



Case Study: Danone Actimel

Köln, den 3. März 2004



Ausgangslage

TV - Kampagne für Actimel von Danone

(probiotisches Produkt)

- **Zielgruppe:** Erwachsene von 20 bis 49 Jahren
- **Zeitraum:** Januar bis April 2003
- **Maßnahme:** Kampagne mit klassischen Spots
- **Budget:** € 6.428.000 (Spotkampagne)
 - 43% RTL
 - 14% Pro 7
 - 14% Sat 1
 - 11% RTL II
 - 11% Vox
 - 3% Super RTL
 - 2% ZDF
 - 1% Kabel 1

Methode

- **Grundgesamtheit:** Erwachsene 20-49 Jahre
- **Feldzeit:** 14. – 17. April 2003
- **Fallzahl:** 1001 Interviews
- **Institut:** FORSA, Integration in die laufende telefonische RTL-Omnibusbefragung



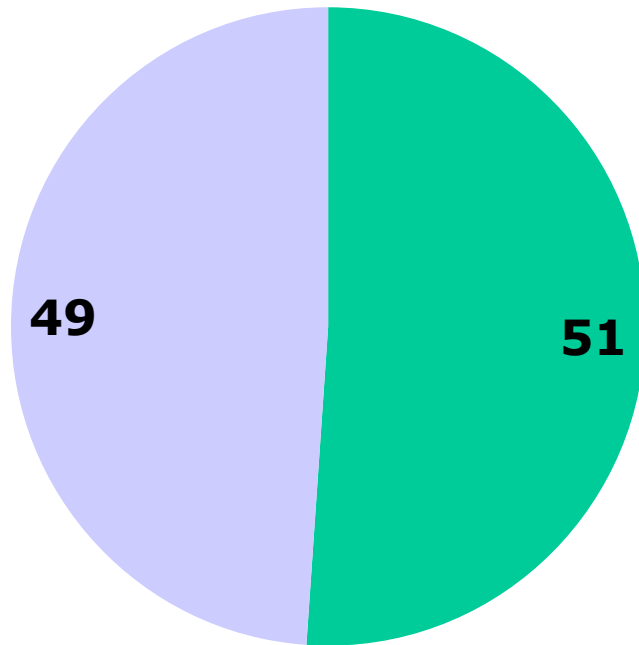
Strukturen der Stichprobe

