



MEGGLE und RTL wecken ‚Grilllust‘

Erfolg maßgeschneidert für die ‚Leichte Rolle‘



MEGGLE und RTL wecken die Lust auf Grillen

- Vom Mai bis August 2006 bewarb MEGGLE bei RTL und Vox die ‚Kräuter-Tube‘ und die ‚Leichte Rolle‘.
- Klassische Spots, Sonderwerbformen (Content-und Movesplit) und Onlinemaßnahmen wurden hierfür systematisch miteinander vernetzt. Dabei wurde aus dem Contentsplit ein individuelles „MEGGLE-Grillwetter“ entwickelt, dass gezielt auf das Online-Special der Kampagne verwiesen hat.
- Im Fokus dieser Untersuchung steht die Werbewirkung der maßgeschneiderten Kampagne.



Methode und Stichprobe

Qualitative Analyse Content-Split und Online-Auftritt - IRP mit Mediascore

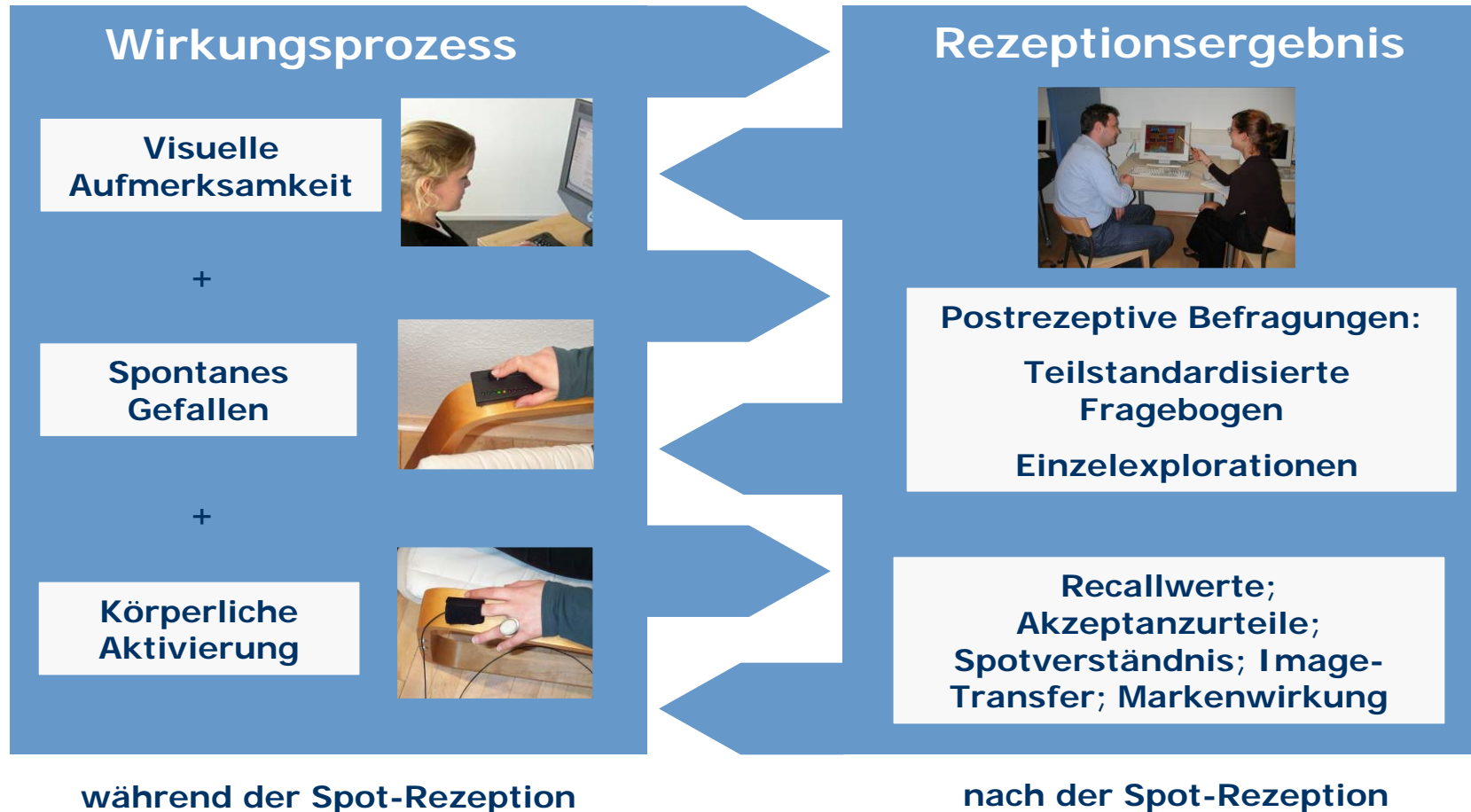
- 40 Teilnehmer; davon nahm eine kleinere Gruppe an vertiefenden Einzelexplorations teil
- Zielgruppe: Männer und Frauen zwischen 18 bis 49 Jahre, die regelmäßig fernsehen
- Zeitraum: September 2006

