

# 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:



### PAUSE AD:



### FAST FORWARD AD:



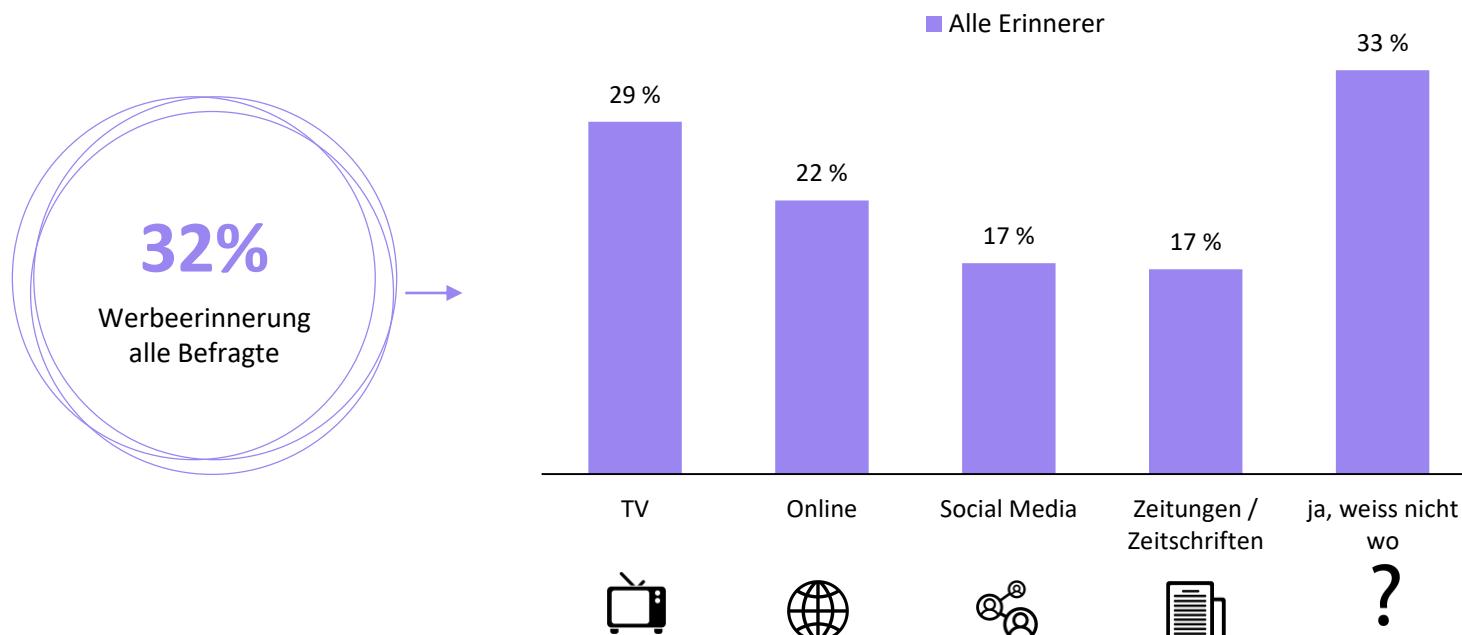
# STUDIENDESIGN

<b>Methode:</b>	Online-Befragung nach der Kampagne
<b>Grundgesamtheit:</b>	Privatpersonen im Alter von 15-65 Jahre
<b>Stichprobe:</b>	Deutschschweiz: n=875 Personen, repräsentative Stichprobe
<b>Feldzeit:</b>	21.06.2023 - 06.07.2023
<b>Kampagne:</b>	AXA Replay Ads Kampagne 2023: April bis Juni 2023
<b>Gewichtung:</b>	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 %

