

WIRKUNG VON REPLAY ADS

KUNDENCASE AXA

August 2023

GOLDBACH

YOUR
MESSAGE
IS OUR
PASSION



WORUM GEHT'S?

CASE AXA REPLAY ADS-KAMPAGNE

- Das Versicherungsunternehmen AXA führte im April bis Juni 2023 ihre erste Replay Ads-Kampagne auf den TV-Sendern von Goldbach Media durch.
- Diese Replay Ads-Kampagne lief im Kontext einer Gesamtkampagne zu Versicherungslösungen für Gründer:innen von Unternehmen.
- Die Replay Ads-Kampagne wurde begleitet mit einer Studie, um die Wirkung der Replay Ads-Kampagne auf den Dimensionen Markenbekanntheit, Markensympathie und Image sowie Consideration aufzuzeigen.

START AD:



FAST FORWARD AD:



PAUSE AD:



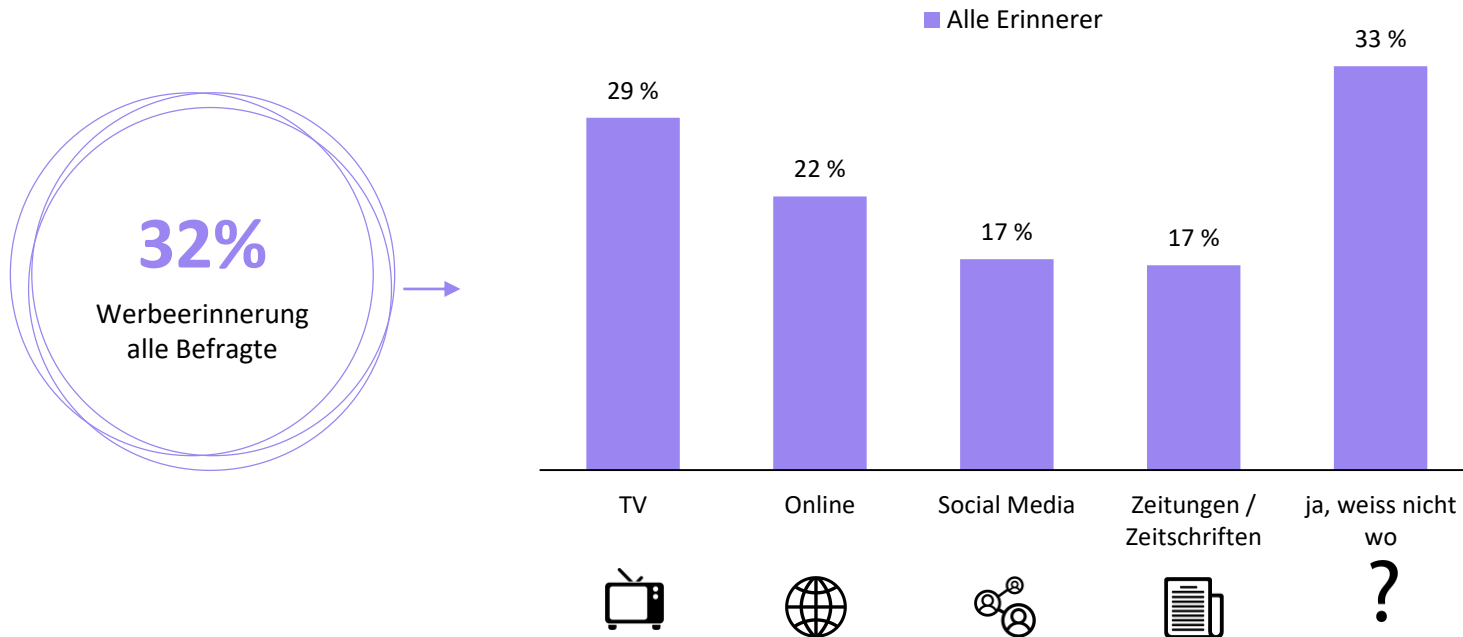
STUDIENDESIGN

Methode:	Online-Befragung nach der Kampagne
Grundgesamtheit:	Privatpersonen im Alter von 15-65 Jahre
Stichprobe:	Deutschschweiz: n=875 Personen, repräsentative Stichprobe
Feldzeit:	21.06.2023 - 06.07.2023
Kampagne:	AXA Replay Ads Kampagne 2023: April bis Juni 2023
Gewichtung:	Die Daten werden nach soziodemographischen Merkmalen (Geschlecht, Alter, Erwerbstätigkeit, Bildung), RUS Internet, WEMF- und Sprachregion gemäss MA Strategy All-in-One 2022 gewichtet.

