

## MEDIENMITTEILUNG

### Youngstar: PlayStation, HOFER und Hervis können ihre Jugendlichkeit steigern

Die Befragten der neuesten Welle der regelmäßigen Goldbach Youngstar Untersuchung erklären PlayStation zur vitalsten Marke im 4. Quartal 2020. Auf den Plätzen 2 und 3 landen HOFER und Hervis. Alle drei Marken konnten ihre Scores im Vergleich zur Welle, in der sie zuletzt untersucht wurden, signifikant steigern und somit ihr jugendliches Image verstärken. PlayStation wurde von den Befragten mit 68,9 Punkten bewertet (letzte Welle 45,4) und erzielt damit unter allen abgefragten Marken die höchste Steigerung. Bei HOFER stieg der Wert von zuletzt 40,9 auf 61,1 und auch der drittplatzierte Sporthändler Hervis wird mit der Zeit immer jünger und wurde nun mit 55 Punkten bewertet (zuletzt lag der Wert bei 51,4).

#### Rekordwert für PlayStation

89,9% der Befragten kennen die Gaming-Marke des Unternehmens Sony Interactive Entertainment. Bereits vor Ansicht des aktuellen Spots assoziieren die Umfrageteilnehmer die Marke zu 67% mit dem Attribut „jugendlich“. Dieser Wert vermindert sich nach Ansicht des Spots zwar geringfügig auf 64%, gleichzeitig steigt die Eigenschaftszuordnung „Modernität“ von 56% vor Spot auf 62% nach Ansicht des Spots. Auch auf die Eigenschaften „kraftvoll/energiegeladen“, „originell“ und „innovativ/neuartig“ zählt die aktuelle Kampagne ein. „Jugendlich“, „modern“ und „unterhaltsam“ sind insgesamt jene Attribute, die bei der Marke PlayStation die höchste Zustimmung in der jungen Zielgruppe erhalten.

#### „Alle kaufen alles ein zum HOFER-Preis“ macht die Marke zum Unterhaltungsbringer

Besonders bekannt ist bei den jugendlichen Befragten mit 97% die Lebensmittel-Handelsmarke HOFER. Gleichzeitig wird die Marke auch äußerst positiv wahrgenommen: 51% sehen sie sehr und weitere 29% eher positiv. Der aktuelle, sehr einprägsame Spot katapultierte die Werte „unterhaltsam“, „originell“, „lustig“, „kraftvoll/energiegeladen“ in teilweise mehr als doppelt so hohe Zustimmungswerte als vor Ansicht der Werbung. Erhielten vor Ansicht der aktuellen Kampagne noch eindeutig die Kriterien „bodenständig“ und „traditionell“ die höchste Zustimmung, so holten nach Ansicht des Spots die Eigenschaften „originell“, „unterhaltsam“, „modern“, „lustig“ und „aktiv“ die besten Werte.

### **Hervis kann sich in alle seinen Top-Attributen steigern**

Die drei am höchsten bewerteten Eigenschaften der Sporthandelsmarke sind sowohl vor als auch nach Ansicht des Spots: „aktiv“, „kraftvoll/energiegeladen“ und „vital“. Der Spot konnte alle drei Top-Eigenschaften in der Meinung der Befragten noch weiter festigen: „aktiv“ stieg von 59 auf 61%, „kraftvoll/energiegeladen“ von 44 auf 46% und „vital“ von 43 auf 49%.

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.

### **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, TLC, Nickelodeon) 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.

4741 Zeichen inkl. Leerzeichen

**Weitere Informationen:**

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

**Über die Goldbach Austria GmbH**

Die Goldbach Austria GmbH umfasst Goldbach Audience Austria und Goldbach Media Austria und vermarktet Medien und Angebote aus den Bereichen TV, Online, Mobile, Smart-TV und Digital Out-of-Home. Beratungs- und Abwicklungskompetenz mit klarem Fokus auf intelligente Multi-Screen-Vernetzung und effiziente Zielgruppenansprache stehen bei uns im Vordergrund. Markenbotschaften werden auf dem richtigen Bildschirm zum richtigen Zeitpunkt der richtigen Person ausgespielt. Dabei setzen wir in allen von uns vermarkteten Mediengattungen auf die optimale Kombination aus großer Reichweite, hochwertigen Werbeumfeldern und innovativen Produkten, um Werbekunden optimal aus einer Hand anzusprechen. Die Goldbach Austria GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Goldbach Group AG mit Sitz in Küsnacht Zürich. Die Goldbach Group AG ist in der Schweiz, Österreich und Deutschland tätig und ist ein Unternehmen der TX Group.

**GOLDBACH**

**YOUR  
MESSAGE  
IS OUR  
PASSION**

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

Goldbach Austria GmbH

Laimgrubengasse 14  
AT-1060 Wien  
Österreich

T +43 1 370 88 08 0  
F +43 1 370 88 08 20

[info.at@goldbach.com](mailto:info.at@goldbach.com)  
<https://www.goldbach.com>