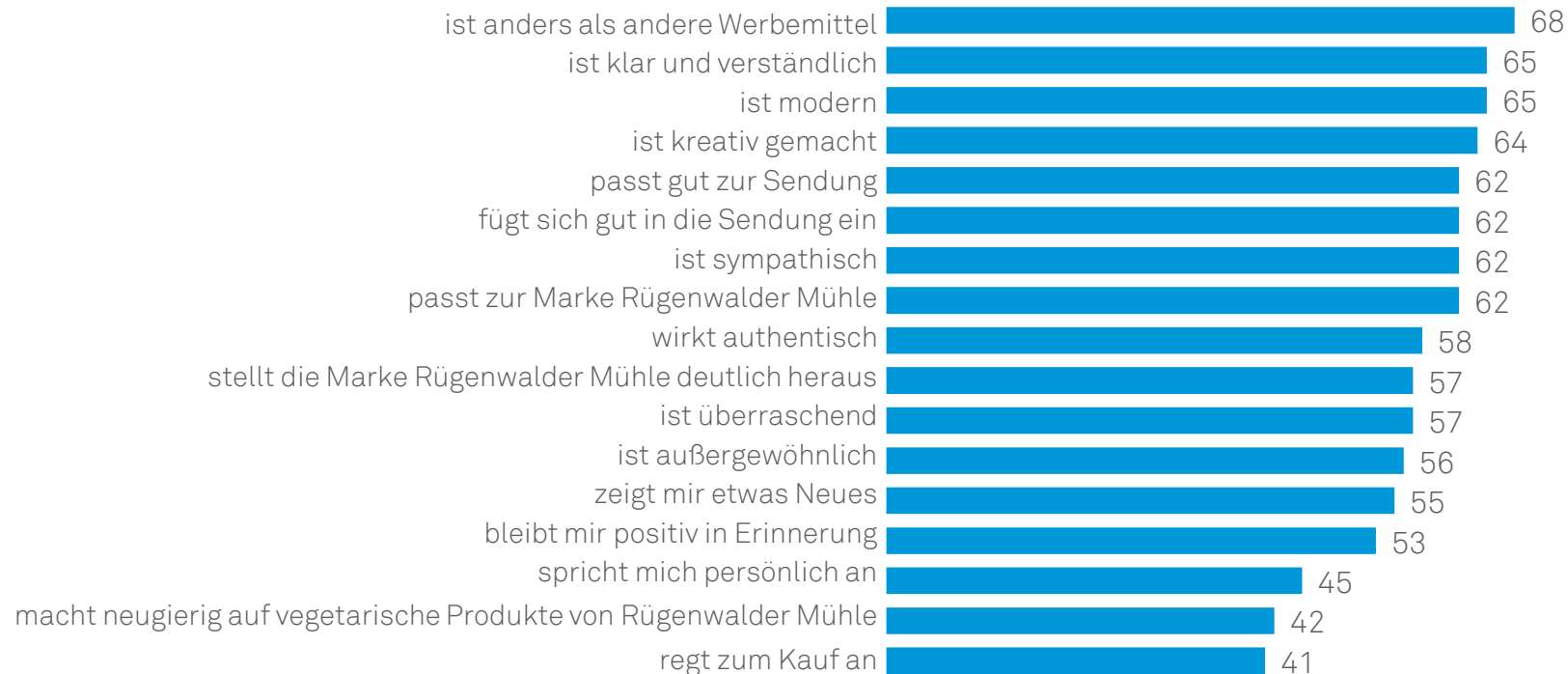
Quelle: IP Deutschland 2018, Befragung Rügenwalder Mühle & Contextual Tagging, Basis n=353 Befragte / n=147 Befragte mit Interesse an Veggie-Produkten

Frage: Bitte bewerten Sie diese anhand einer Skala von 1=stimme voll und ganz zu bis 4=stimme überhaupt nicht zu.

Akzeptanz Contextual Tagging

WERBEAUFTRITT VON RÜGENWALDER MÜHLE KOMMT BESTENS AN

Werbeakzeptanz Rügenwalder Mühle, Top-2-Werte, Angaben in %



Quelle: IP Deutschland, Befragung Rügenwalder Mühle & Contextual Tagging, Basis n=353 Befragte (Panelbefragung)