TV MIT DEM HÖCHSTEN ERINNERUNGSWERT

WERBE-ERINNERUNG DER AXA GESAMT-KAMPAGNE NACH MEDIENKANAL

WERBE-ERINNERUNG GESAMT-KAMPAGNE NACH MEDIENKANAL IN %

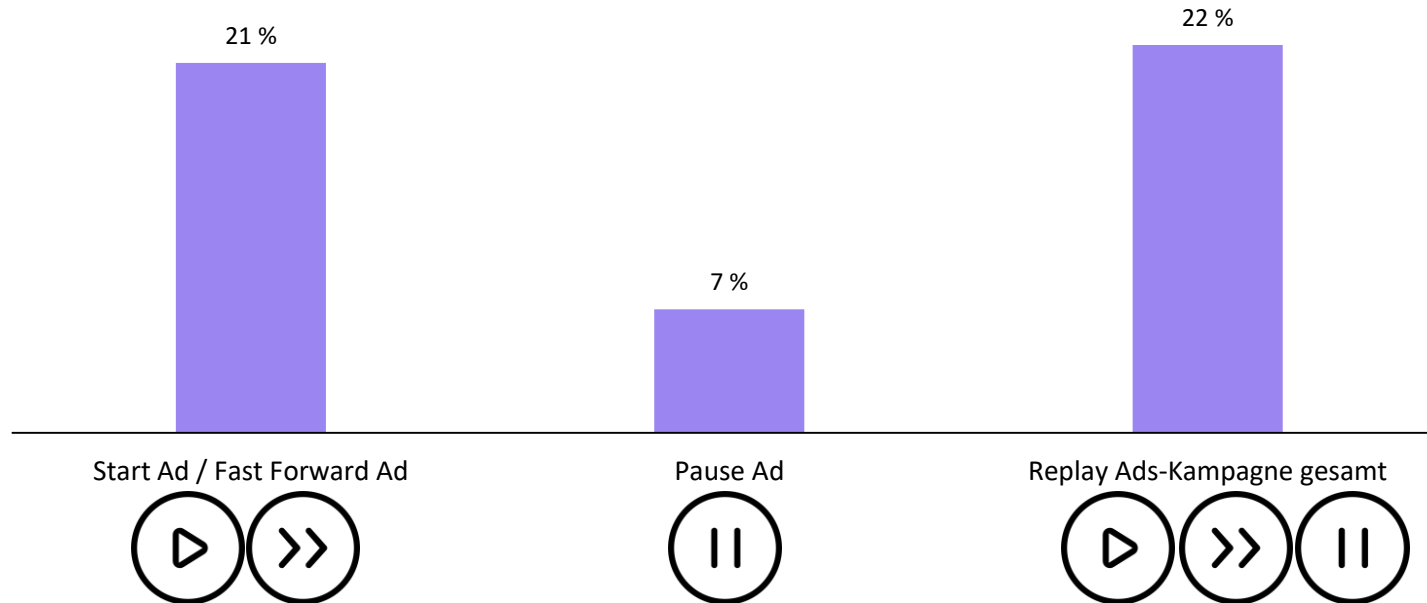


- 32% aller Befragten können sich an die Gesamt-Kampagne von AXA erinnern.
- Bei Betrachtung der Befragten, die sich an die Gesamt-Kampagne von AXA erinnern, zeigt sich die höchste Erinnerung bei TV: Fast 1/3 können sich an die Werbekampagne der AXA im TV erinnern.