Quantitative Kampagnenkontrolle - CAPI-Befragung mit dem OMD Market Response Finder

- Zielgruppe: HHF zwischen 20 bis 49 Jahre; „Sowefo-Erinnerer“ wurden verglichen mit Personen, die sich nicht an die Sowefos erinnern konnten
- Zeitraum: September 2006

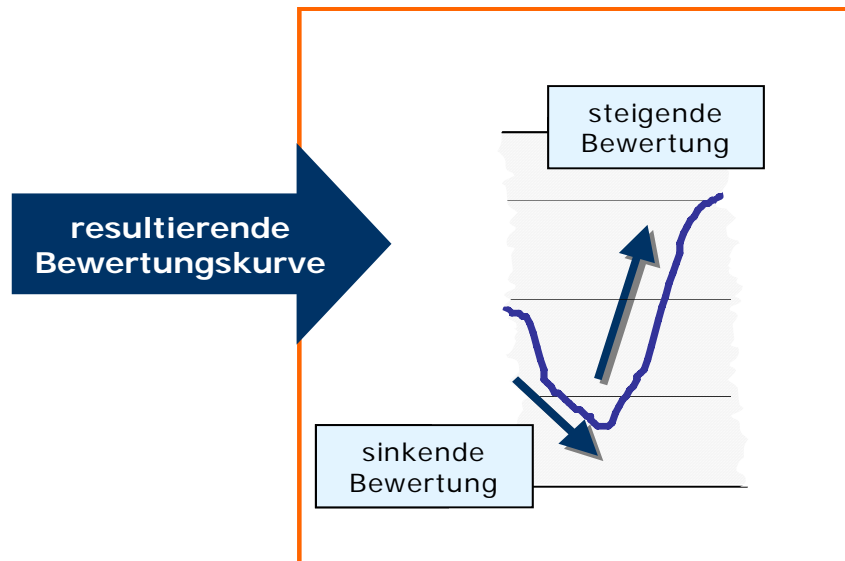


Integrierte Rezeptionsprozessanalyse IRP



Spontanes Gefallen: Online-Scorer

- Mit Hilfe des Online-Scorers beurteilen die Testteilnehmer kontinuierlich und unmittelbar das Gesehene
- Die Bewertungsskala reicht dabei von -4 (gefällt gar nicht) bis +4 (gefällt sehr gut)

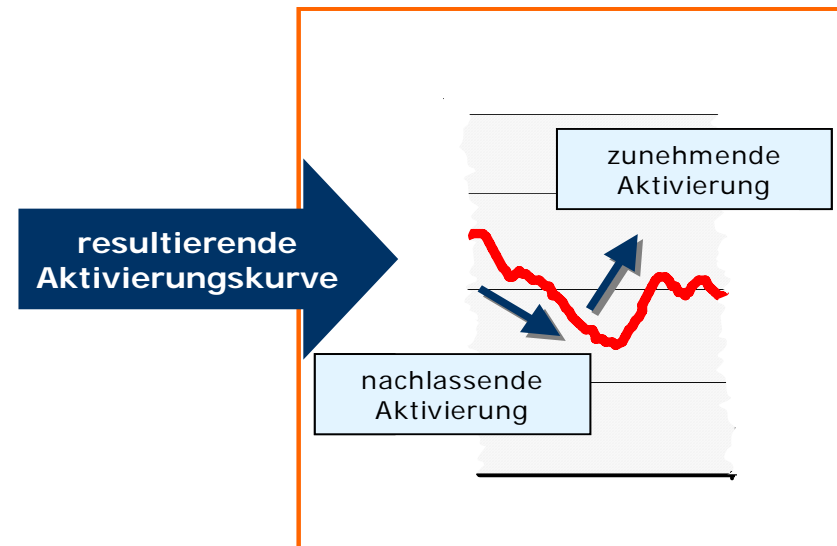


Quelle:  mediascore



Körperliche Aktivierung: Puls-Sensor

- Der Puls-Sensor erfasst das körperliche Aktivierungsniveau der Probanden
- Die so gewonnenen psychophysiologischen Daten liefern Informationen zum emotionalen Rezeptionserleben (z.B. Aufmerksamkeit, Langeweile oder Spannung)