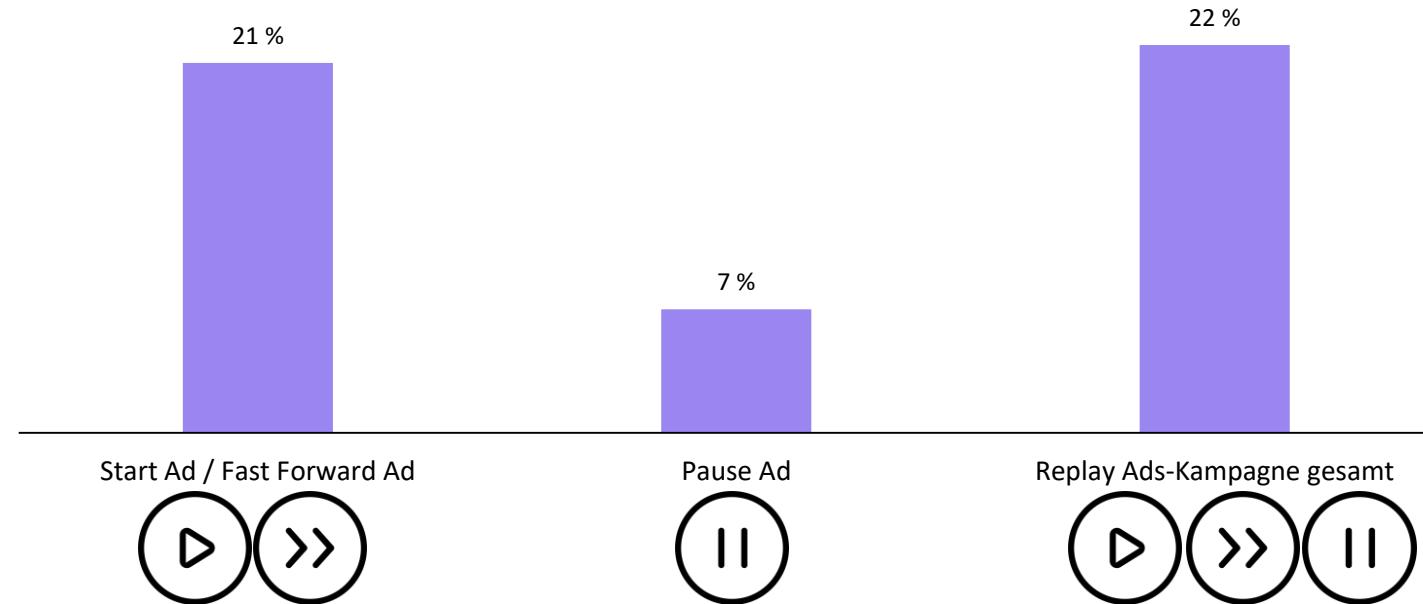


- 32% aller Befragten können sich an die Gesamt-Kampagne von AXA erinnern.
- Bei Betrachtung der Befragten, die sich an die Gesamt-Kampagne von AXA erinnern, zeigt sich die höchste Erinnerung bei TV: Fast 1/3 können sich an die Werbekampagne der AXA im TV erinnern.