FAST ¼ ALLER BEFRAGTEN MIT AXA REPLAY ADS-KONTAKT

WERBEMITTEL-ERINNERUNG AXA REPLAY ADS-KAMPAGNE

WERBEMITTEL-ERINNERUNG IN %, ALLE BEFRAGTE

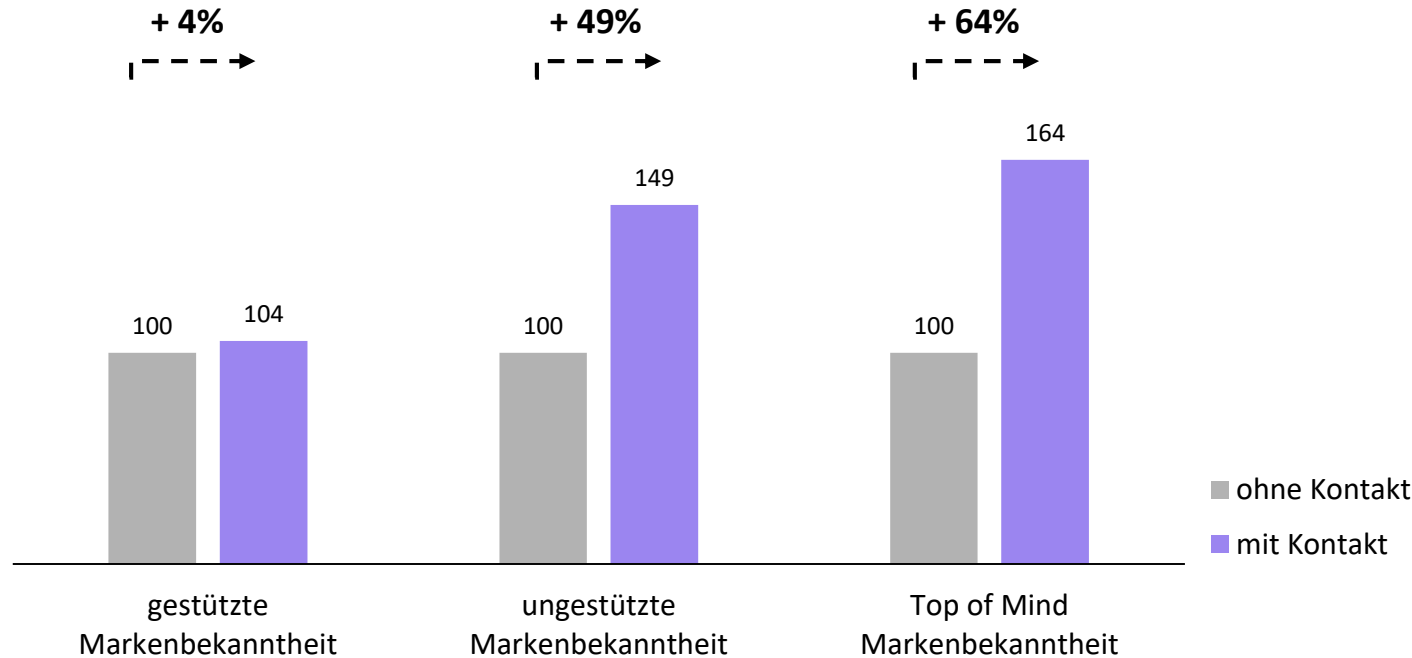


- 21% der Befragten können sich daran erinnern ein AXA Start Ad oder ein Fast Forward Ad gesehen zu haben.
- 7% haben ein AXA Pause Ad gesehen.
- Insgesamt hatten 22% (erinnerten) Kontakt mit der AXA Replay Ads-Kampagne.