Quelle:  mediascore



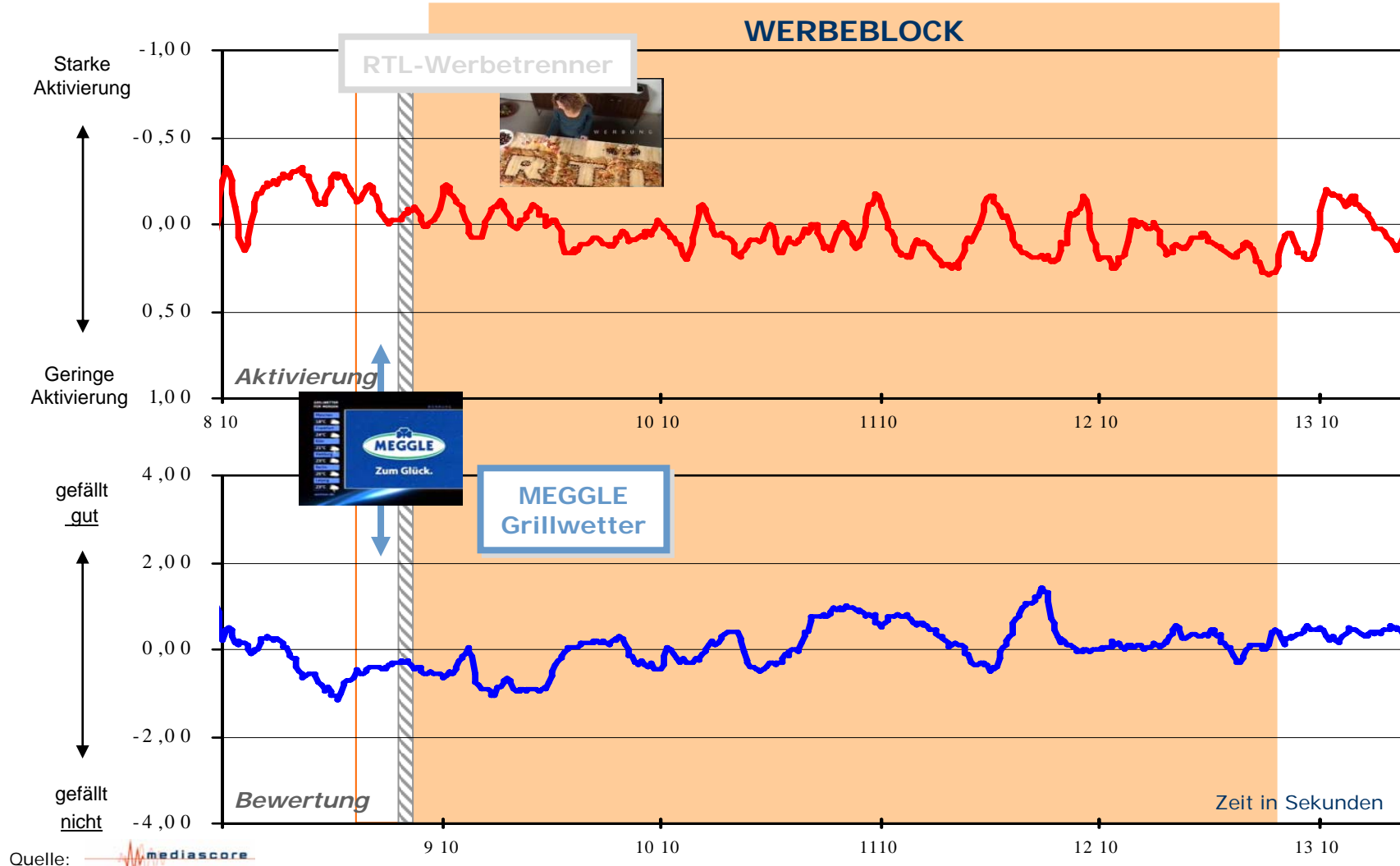
Unmittelbare Wirkung – Grillwetter von MEGGLE



