

Werbewirkungsstudie

OTTO @ MySpace Music Mix



Untersuchungsdesign

- Methodik:
 - Nullmessung: Onsite-Befragung auf MySpace
 - Hauptmessung: Einladung der User per festintegriertem Layer im Profil
- Stichprobe
 - Nullmessung: 222
 - Hauptmessung: 96
 - Frauen im Alter von 14-29 Jahre
 - 14-21 (50%)
 - 22-29 (50%)
- Feldzeit
 - Nullmessung: 12.02. – 15.02.10
 - Hauptmessung: 01.03. – 09.05.10

pilot

OTTO

myspace

Zusammenfassung (1)

- MySpace Music Mix überzeugt die Userinnen auf ganzer Linie
 - Das Music Mix-Konzept trifft genau den Geschmack der Mädchen und jungen Frauen: dreiviertel bewerten Musik und Bands positiv.
 - Und die Mehrheit vergibt auch Top-Noten für Style/Layout der Seite sowie für die Moderatoren und deren Kleidung.
- Die Mehrheit der Befragten (69%) gibt MySpace Music Mix die Top-Noten ‚gut‘ und ‚sehr gut‘.
- OTTO kann sich als Presenter des MySpace Music Mix profilieren
 - 9 von 10 Userinnen (86%) erinnern OTTO als Presenter.

pilot

OTTO

myspace

Zusammenfassung (2)

- Das OTTO-Markenimage kann signifikant gestärkt werden
 - Mit der MySpace Music Mix-Kampagne kann sich OTTO insbesondere als sympathisch, innovativ und als Anbieter mit einer großen Markenvielfalt positionieren.
- Empfehlung: das Konzept MySpace Music Mix eignet sich für OTTO ausgezeichnet, um junge Mädchen und Frauen im Alter von 14-29 Jahre online anzusprechen. Das Musik-Format ist stimmig hat eine hohe Affinität zum Thema Mode – die Voraussetzung, dass OTTO sich weiterhin als zeitgemäße und innovative Marke profilieren kann, sind gegeben.