AXA KAMPAGNE HAT POSITIVEN EINFLUSS AUF BEKANNTHEIT

PERSONEN MIT REPLAY ADS-KONTAKT VS. PERSONEN OHNE REPLAY ADS-KONTAKT

MARKEN-BEKANNTHEIT (INDEXIERT), ALLE BEFRAGTE

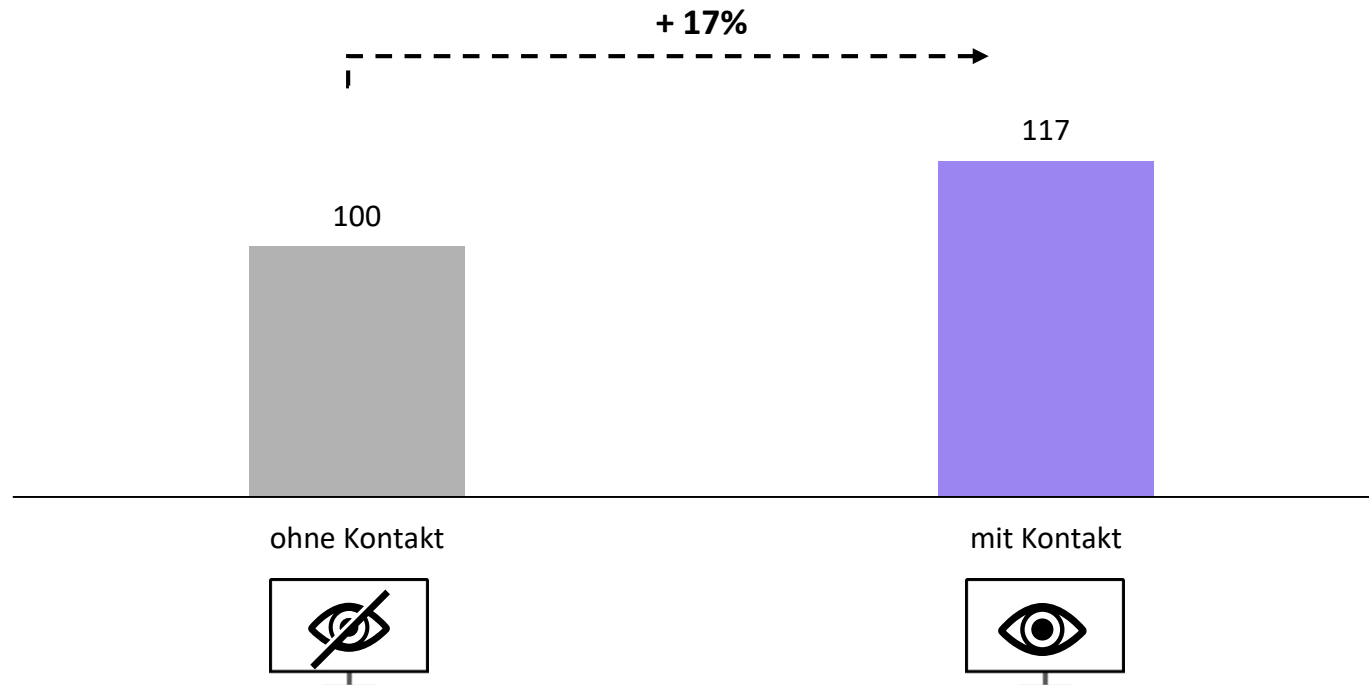


- Die AXA Replay Ads haben gewirkt: Personen mit Kontakt zur Replay Ads-Kampagne zeigen höhere Werte bei der Marken-Bekanntheit von AXA (als Versicherer für Start Ups und Gründer:innen) als Personen ohne Replay Ads-Kampagnen-Kontakt.