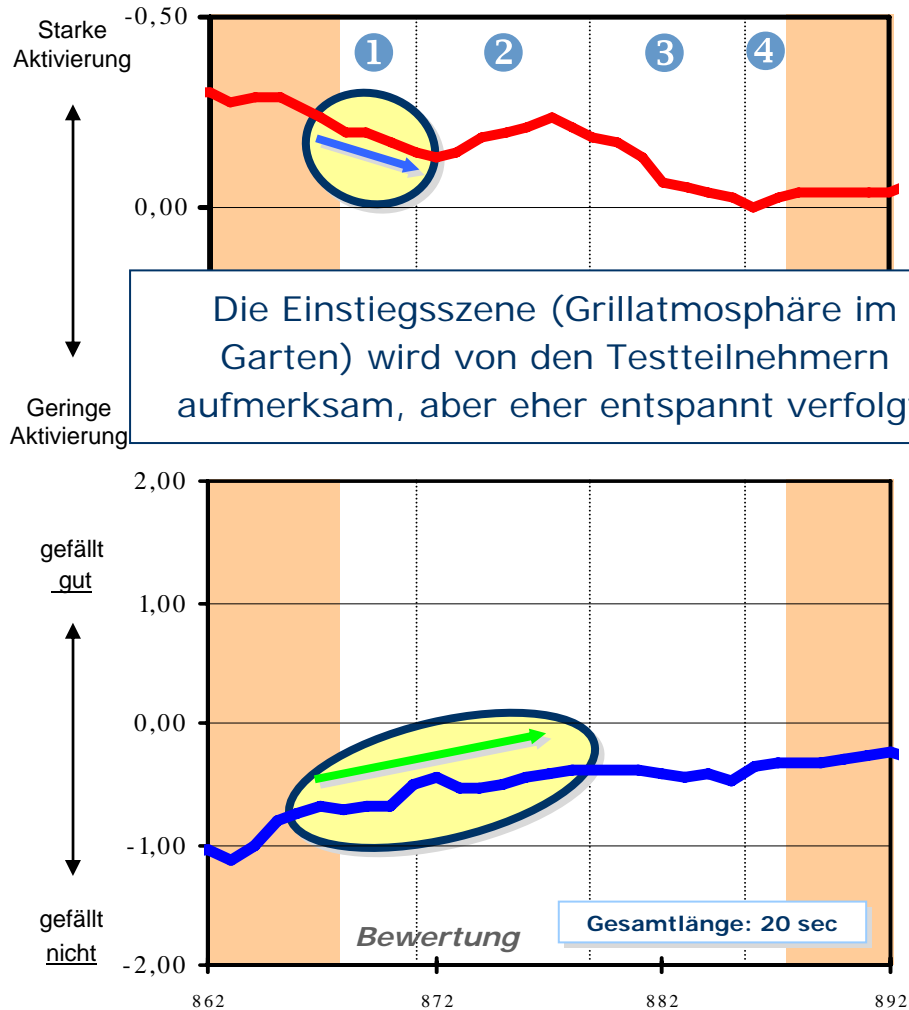
MEGGLE „Grillwetter“



Der Spot erfährt einen leichten Bewertungsanstieg



Entspannter Einstieg in die Grillatmosphäre

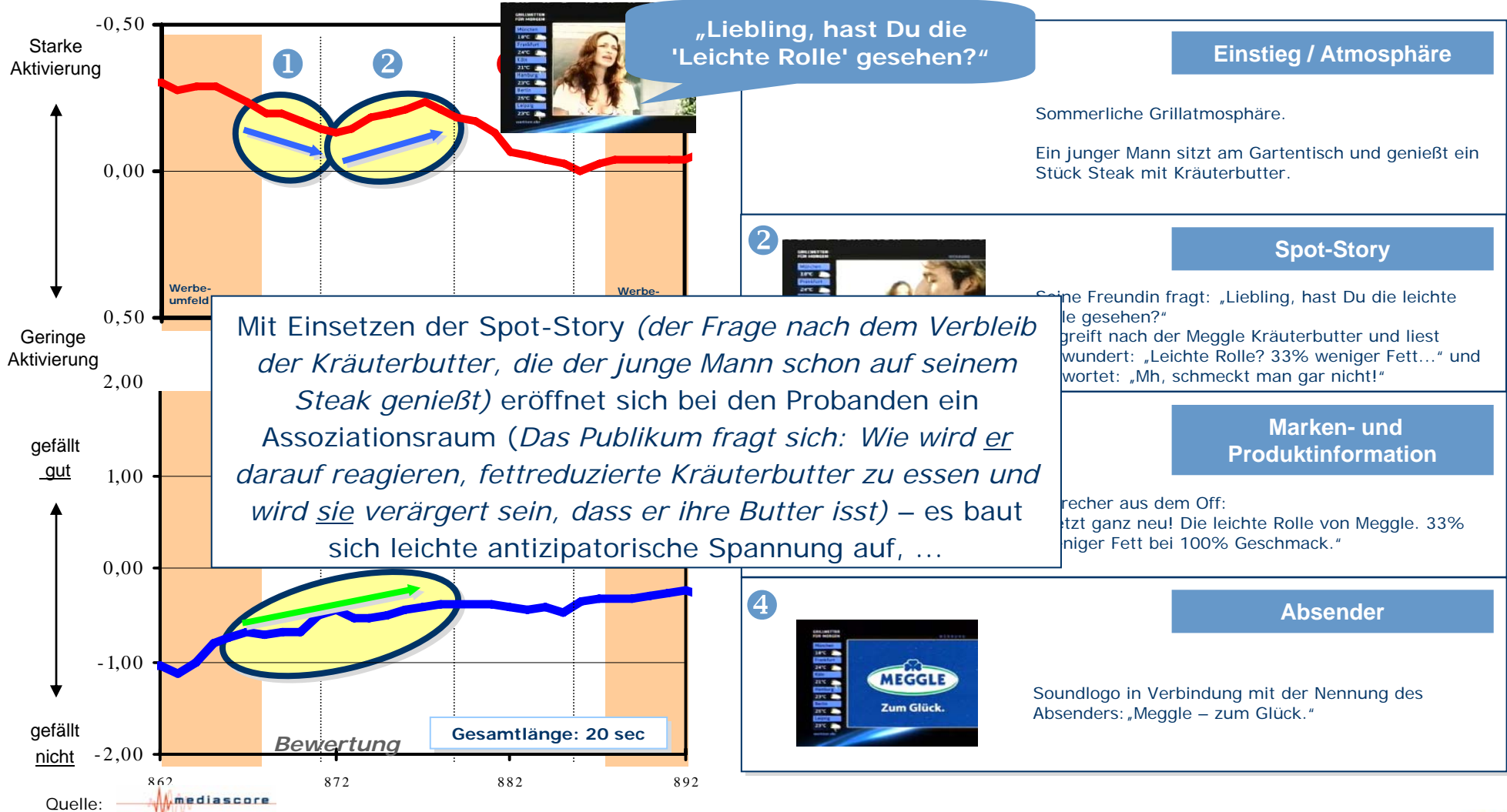


Die Einstiegsszene (Grillatmosphäre im Garten) wird von den Testteilnehmern aufmerksam, aber eher entspannt verfolgt.