Köln, den 3. März 2004

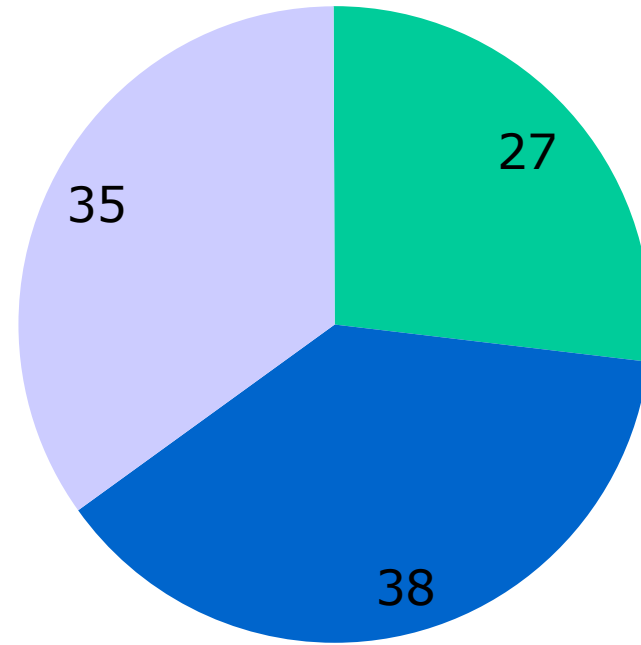


Alter und Geschlecht in der Stichprobe

Angaben in %



■ männlich ■ weiblich

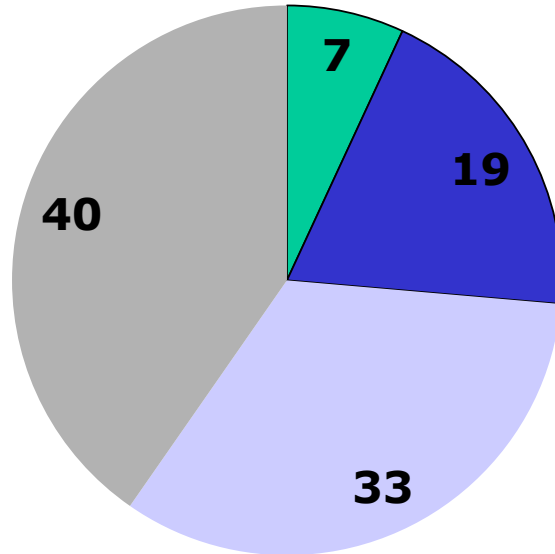


■ E 20-29 ■ E 30-39 ■ E 40-49

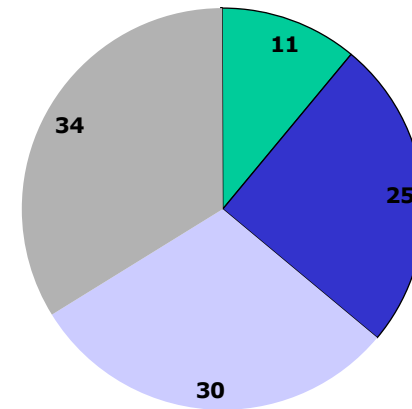
Interesse an probiotischen Produkten

Angaben in %

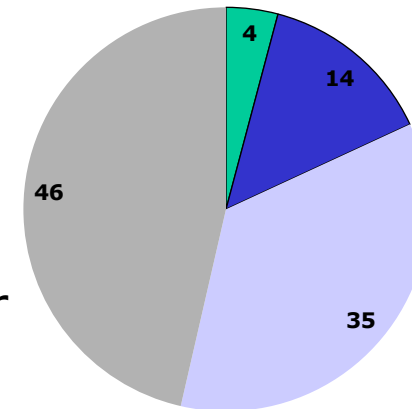
- sehr daran interessiert
- auch noch interessiert
- weniger interessiert
- gar nicht interessiert



Frauen



Männer



Fazit

- Gut ein **Viertel der Erwachsenen** im Alter von 20 bis 49 Jahren sind an **probiotischen Produkten** interessiert.
- Bei den **Frauen ist das Interesse stärker ausgeprägt**: 36% sind an diesem Produktbereich interessiert.