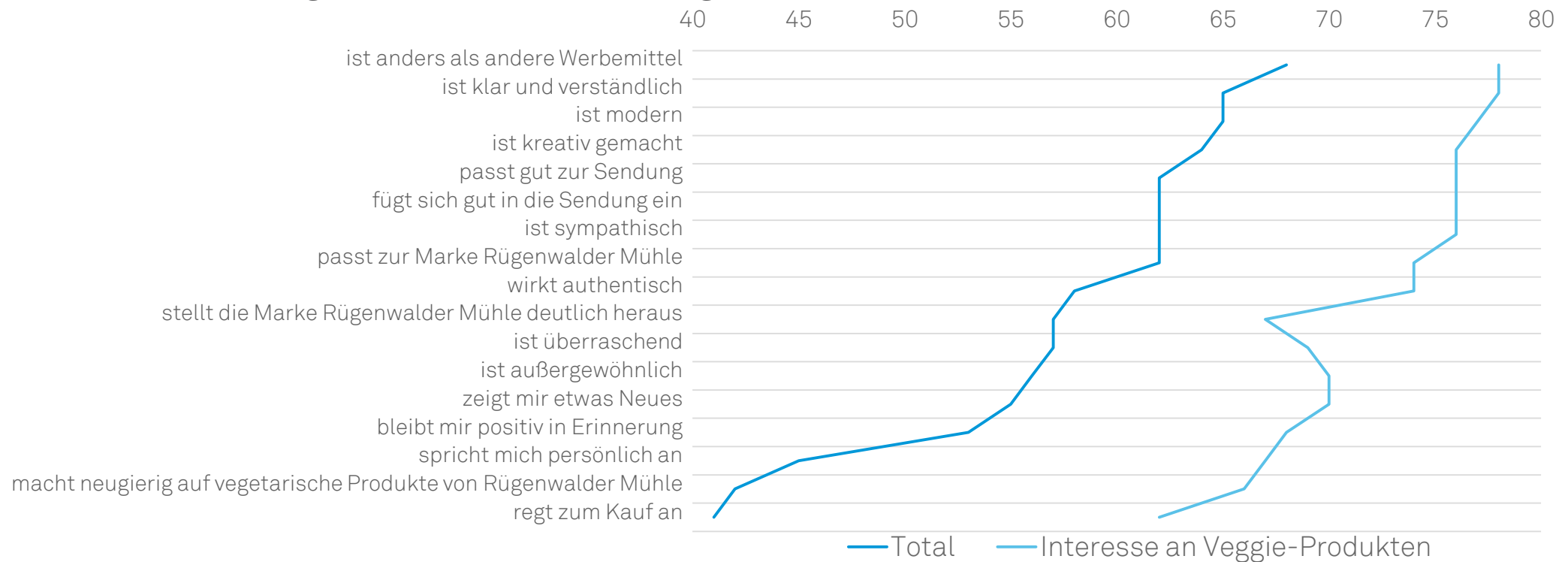
Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von Rügenwalder Mühle zu?

Akzeptanz Contextual Tagging

VEGGIE-INTERESSIERTE LIEBEN DIE WERBUNG VON RÜGENWALDER MÜHLE



Werbeakzeptanz Rügenwalder, Top-2-Werte, Angaben in %



Quelle: IP Deutschland 2018, Befragung Rügenwalder Mühle & Contextual Tagging, Basis n=353 Befragte / n=147 Befragte mit Interesse an Veggie-Produkten

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von Rügenwalder Mühle zu?



FAZIT

BESTNOTEN FÜR DEN WERBEAUFTRITT VON RÜGENWALDER MÜHLE

- Mit dem Contextual Tagging kann sich Rügenwalder Mühle klar als Absender der Werbung durchsetzen. 29% (ungestützt) und 77% (gestützt) der Befragten erinnerten sich an die Marke.
- Insgesamt kommt das neue Werbemittel sehr gut bei den Befragten an. Es ist „mal etwas Anderes“ und passt auch sehr gut zur Sendung „Das perfekte Dinner“.
- Die Marke Rügenwalder Mühle profitiert sehr gut von der hohen Akzeptanz des Werbemittels. So wurden mehr als 4 von 10 Befragten durch die Werbung auf die Marke neugierig gemacht oder zum Kauf der Produkte angeregt.
- Personen mit Interesse an Veggie-Produkten fanden die Werbung und damit Rügenwalder Mühle besonders gut. Nicht nur, dass ihnen die Marke besser in Erinnerung blieb, sie bewerteten auch den Werbeauftritt von Rügenwalder Mühle deutlich besser.

BEI RÜCKFRAGEN

Ihr Ansprechpartner:

Sandra Vitt

Referentin Werbewirkungsforschung

Telefon: 0221 456-71093

Telefax: 0221 45695-71093

E-Mail: sandra.vitt@mediengruppe-rtl.de

Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 33 057 | Geschäftsführer: Matthias Dang | USt.-IDNr. DE 114 383 325



A MEMBER OF
AD ALLIANCE 