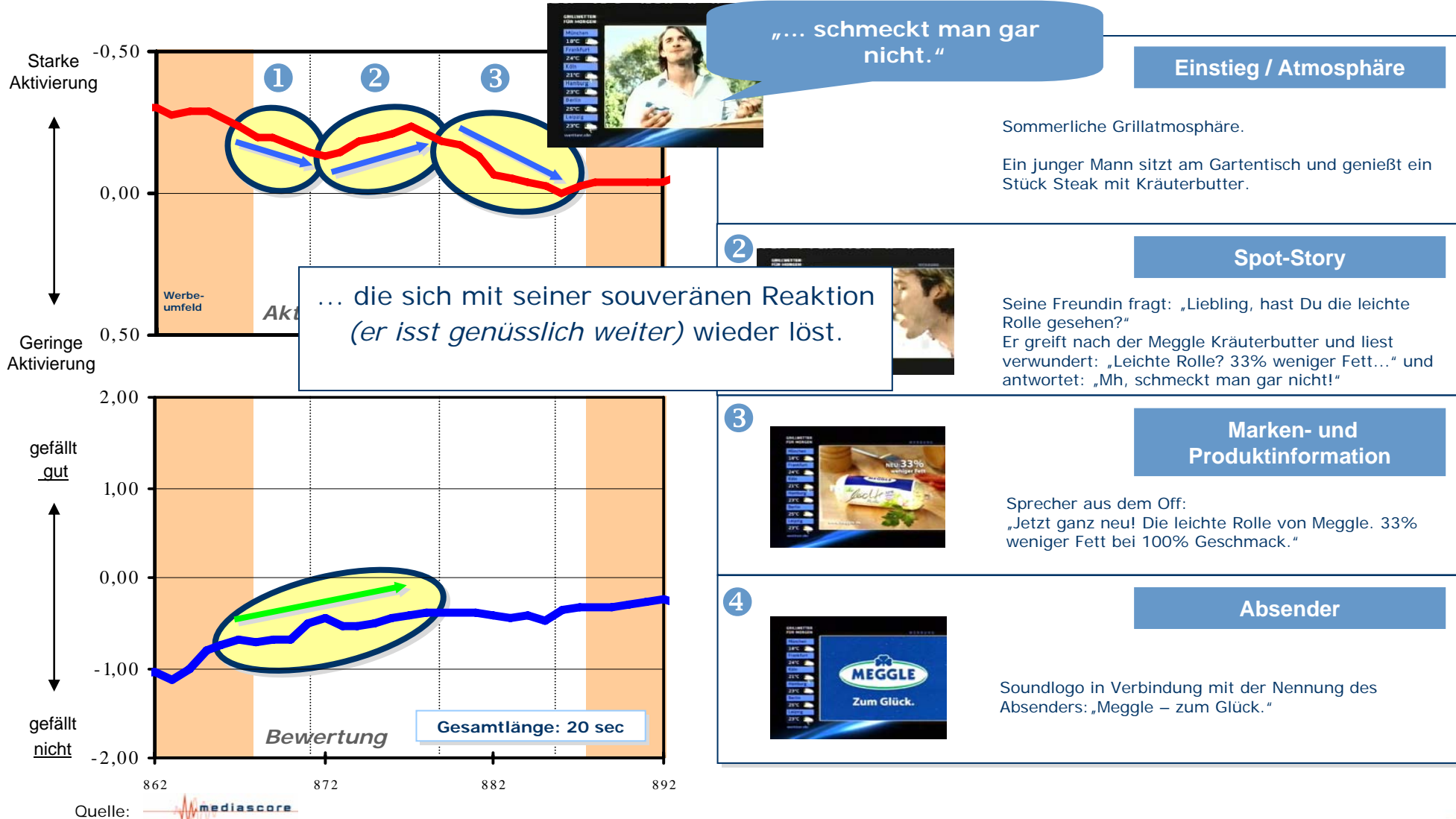
<p>1</p>	<p>Einstieg / Atmosphäre</p> <p>Sommerliche Grillatmosphäre.</p> <p>Ein junger Mann sitzt am Gartentisch und genießt ein Stück Steak mit Kräuterbutter.</p>
<p>2</p>	<p>Spot-Story</p> <p>Seine Freundin fragt: „Liebling, hast Du die leichte Rolle gesehen?“ Er greift nach der Meggle Kräuterbutter und liest verwundert: „Leichte Rolle? 33% weniger Fett...“ und antwortet: „Mh, schmeckt man gar nicht!“</p>