MARKEN-SYMPATHIE BEI REPLAY ADS-KONTAKT UM 17% HÖHER

PERSONEN MIT REPLAY ADS-KONTAKT VS. PERSONEN OHNE REPLAY ADS-KONTAKT

MARKEN-SYMPATHIE (INDEXIERT), ALLE BEFRAGTE

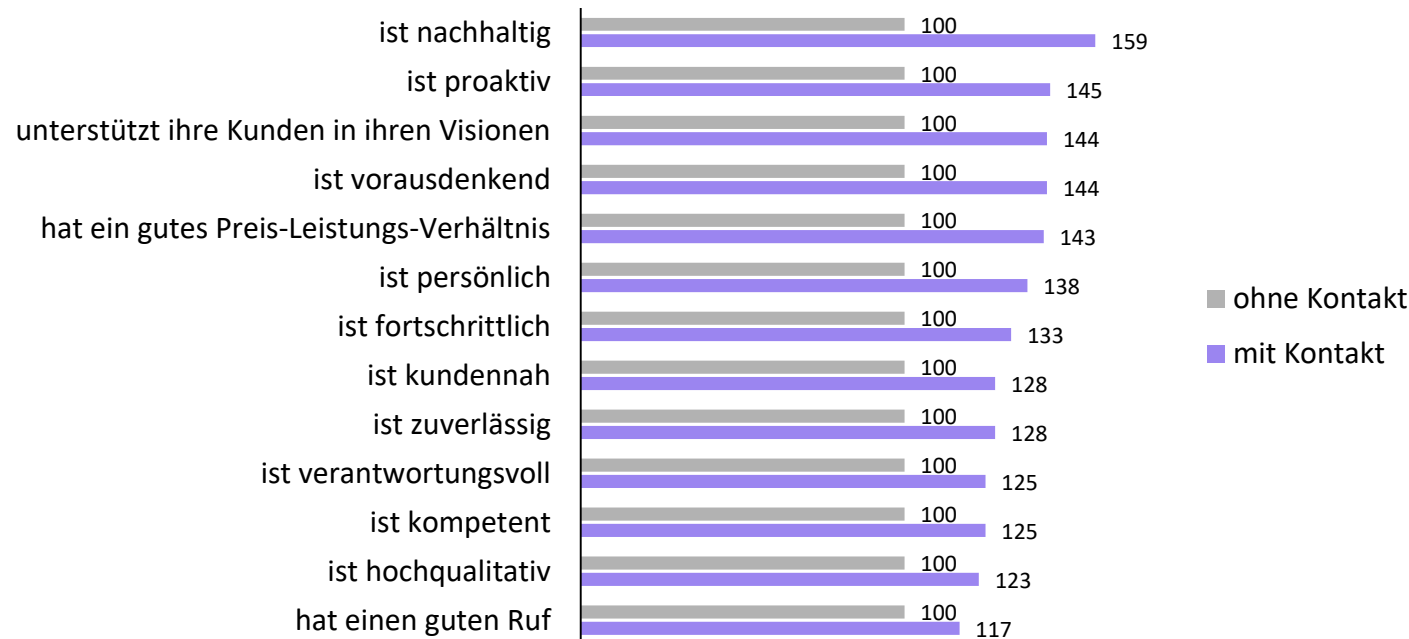


- Durch den Kontakt mit der Replay Ads-Kampagne wird die Markensympathie gesteigert: Personen mit Kontakt zur Replay Ads-Kampagne zeigen um 17% höhere Werte bei der Marken-Sympathie von AXA auf als Personen ohne Replay Ads-Kampagnen-Kontakt.