# FAST ¼ ALLER BEFRAGTEN MIT AXA REPLAY ADS-KONTAKT

## WERBEMITTEL-ERINNERUNG AXA REPLAY ADS-KAMPAGNE

WERBEMITTEL-ERINNERUNG IN %, ALLE BEFRAGTE

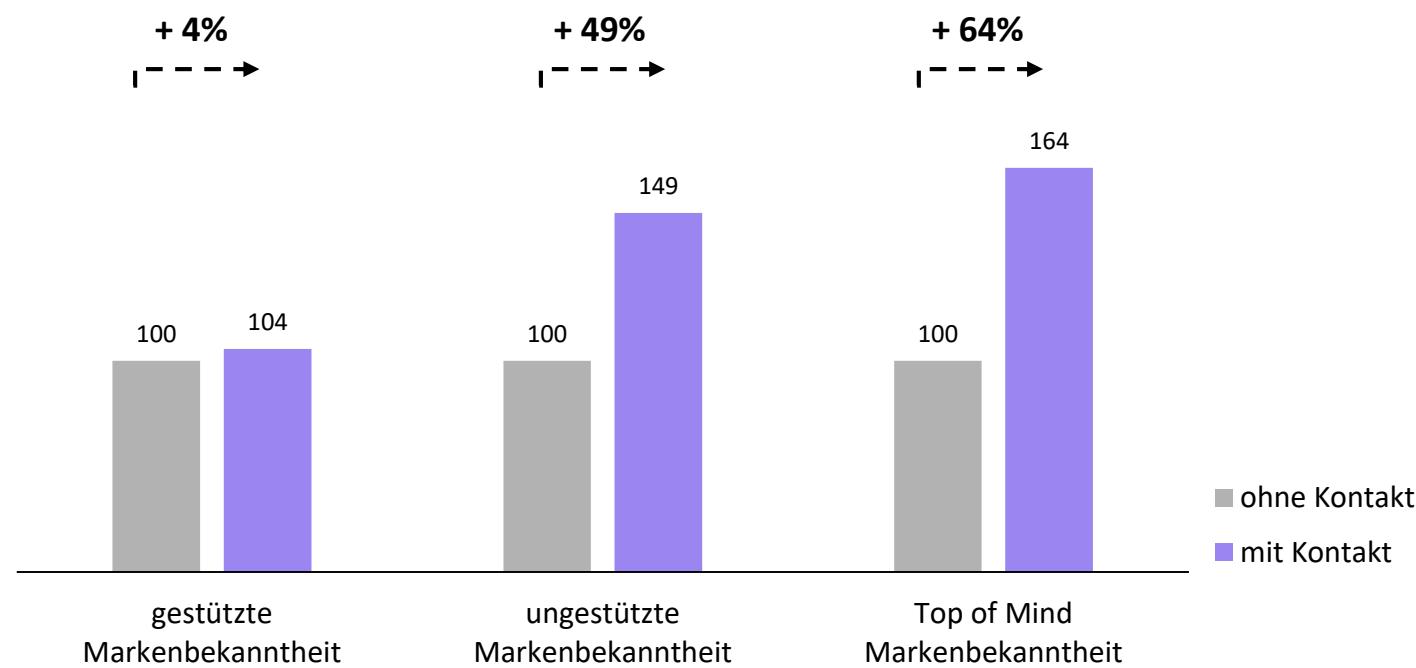


- 21% der Befragten können sich daran erinnern ein AXA Start Ad oder ein Fast Forward Ad gesehen zu haben.
- 7% haben ein AXA Pause Ad gesehen.
- Insgesamt hatten 22% (erinnerten) Kontakt mit der AXA Replay Ads-Kampagne.

