

MEDIENMITTEILUNG

Goldbach Youngstar Befragung bestätigt Netflix als vitalste Marke des 1. Quartals 2019

Goldbach Youngstar Befragung bestätigt Netflix als vitalste Marke des 1. Quartals 2019 Audible and Huawei auf den Plätzen 2 und 3. Mit einem Score von 73,1 Punkten sichert sich Netflix in der aktuellen Goldbach Youngstar Umfrage den 1. Platz. Audible landet hinsichtlich Jugendlichkeit bei den Befragten auf Platz 2. Auch Huawei liegt in der Wahrnehmung der Jungen und Junggebliebenen unter den Top 3 werbetreibenden Brands.

Als Goldbach Youngstar wird regelmäßig auf Basis einer quantitativen Untersuchung des Österreichischen Gallup Instituts jene Marke ausgezeichnet, die in der jungen und junggebliebenen Zielgruppe als „vitalste und jüngste“ gilt. Der Score, der die Basis des Ergebnisses darstellt, setzt sich dabei aus 3 Teilscores zusammen: Marke – Spot – Vorher/Nachher Vergleich.

Der Sieger der Umfrage für das 1. Quartal 2019 konnte seine Bewertung im Vergleich zur letzten Befragungswelle (1. HJ 2017) um knapp 8 Scorepunkte verbessern. Von allen abgefragten Marken wurde die Unterhaltungsmarke sowie auch der aktuelle Spot als am jugendlichsten bewertet.

Während vor Ansicht der Spots noch der Trend-Drink All I Need auf Platz 2 rangierte, bewies das Medienunternehmen Audible durch die aktuelle Kampagne, welchen großen Einfluss Werbung auf die Wahrnehmung hat. Denn der aktuelle Spot war für die Marke ein derartiger „Jungbrunnen“, dass sie beim Vorher-Nachher Vergleich auf Platz 1 sprang und somit in der Gesamtwertung auf Platz 2 landete.

Die Ergebnisse im Vorher/Nachher Vergleich im Detail

wird - bei einer Bekanntheit von 94% - von 79% der Befragten mit Vitalität in Verbindung gebracht. Für 89% passt die Marke (eher) in die Zukunft, die häufigsten Eigenschaften, die von den Befragten zugeordnet werden, sind „modern“, „unterhaltsam“, „innovativ, neuartig“ und „jugendlich“. Der aktuelle Spot wirkt sich vor allem hinsichtlich des Attributs „kraftvoll, energiegeladen“ aus. Empfanden vor Ansicht des Spots noch 22% als „kraftvoll, energiegeladen“ so waren es nach Ansicht der aktuellen TV Kampagne bereits 37% (plus 15 Prozentpunkte). Aber auch auf die Jugendlichkeit (+ 3%) und Aktivität (+ 2%) der

Marke hatte der Spot positiven Einfluss.

Amazons Hörbuch-Provider ist bereits bei 46% der Befragten bekannt, für 81% vermittelt die Marke Vitalität und ebenso viele ordnen sie (eher) der Zukunft zu. Die meistgenannten Eigenschaften der Marke sind „unterhaltsam“, „modern“, „innovativ“, „aktiv“ und „originell“. Der aktuelle Spot punktet vor allem mit Modernität (plus 5 Prozentpunkte), Kraft/Energie (+11), Jugendlichkeit und Besonderheit (+6).

89% der Befragten kennen , für 76% steht die Marke für Vitalität und 82% ordnen sie (eher) der Zukunft zu. In erster Linie werden mit die Eigenschaften „modern“, „innovativ/neuartig“, aktiv“ und „jugendlich“ in Verbindung gebracht. Durch den gezeigten Spot konnten vor allem Originalität (+ 12 Prozentpunkte), Besonderheit (+ 7) und Jugendlichkeit (+ 6) verbessert werden.

Zum Goldbach Youngstar

Seit März 2011 untersucht Goldbach Austria in Zusammenarbeit mit dem Gallup Institut quartalsweise jeweils 10 ausgewählte Spots bzw. Marken anhand einer repräsentativen Online-Umfrage hinsichtlich ihrer Vitalität und Jugendlichkeit.