MIT REPLAY ADS-KONTAKT WIRD DIE AXA BESSER BEURTEILT

PERSONEN MIT REPLAY ADS-KONTAKT VS. PERSONEN OHNE REPLAY ADS-KONTAKT

BEURTEILUNG (INDEXIERT), ALLE AXA-KENNER

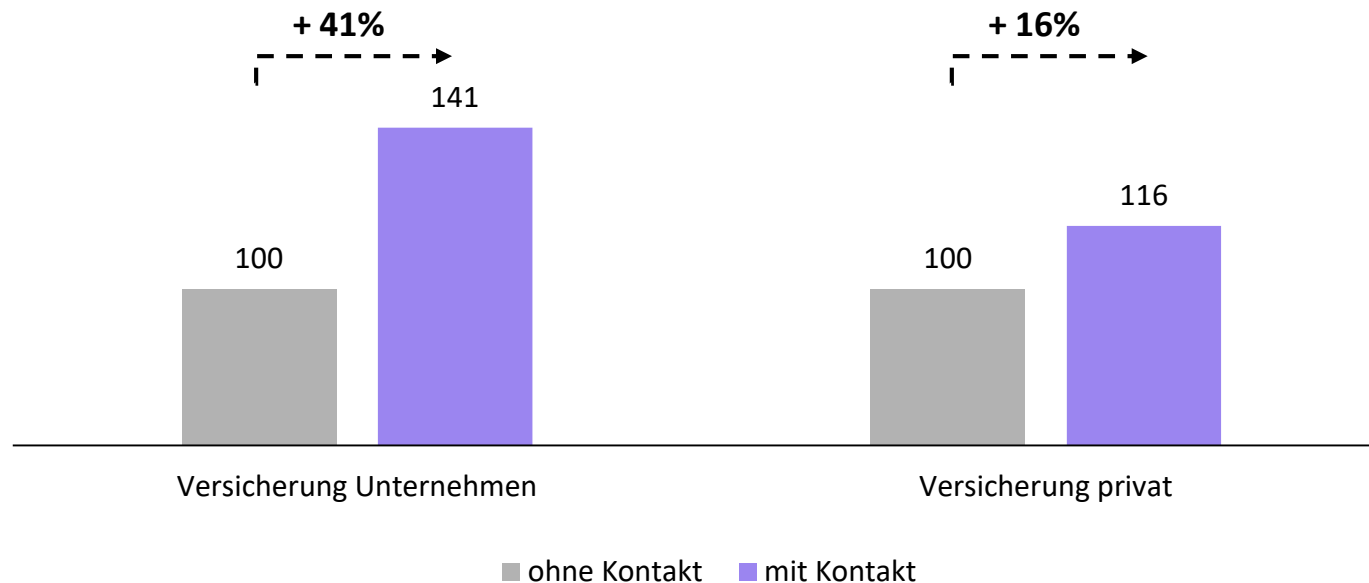


- Die AXA wird von Personen, die Kontakt mit den AXA Replay Ads hatten, in allen Punkten besser beurteilt als von Personen, welche die Replay Ads-Kampagne nicht gesehen haben.
- Am meisten positiven Einfluss haben die Replay Ads auf die Beurteilung, ob die AXA nachhaltig (+59%) und proaktiv (+45%) ist und ob sie ihre Kunden in deren Visionen unterstützt (+44%).

REPLAY ADS FÜHREN ZU HÖHERER ABSICHT AXA KUNDE ZU WERDEN

PERSONEN MIT REPLAY ADS-KONTAKT VS. PERSONEN OHNE REPLAY ADS-KONTAKT

CONSIDERATION (INDEXIERT)



- Die Absicht bei der AXA eine Versicherung abzuschliessen, ist bei Personen mit Kontakt zur AXA Replay Ads-Kampagne im Vergleich zu Personen ohne Kontakt für eine Versicherung fürs Unternehmen um 41% und für eine private Versicherung um 16% höher.