<p>3</p>	<p>Marken- und Produktinformation</p> <p>Sprecher aus dem Off: „Jetzt ganz neu! Die leichte Rolle von Meggle. 33% weniger Fett bei 100% Geschmack.“</p>
<p>4</p>	<p>Absender</p> <p>Soundlogo in Verbindung mit der Nennung des Absenders: „Meggle – zum Glück.“</p>



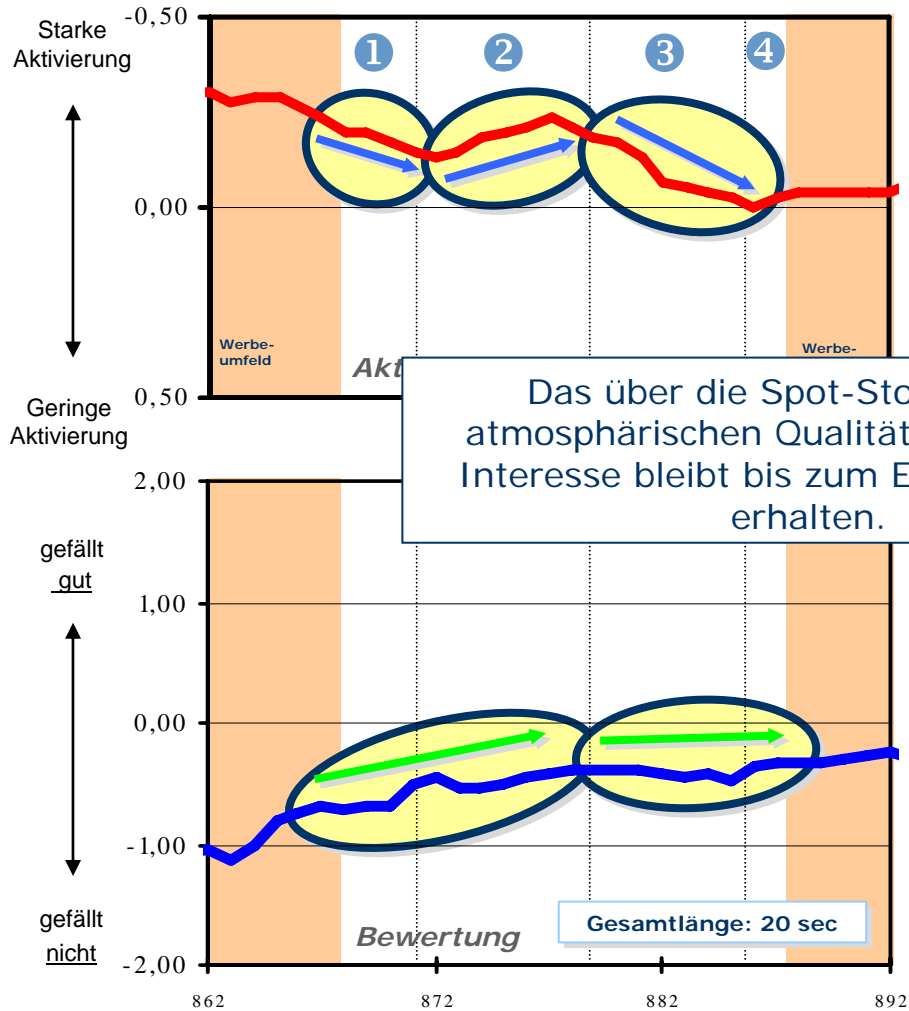
Aktivierungsanstieg bei der Produkt-Nennung