Die Kriterien, um nach den Marktforschungsergebnissen in der jungen Zielgruppe als „vital“ zu gelten, liegen in der Authentizität des aktuellen Kampagnenauftritts sowie darin, bei den Befragten als jung, trendig und zeitgemäß wahrgenommen zu werden. Als Sieger gilt jene Marke, die die höchsten Ergebnisse in einer Kombination aus dem Vitalitätsindex der Marke (junge Zielgruppe) und der Werbewirkung des Spots (in der jungen Zielgruppe) erzielt. Abgefragt werden die jeweiligen Kriterien vor und nach Betrachten des aktuellen Spots. Somit kann sowohl die grundsätzliche Einstellung zu den einzelnen Marken, aber auch die Wirkung des aktuellen Kampagnenauftritts in die Bewertung einbezogen werden. Zusätzlich ist auch ein Vorher-Nachher Vergleich möglich.

Im Zuge der regelmäßigen Goldbach Youngstar Erhebung werden 500 Internetuser zwischen 14 und 29 Jahren sowie „Youngminder“ – das sind Personen zwischen 30 und 49 Jahren, deren „gefühltes Alter“ bei maximal 29 Jahren liegt – zu Einstellungen und Image von 10 unterschiedlichen Marken, die mit einer TV- und/oder Online-Video-Kampagne bei der jungen Zielgruppe präsent waren, befragt. Priorität haben Multiscreen Spots, die im jeweiligen Untersuchungszeitraum in TV UND Online plus ggf. Digital out of Home Medien gezeigt werden.

Der Gesamtscore der einzelnen Teilnehmer ergibt sich aus drei Teilscores - dem Markenimage vor Ansicht des aktuellen Spots, einer Spot-Bewertung und einem Vorher-Nachher Vergleich - und wird mittels eigens entwickeltem Algorithmus berechnet.

Um in die - für jeden Befragungsdurchgang neu ermittelte - Shortlist von Goldbach Austria aufgenommen

zu werden, müssen Kampagnen mit klassischen TV und/oder Online Spots über einen Kampagnenzeitraum von mind. zwei Wochen und mit einem definierten Mindest-Werbedruck im Goldbach TV- (COMEDY CENTRAL, DMAX, Nickelodeon/Nicknight oder Digital Out-of-Home-Netzwerk UND (oder) Goldbach Online/Mobile Netzwerk ausgestrahlt werden. In die Auswahl mit einbezogen werden zudem Kriterien wie Originalität der Spots und Heterogenität innerhalb der Shortlist. Der Jahressieger wird aus den insgesamt 40 innerhalb eines rollierenden Jahres gemessenen Marken Ende August im Rahmen des Goldbach Sommerfestes mit dem Goldbach Youngstar Award ausgezeichnet.

5103 Zeichen inkl. Leerzeichen

Weitere Informationen:

Goldbach Austria GmbH
Birgit Maier
Marketing Director
+43 1 370 88 08 180
birgit.maier@goldbachaustria.at

Das Unternehmensprofil der Goldbach Austria GmbH

Goldbach Austria umfasst mit Goldbach Audience Austria und Goldbach Media Austria zwei eng zusammenarbeitende Gesellschaften in der Vermarktung von Screen Medien.

Zu unserem Aufgabenbereich zählen die Steuerung der Gruppe in Österreich, die Bereitstellung administrativer Dienstleistungen für die operativen Tochtergesellschaften, die Planung, Koordination und Durchführung von Marketingaktivitäten sowie die Konzeption, Umsetzung und regelmäßige Publikation von Studien und Researchprojekten - wie z.B. die Goldbach Youngstar Erhebung.

Über unsere operativen Gesellschaften vermarkten wir Zielgruppen in den Bereichen Online, Video und Mobile und verknüpfen Nutzungsdaten und Werbeumfelder zu innovativen Produkten und bestmöglichen Kampagnen-Lösungen. Im TV vermarkten wir bekannte Zielgruppen-Brands, im Segment Smart TV sind wir mit den Produkten Brandworld und TV Plus in Österreich präsent. Darüber hinaus vermitteln wir das größte österreichische Digital out of Home-Werbenetzwerk mit mehr als 9.000 Screens und 40

Werbepartnern.

Für uns stehen Beratungs- und Abwicklungskompetenz in allen vermarkteten Mediengattungen mit klarem Fokus auf intelligente Multi-Screen-Vernetzung und effiziente, hochwertige Zielgruppenansprache im Vordergrund. Unser Anspruch ist, die Markenbotschaften unserer Kunden über jeden Screen und im richtigen Moment der richtigen Person auszuspielen. Werbepartner profitieren von unserer unkomplizierten Abwicklung über eine Ansprechperson.

Your Message is our Passion

www.Goldbach.com