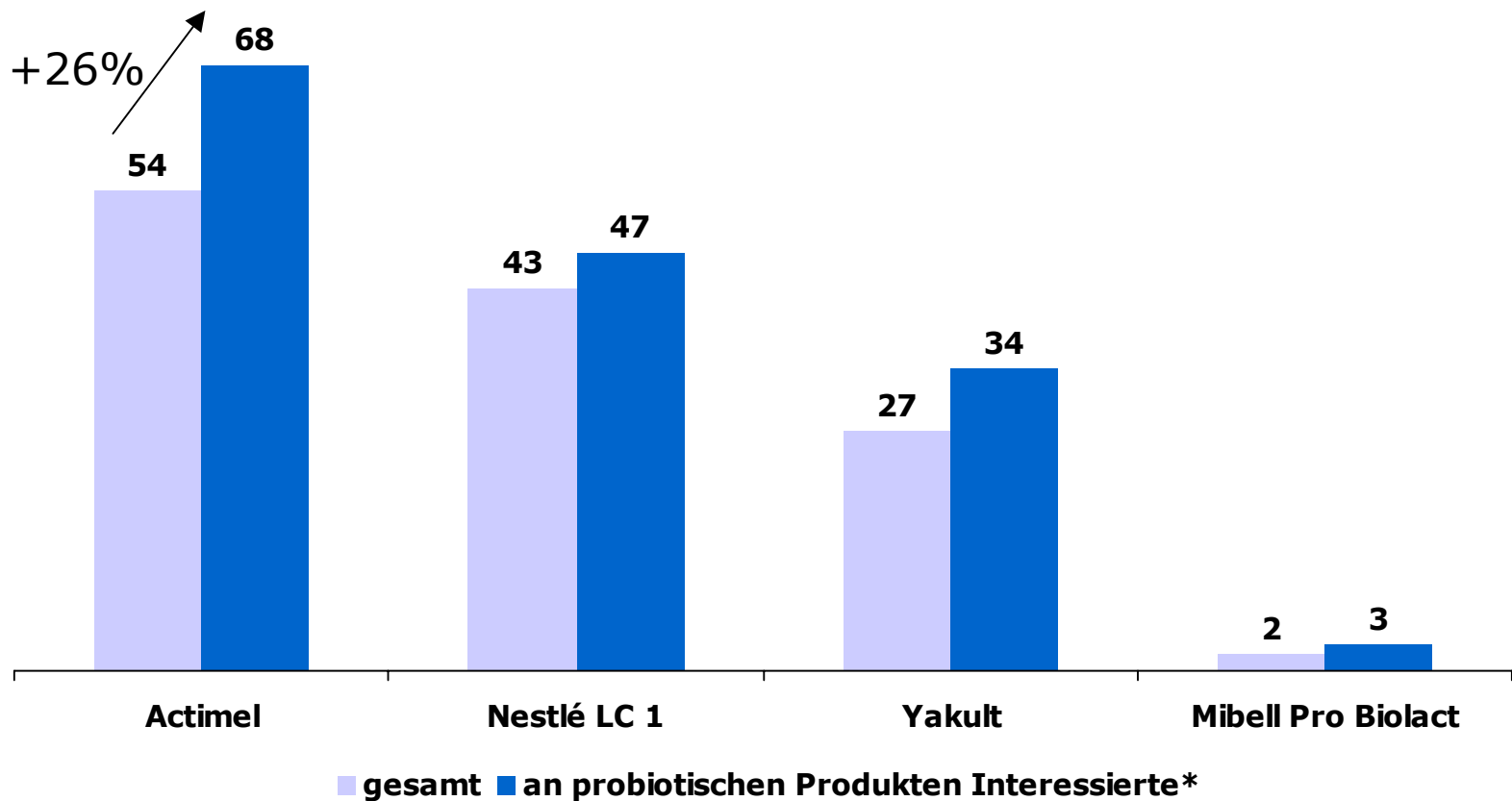
Werbewirkung

Köln, den 3. März 2004



Knapp 70% der Interessierten wurden erreicht!