Entspannung bei der positiven Auflösung



Die Zuschauer sind durchgehend involviert



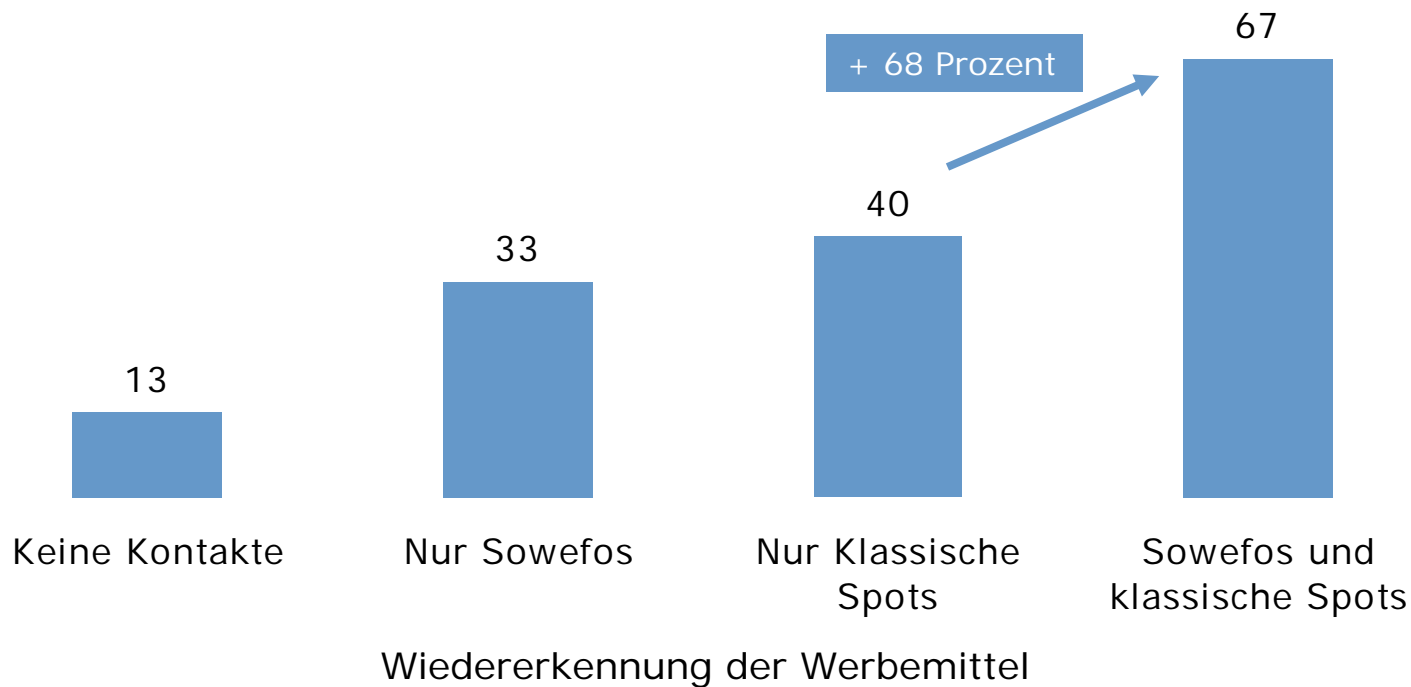
Quelle: mediascore

<p>1</p>	<p>Einstieg / Atmosphäre</p> <p>Sommerliche Grillatmosphäre.</p> <p>Ein junger Mann sitzt am Gartentisch und genießt ein Stück Steak mit Kräuterbutter.</p>
<p>2</p>	<p>Spot-Story</p> <p>Seine Freundin fragt: „Liebling, hast Du die leichte Rolle gesehen?“ Er greift nach der Meggle Kräuterbutter und liest verwundert: „Leichte Rolle? 33% weniger Fett...“ und antwortet: „Mh, schmeckt man gar nicht!“</p>
<p>3</p>	<p>Marken- und Produktinformation</p> <p>Sprecher aus dem Off: „Jetzt ganz neu! Die leichte Rolle von Meggle. 33% weniger Fett bei 100% Geschmack.“</p>
<p>4</p>	<p>Absender</p>



Grillwetter: Awareness-Turbo für die 'Leichte Rolle'

OMD Market Response Finder- Produktbekanntheit in %



Quelle: OMD Market Response Finder / September 2006; Basis: HHF 20-49 n=800



Lust und Hunger: Das Grillwetter betört alle Sinne O-Töne

„Man bekommt Lust und Hunger auf die
Kräuterbutter, auch wenn vielleicht nicht die Sonne
scheint.“

„Der Spot macht Lust auf Grillen und schönes Wetter.“

„Eine schöne Kulisse im Garten mit einer
relaxten, sommerlichen Stimmung.“

„Die Werbung vermittelt Sommer- und
Grillfeeling und Freude am Leben.“

„Eine entspannte, lockere
Atmosphäre.“

„Das ist keine aufdringliche, sondern eine lockere,
leichte Atmosphäre – genauso, wie es beim Grillen
sein sollte.“

„Man bekommt richtig Hunger, wenn man
sieht, wie die Butter auf dem Stück Fleisch
schmilzt.“

Quelle:  mediascore



Starker Benefit: Lust wecken, Infos liefern

O-Töne