# AXA KAMPAGNE HAT POSITIVEN EINFLUSS AUF BEKANNTHEIT

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

### MARKEN-BEKANNTHEIT (INDEXIERT), ALLE BEFRAGTE

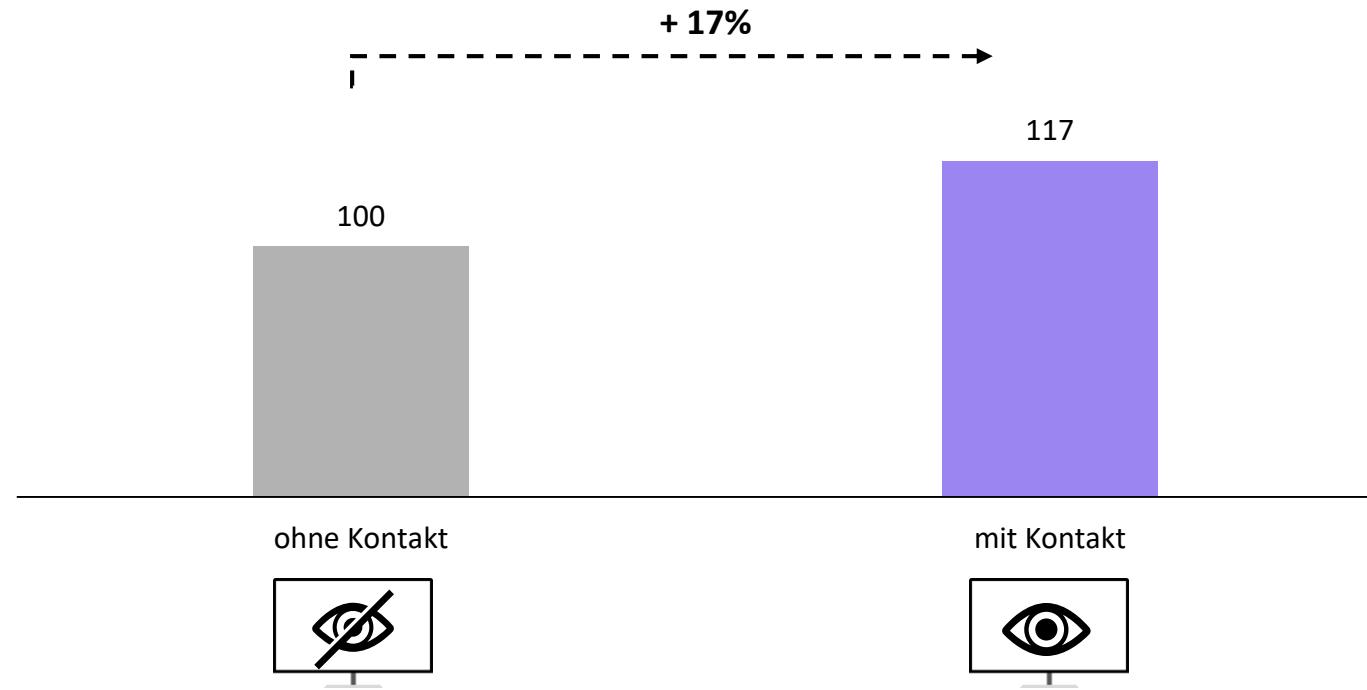


- Die AXA Replay Ads haben gewirkt: Personen mit Kontakt zur Replay Ads-Kampagne zeigen höhere Werte bei der Marken-Bekanntheit von AXA (als Versicherer für Start Ups und Gründer:innen) als Personen ohne Replay Ads-Kampagnen-Kontakt.