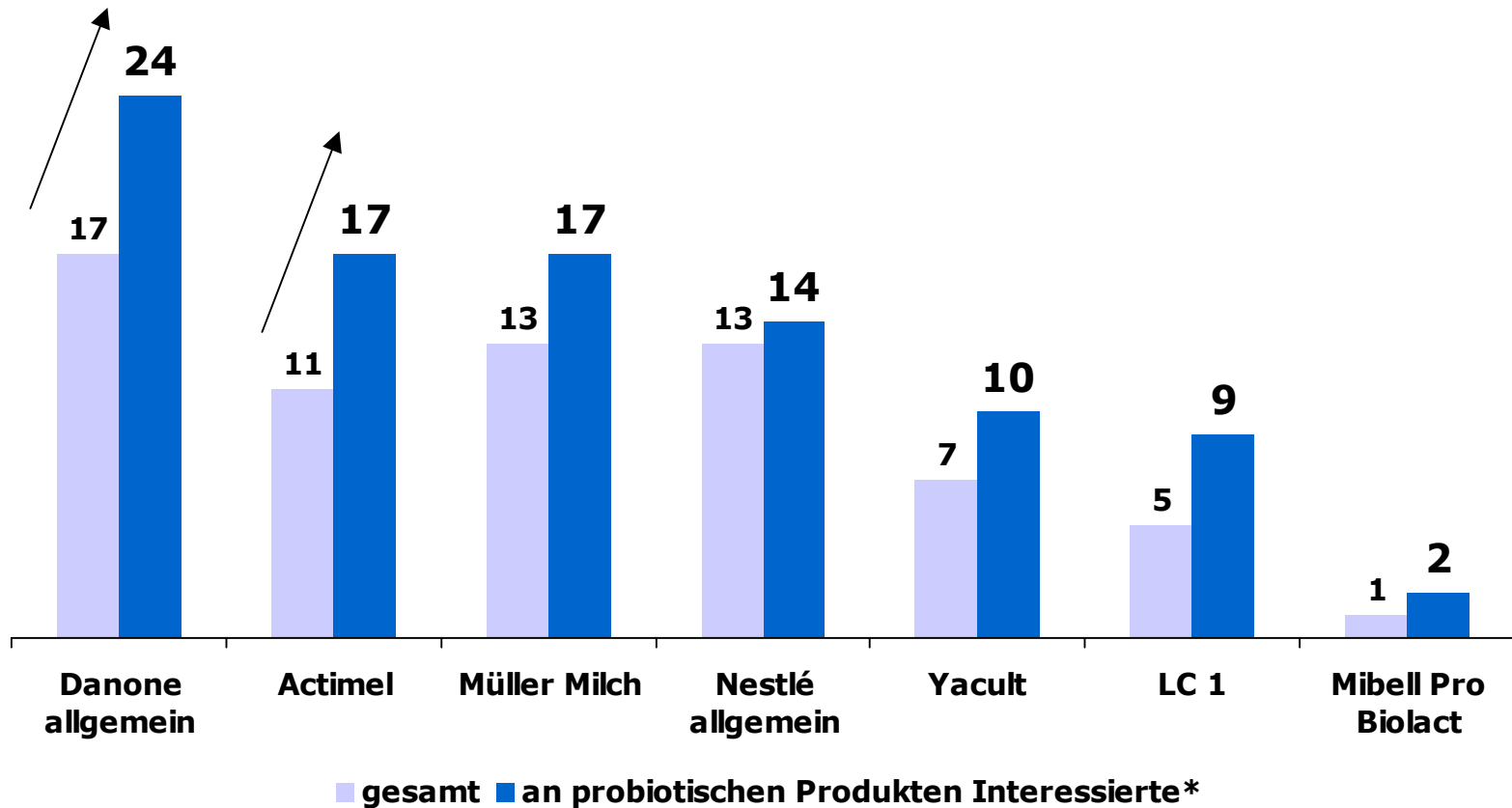
Werbeerinnerung in %



Basis: Erwachsene 20-49 mit Markenbekanntheit, * „Sehr daran interessiert“ und „auch noch daran interessiert“

