



## Studienkonzepte

Marktforschung für unsere Kunden

**SPIEGEL MEDIA**

Der Premium-Vermarkter

# Marktforschung für unsere Kunden

- Zahlreiche Fragestellungen zu Strategie, Planung und Wirkungsnachweisen können mit den gängigen Markt-Media-Studien bearbeitet und beantwortet werden. Wir haben den Zugang zu diesen Datenquellen und unterstützen Sie gern mit entsprechenden Auswertungen.
- Für spezifischere Anforderungen sowie zur individuellen Unterstützung bieten wir darüber hinaus verschiedene Forschungsansätze. Diese weitgehend standardisierten Studienkonzepte möchten wir Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen.
- Selbstverständlich erörtern wir spezielle Fragestellungen, erstellen für Sie ein passendes Konzept und sorgen für dessen Umsetzung.

# Übersicht der Standard-Untersuchungen

<b>Branchen- studie</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informationen zu Branchen, Marken und Zielgruppen</li><li>• In Absprache mit Ihnen schnell umsetzbar</li></ul>
<b>Werbemittel- test</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beurteilung der Kreation von Print- und Online-Motiven</li><li>• Voraussetzung: die zu testenden Motive müssen vorliegen</li></ul>
<b>Kampagnen- begleitender Wirkungstest</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wirkungsnachweis für eine Print- oder Online-Kampagne auf den SPIEGEL MEDIA- Werbeträgern</li><li>• Ggf. auch als Crossmedia-Test (Online + Print) durchführbar</li></ul>
<b>Kampagnen SPIEGEL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Übergreifender Nachweis kampagnenbezogener Werbewirkung dargestellt nach Kontaktmengen und –arten der Gattungen PZ, TZ, WWW, MEW, Apps und TV</li><li>• Voraussetzung: Vorlage Ihres vollständigen Mediaplans und der Werbemittel</li></ul>
<b>Wirkungsdeal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Steigerung eines/mehrerer Wirkungsparameter durch Ihre Kampagne in unseren Medien</li><li>• SPIEGEL MEDIA ermittelt an mehreren Zeitpunkten diese/n Wirkungsparameter</li><li>• Bei Nicht-Erreichung der vereinbarten Zielvorgabe Lieferung zusätzlicher Media-Leistung</li></ul>

# Branchenstudie

## Zielsetzung

- Wir gewinnen für Sie individuelle Strukturdaten über Ihre Branche, die Sie in dieser Form nicht in den gängigen Markt-Media-Studien finden.

## Inhalte

- Interessen, Einstellungen, Mediennutzung, Kaufverhalten, Bekanntheit, Image. In Absprache konzipieren wir einen Fragebogen mit den für Ihr Unternehmen relevanten Fragestellungen.

## Stichprobe

- Die Befragung erfolgt online. Die Ziehung der Stichprobe erfolgt entweder direkt auf unseren Online-Angeboten (z.B. SPIEGEL ONLINE) oder aus einem Panel / unserem Media-Panel.

## Umsetzung

- Konzeption, Umsetzung, Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse durch SPIEGEL MEDIA.  
Zeithorizont: insgesamt ca. 4 Wochen.

## Wert der Untersuchung\*

- € 25.000,- bis 35.000,-

# Werbemitteltest

## Zielsetzung

- Wir bieten im Vorfeld einer Schaltung/Kampagne Entscheidungshilfe, welche Ihrer Motive hinsichtlich des kommunikativen Leistungspotenzials bei unseren Nutzern am meisten Erfolg versprechen. Dieser Werbemitteltest kann auch kampagnenbegleitend durchgeführt werden.

## Inhalte

- Die verschiedenen Motive/Kreationen werden den Testpersonen gezeigt und von ihnen hinsichtlich Likeability, Verständnis und Akzeptanz der Werbebotschaft, Markenimage und ausgelöste Kaufbereitschaft/Aktivierung beurteilt.

## Stichprobe

- Die Befragung erfolgt online. Die Ziehung der Stichprobe erfolgt entweder direkt auf unseren Online-Angeboten (z.B. SPIEGEL ONLINE) oder aus einem Panel / unserem Media-Panel.