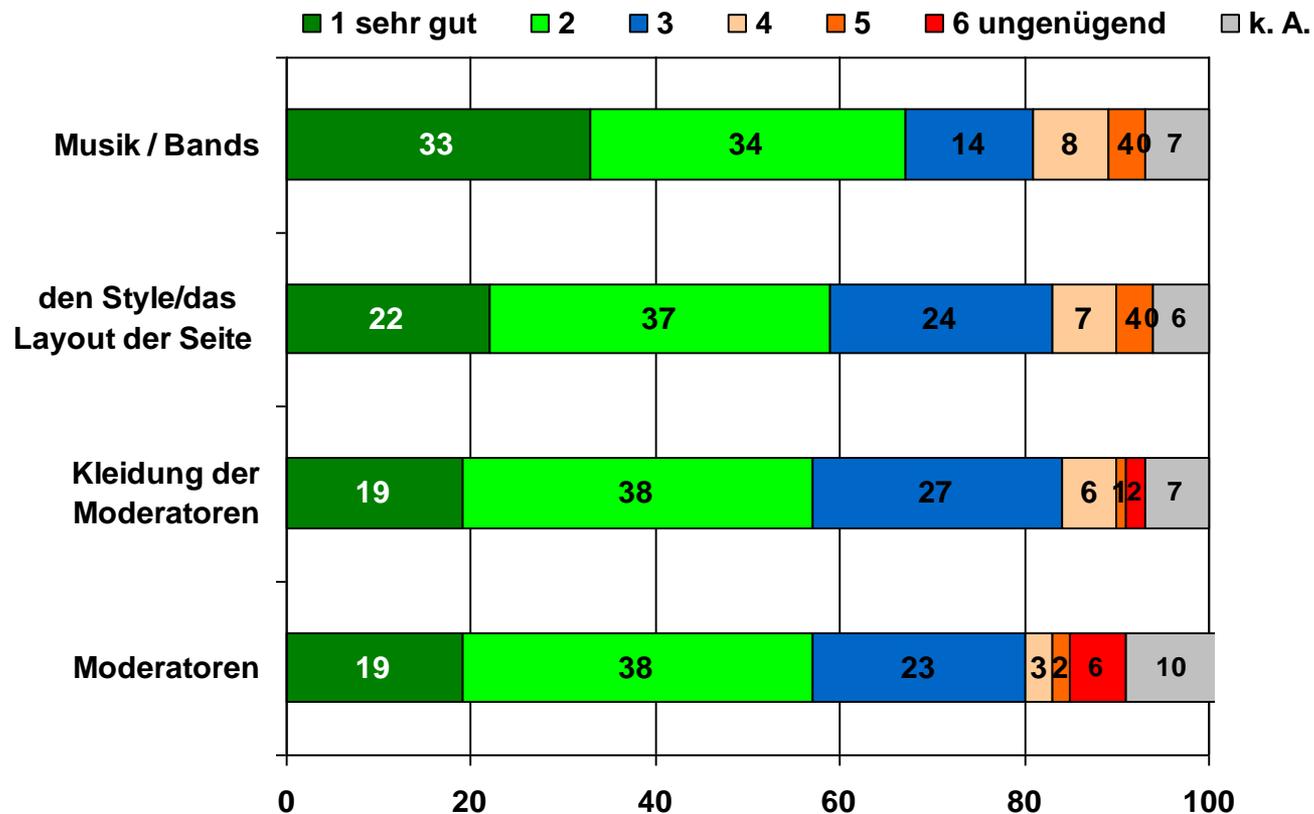
pilot

OTTO

myspace

Bewertung MySpace Music Mix

- Das Format überzeugt durch Inhalte: 7 von 10 jungen Frauen gefallen Musik und Bands gut bis sehr gut.
- Die Mehrheit vergibt Top-Noten auch für das Seiten-Layout, Moderatoren und deren Kleidung.



Basis: alle Befragten, in %
Frage 7: Wie gefällt dir das Format MySpace Music Mix?