# 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

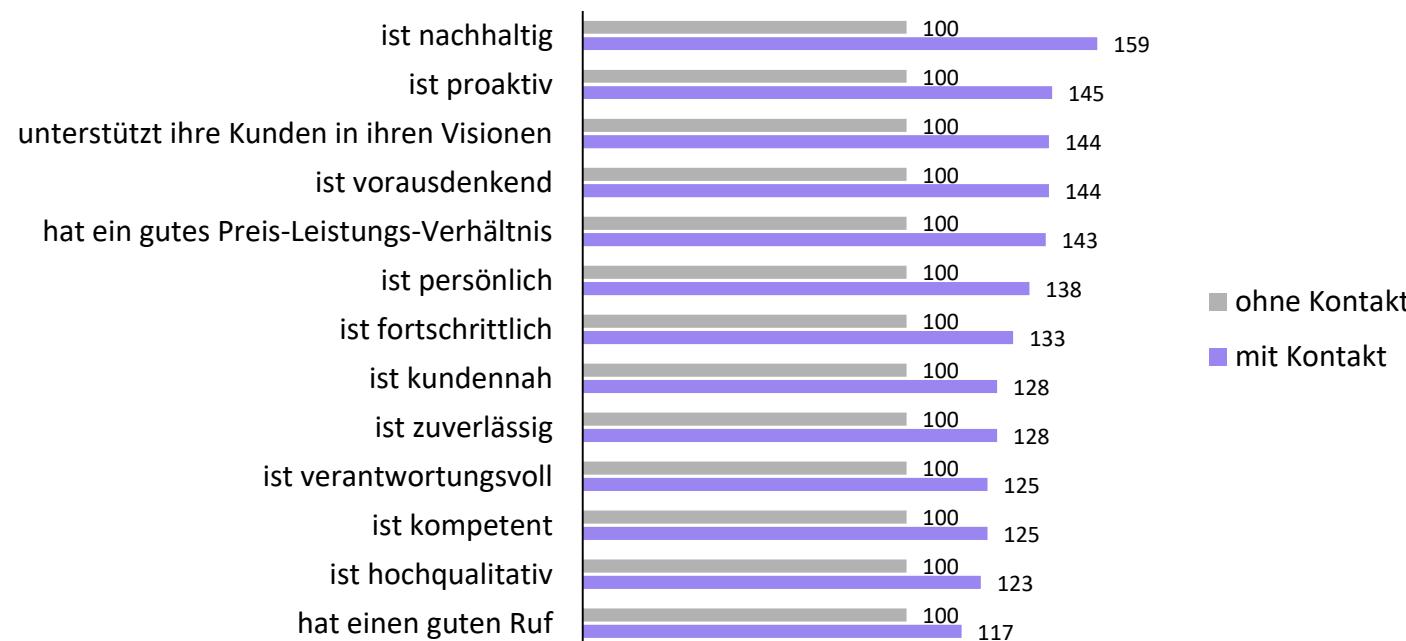


- Durch den Kontakt mit der Replay Ads-Kampagne wird die Markensympathie gesteigert: Personen mit Kontakt zur Replay Ads-Kampagne zeigen um 17% höhere Werte bei der Marken-Sympathie von AXA auf als Personen ohne Replay Ads-Kampagnen-Kontakt.

# 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

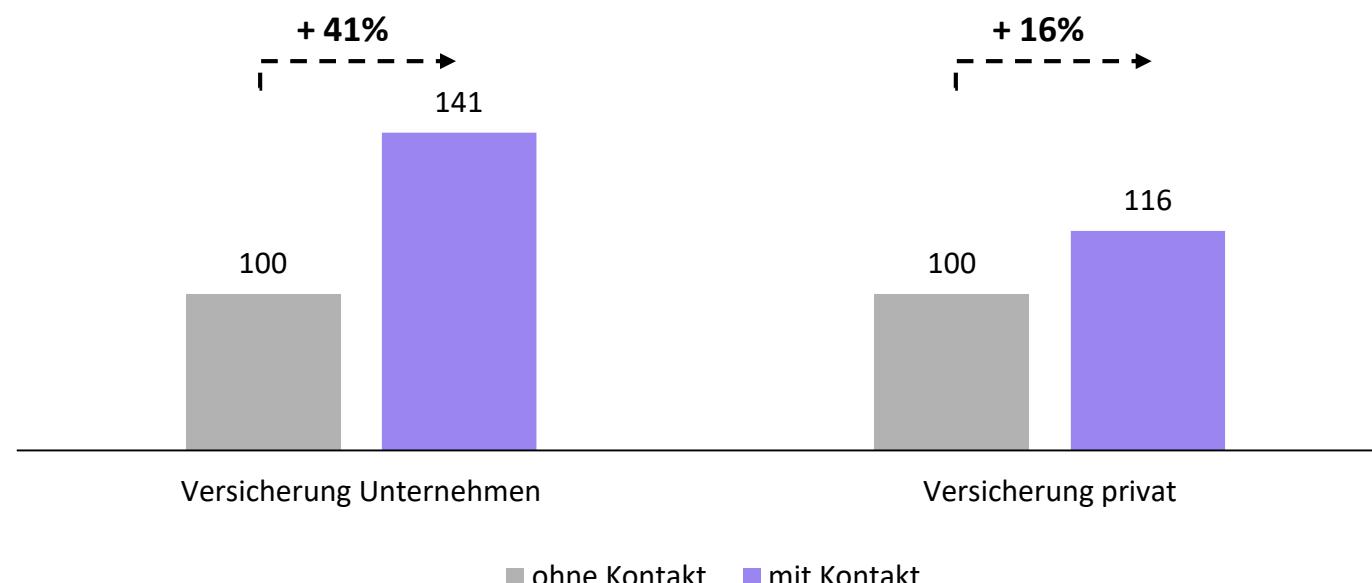


- Die AXA wird von Personen, die Kontakt mit den AXA Replay Ads hatten, in allen Punkten besser beurteilt als von Personen, welche die Replay Ads-Kampagne nicht gesehen haben.
- Am meisten positiven Einfluss haben die Replay Ads auf die Beurteilung, ob die AXA nachhaltig (+59%) und proaktiv (+45%) ist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