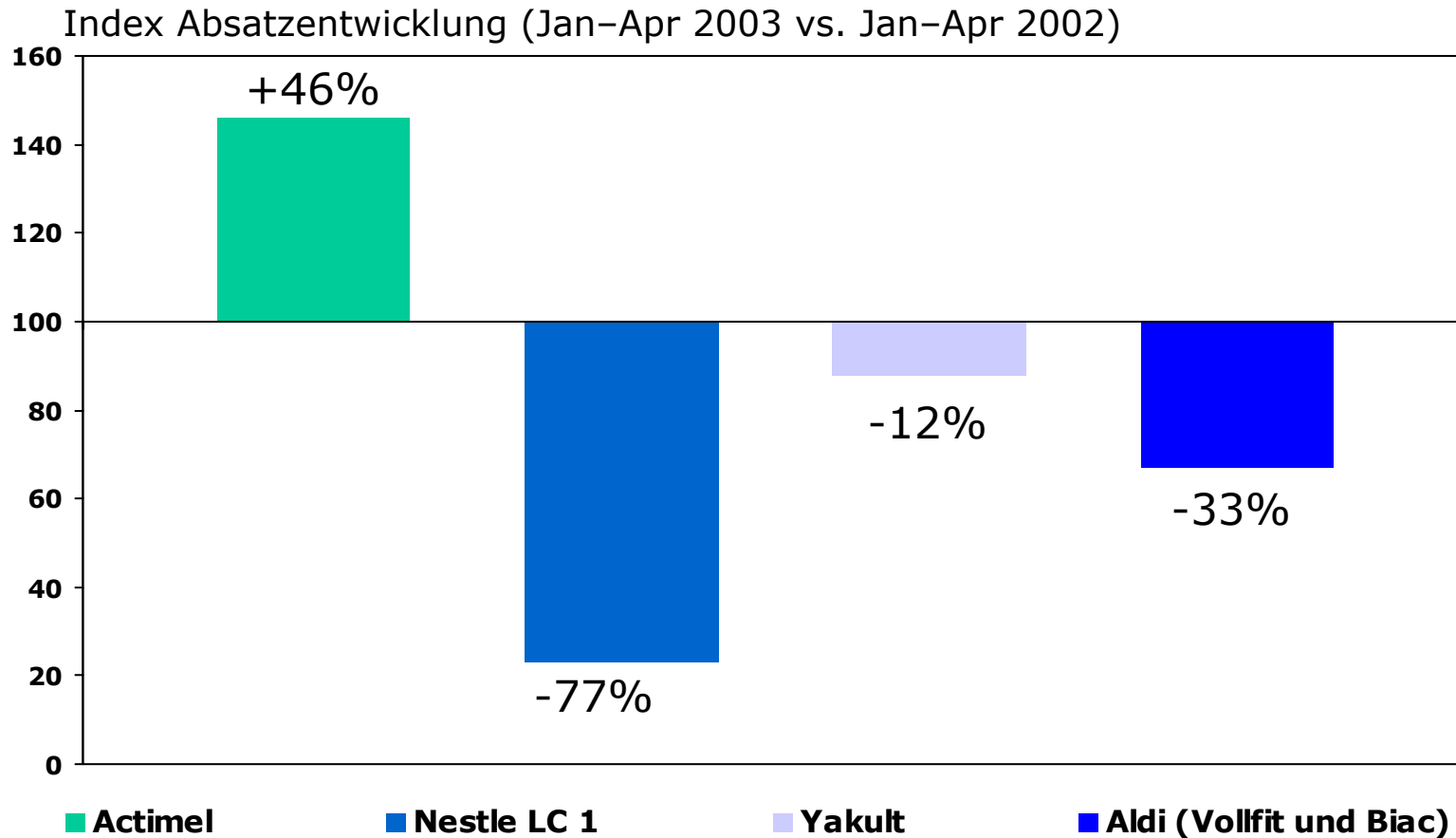
Höhere Werbeinvestitionen zahlen sich aus!

Spontane Markenbekanntheit in %



Basis: 1002 Erwachsene 20-49, * „Sehr daran interessiert“ und „auch noch daran interessiert“

Actimel wächst – die Konkurrenz schrumpft!



Fazit

- Durch den Mediastorm haben nahezu **70% der Produktinteressierten** den Spot wahrgenommen.
- Ein **Viertel der Produktinteressierten** kennt den Joghurtdrink spontan!
- Durch den Mediastorm wurde der **Abverkauf um nahezu 50% gesteigert** – dagegen musste die Konkurrenz teilweise drastische Absatzeinbrüche hinnehmen!