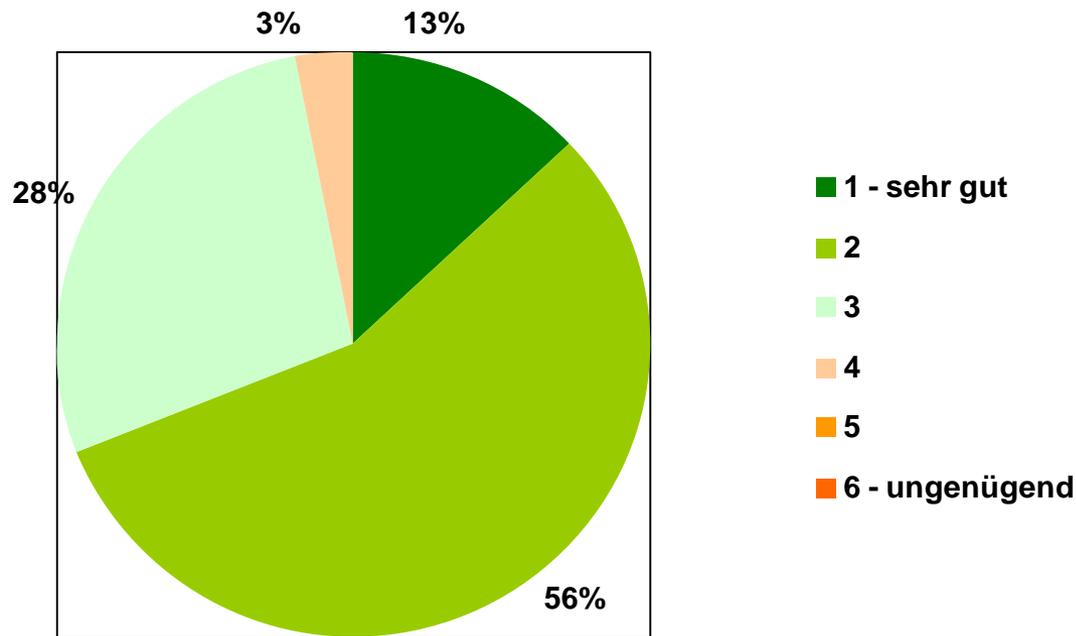
pilot

OTTO

myspace

MySpace Music Mix kommt an

- Der Mehrheit der Befragten (69%) gefällt das Format MySpace Music Mix gut bis sehr gut.



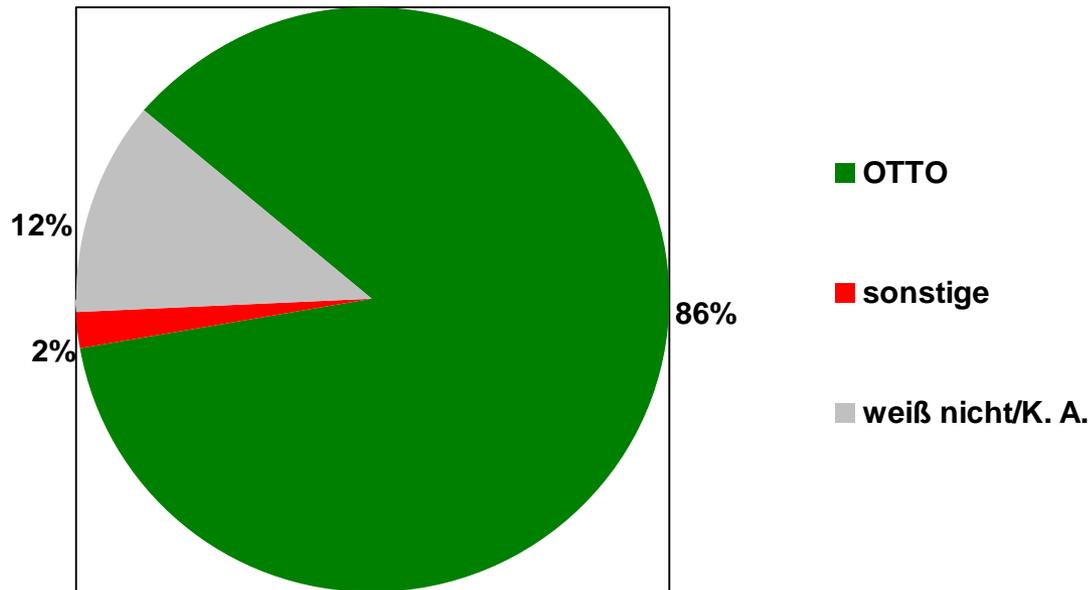
pilot

OTTO

myspace

Spontane Bekanntheit von OTTO als Sponsor

- 9 von 10 jungen Frauen wissen spontan, dass OTTO den MySpace Music Mix präsentiert.