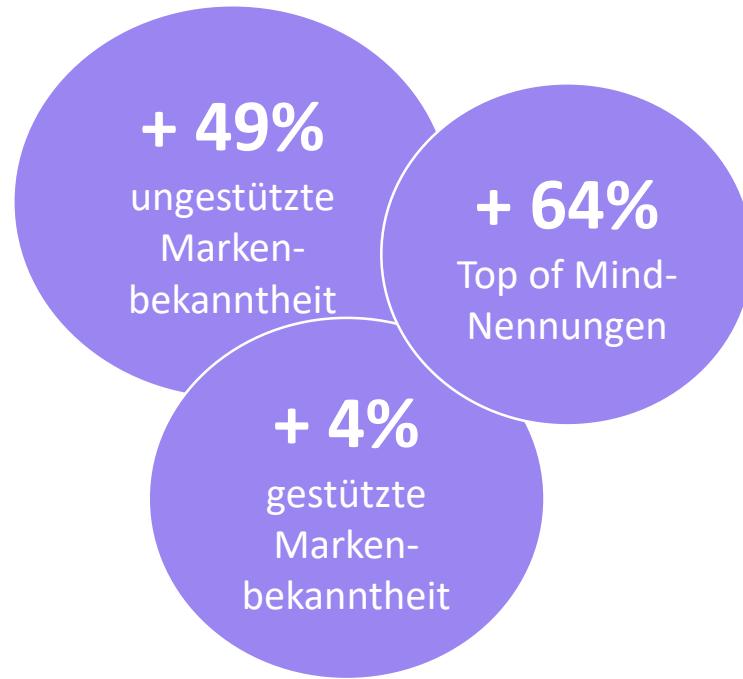
## FAZIT: ERFOLGREICH WERBEN MIT REPLAY ADS

- 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 **Werde-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

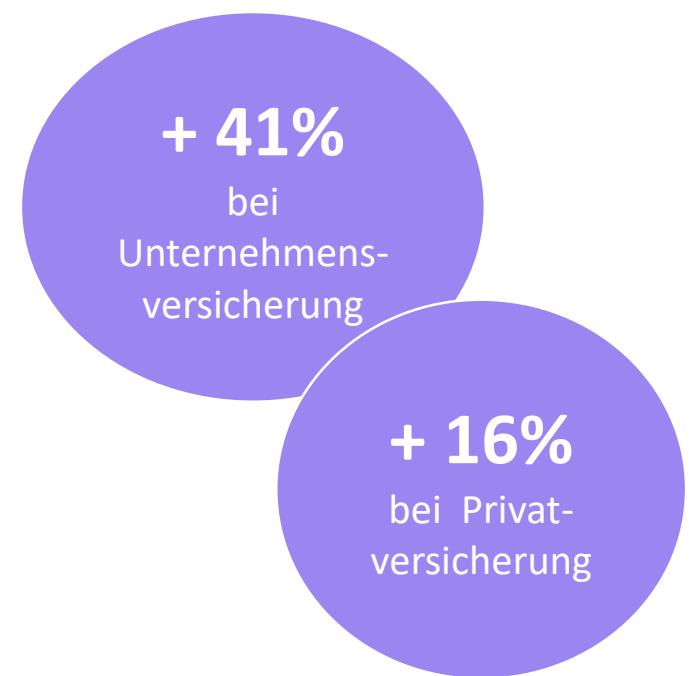
### ERHÖHUNG DER MARKENBEKANNTHEIT



### ERHÖHUNG DER MARKENSYMPATHIE



### ERHÖHUNG DER CONSIDERATION



# THANK YOU WITH PASSION

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

[www.Goldbach.com](http://www.Goldbach.com)

# GOLDBACH