## Umsetzung

- Konzeption, Umsetzung, Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse durch SPIEGEL MEDIA.  
Voraussetzung: Vorlage der zu testenden Motive.  
Zeithorizont: Vor Kampagnenstart mit ausreichendem Vorlauf, komplette Umsetzung in ca. 4 Wochen.

## Wert der Untersuchung\*

- € 3.000,- bis 6.000,-

# Kampagnenbegleitender Wirkungstest

## Zielsetzung

- Ermittlung der Werbewirkung einer Print- oder Online-Kampagne in den SPIEGEL MEDIA-Werbeträgern.  
Ggf. erweiterbar zu einem Crossmedia-Test für die Gattungen Print und Online.

## Inhalte

- Aufmerksamkeits- und Erinnerungsleistung der Kampagne, Kommunikationsleistung und Ermittlung der durch die Kampagne ausgelöste Anschaffungs-/Nutzungsabsicht bzw. Aktivierung.  
Ermittlung über 2 Messzeitpunkte (Nullmessung und Kampagnenmessung) oder bei technischer Aussteuerung Vergleich zweier Gruppen (Testgruppe mit Kampagnenkontakt vs. Kontrollgruppe ohne Kampagnenkontakt).

## Stichprobe

- Die Befragung erfolgt online.  
Bei Online- und Crossmedia-Kampagnen auf den gebuchten Webseiten aus unserem Portfolio. Die Größe der Kampagne sollte bei mindestens 2 Mio. PI liegen.

## Umsetzung

- Konzeption, Umsetzung, Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse durch SPIEGEL MEDIA.  
Zeithorizont: Abhängig von der Kampagnenlaufzeit.

## Wert der Untersuchung\*

- € 6.000,- bis 12.000,-

# KampagnenSPIEGEL

## Zielsetzung

- Übergreifender Nachweis kampagnenbezogener Werbewirkung ermittelt und dargestellt nach Kontaktmengen und –arten der Gattungen PZ, TZ, WWW, MEW, Apps und TV.

## Inhalte

- Aufmerksamkeits- und Erinnerungsleistung der Kampagne
- Kommunikationsleistung der Medienkanäle durch Berechnung der Kontaktwahrscheinlichkeiten mit der Kampagne
- Ermittlung der durch die Kampagne ausgelöste Anschaffungs-/Nutzungsabsicht bzw. Aktivierung
- Beurteilung der eingesetzten Werbemittel

## Stichprobe

- Die Befragung erfolgt online auf den Websites von SPIEGEL MEDIA.

## Umsetzung

- Konzeption, Umsetzung, Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse durch SPIEGEL MEDIA.  
Voraussetzungen: Vorlage Ihres vollständigen Mediaplans und der Werbemittel.  
Zeithorizont: 8 Wochen nach Start der Kampagne.

## Wert der Untersuchung\*

- € 25.000,- bis 35.000,-

# Wirkungsdeal

## Zielsetzung

- SPIEGEL MEDIA beteiligt sich am Risiko, die vereinbarten Kampagnenziele durch Schaltungen in SPIEGEL MEDIA-Werbeträgern zu erreichen, und liefert bei Nicht-Erreichung zusätzliche Media-Leistung. Als Wirkungsmaß wird die Steigerung eines oder mehrerer Werbewirkungsparameter festgelegt.

## Inhalte

- Nach einer Nullmessung zur Ermittlung der aktuellen Niveaus der einzelnen Wirkungsparameter werden je nach Kampagnendauer max. 4 Testmessungen durchgeführt, um die Veränderung der Wirkungsparameter während oder nach dem Kampagneneinsatz zu ermitteln.

## Stichprobe

- Die Befragung erfolgt online auf den gebuchten Werbeträgern aus dem SPIEGEL MEDIA-Portfolio.

## Umsetzung

- Der Kunde definiert die Zielgruppe und skizziert gemeinsam mit SPIEGEL MEDIA den Mediaplan. Die Feinjustierung des Mediaplans erarbeitet SPIEGEL MEDIA und führt alle Messungen zur Erfolgskontrolle durch. Bezüglich der Fragebogenkonzeption, der idealen Messzeitpunkte und der Ergebnisübermittlung stimmt sich SPIEGEL MEDIA eng mit den Fachleuten auf Seiten des Kunden bzw. der Agentur ab.