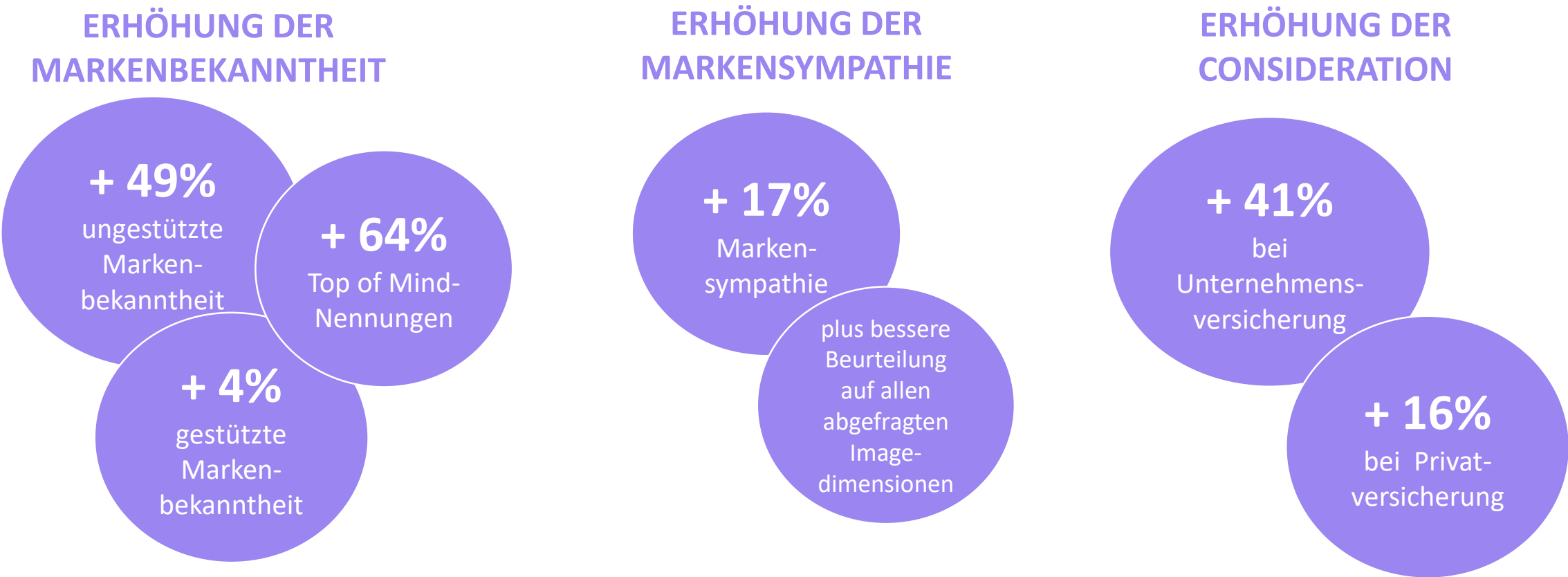
POSITIVE EFFEKTE AUF ALLE DIMENSIONEN BEI REPLAY ADS-KONTAKT

FAZIT: ERFOLGREICH WERBEN MIT REPLAY ADS

- Nachdem Auszüge der AXA Gesamt-Werbekampagne gezeigt wurden, haben **32% gesagt**, dass sie sich an die **AXA-Kampagne erinnern**. Von den Befragten, die sich erinnern können, sagen **29%** dass sie sich erinnern, die **Kampagne im TV** gesehen zu haben. **TV zeigt somit die höchsten Erinnerungswerte**.
- Insgesamt hatten 22% (erinnerten) Kontakt mit der AXA Replay Ads-Kampagne. Die AXA Replay Ads **Fast Forward Ad** und **Start Ad** sind bei **21% der Befragten bekannt**. Beim **Pause Ad** liegt die **Werbe-Erinnerung bei 7%**.
- Die gestützte **Markenbekanntheit von AXA** ist mit 83% bereits hoch, durch den **Kontakt mit den AXA Replay Ads erhöht** sich die Bekanntheit nochmals: die **gestützte Markenbekanntheit steigert** sich durch den **Kontakt** mit den **AXA Replay Ads um 4%**, die **ungestützte Markenbekanntheit um 49%** und die **Top-of-Mind** Nennungen um **64%**.
- **Mehr als zwei Drittel** der Befragten (68%) finden die AXA **sympathisch**. Durch **Kontakt** mit den **AXA Replay Ads** wird die **Markensympathie gesteigert (+17%)**. Weiter zeigt sich bei allen abgefragten **Imagedimensionen, dass Personen mit Replay Ads-Kontakten die AXA besser beurteilen**: Am meisten positiven Einfluss haben die Replay Ads auf die Beurteilung, ob die AXA nachhaltig (+59%) und proaktiv (+45%) ist und ob sie ihre Kunden in deren Visionen unterstützt (+44%).
- **Die Hälfte der Versicherungsentscheider** in Unternehmen würde die **AXA als Versicherung für ihr Unternehmen** in Betracht ziehen. Versicherungsentscheider, die **Kontakt** mit den **AXA Replay Ads** hatten, zeigen eine höhere Bereitschaft die **AXA als Versicherer fürs Unternehmen zu erwägen (+41%)** als Personen, die keine Kontakt zur Replay Ads Kampagne hatten. **37%** aller Befragten würde die **AXA als private Versicherung** in Betracht ziehen, durch **Kontakt zur AXA-Kampagne** erhöht sich die Bereitschaft die **AXA als private Versicherung zu wählen (+16%)**.
- Die Ergebnisse zeigen somit, dass die Replay Ads auf allen Markendimensionen (Markenbekanntheit, Markensympathie/Image und Consideration) positive Effekte erzielen konnten.

POSITIVE EFFEKTE AUF ALLE MARKENDIMENSIONEN

ERFOLGREICH WERBEN MIT REPLAY ADS



THANK YOU WITH PASSION

Goldbach Media (Switzerland) AG
T +41 44 914 92 00

www.Goldbach.com

GOLDBACH