pilot

OTTO

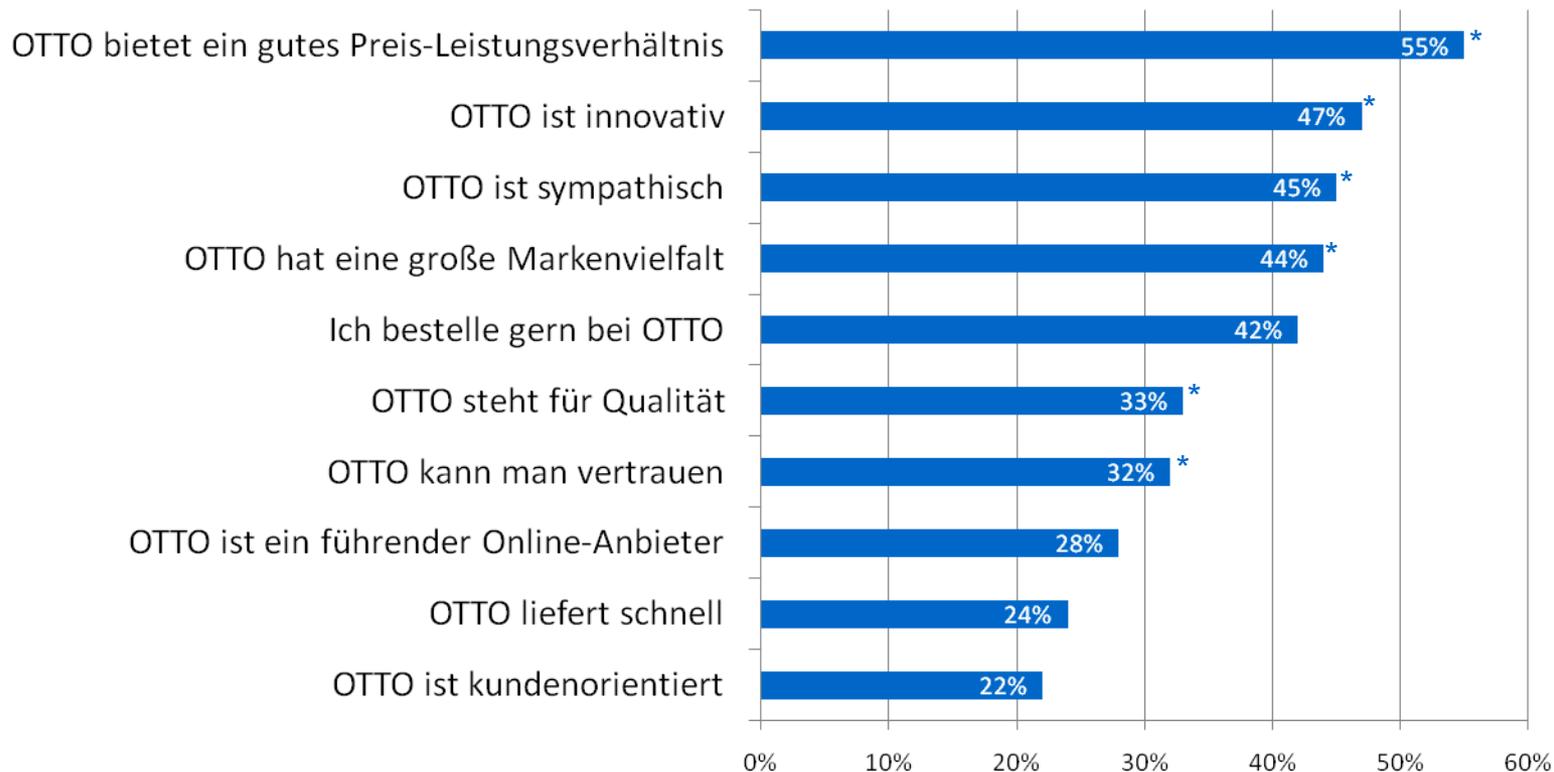
myspace

Basis: alle Befragten, in %

Frage 9: Die Sendung ‚MySpace Music Mix‘ wird von einer Marke gesponsert. Weißt du, wer ‚MySpace Music Mix‘ präsentiert?

OTTO Image

- Die MySpace Music Mix-Kampagne steigerte das Markenimage von OTTO.
- So wurden von den MySpace-Usern mit Kampagnenkontakt einzelne Image-Dimensionen um bis zu 55% positiver bewertet als bei der Nullmessung:



pilot

OTTO

myspace

Basis: Befragte, die OTTO bewertet haben

Frage 13: Jetzt interessiert uns noch, wie du die Marke OTTO im Einzelnen beurteilst.

Bitte gib wieder an, inwieweit du den folgenden Aussagen zustimmst

*Signifikant: $p < 0,10$