„Im Spot wurde noch das Grillwetter von morgen gezeigt. Das macht direkt Lust, selbst zu grillen.“

„Ich finde gut, dass man ein Produkt mit einer nützliche Information verbindet. Dadurch wird einem das Produkt auch sympathischer.“

„Mir hat die Wetterinformation sehr gut gefallen, da man sie sonst nicht zwischendurch sieht, sondern auf die Nachrichten oder den Wetterbericht warten muss.“

„Wenn man vorhat zu grillen, ist es doch toll, wenn man direkt auch sieht, wie das Wetter wird.“

„Das passt gut zusammen, denn wenn das Wetter gut ist, wird gegrillt und für die meisten gehört dazu auch Kräuterbutter.“

„Die Wetterinformationen sind hilfreich, weil ich dann nicht extra am Computer oder in der Zeitung nachschlagen muss.“

„Zum Grillen gehört für mich Kräuterbutter und gutes Wetter. Also ist das hier die ideale Kombination.“

Quelle:  mediascore



Das Grillwetter von MEGGLE überzeugt!

- Das Grillwetter betört alle Sinne der Zuschauer.
- Die Wetterinformationen im Contensplit können mühelos mit den Inhalten des MEGGLE Werbespots assoziiert werden und stellen im Erleben der Zielgruppe einen nützlichen Mehrwert dar.
- UND wie hat die Verzahnung mit rtl.wetter.de gewirkt?



Das Grillwetter von MEGGLE auf RTL.de

Achtung! Wetter-Alarm

Stuttgart 19°C | München 21°C | Berlin 27°C | Hamburg 15:00 | 15.09.2009 powered by

Länder zoomen auf Klick

MEGGLE
Zum Glück.

PLZ oder Ort eingeben
» Suchen

Wo scheint die Sonne?
Wärme wählen

Wie ist das Wetter in :
Stadt auswählen

Deutschlandwetter

Wochenend-Wetter
Wochenend-wetter

Wettertrend

Grillwetter-Erklärungen

Für unbegrenzten Grillgenuss.
Hier geht's zu den Grillrezepten →

» Grillwetter jetzt auch per SMS

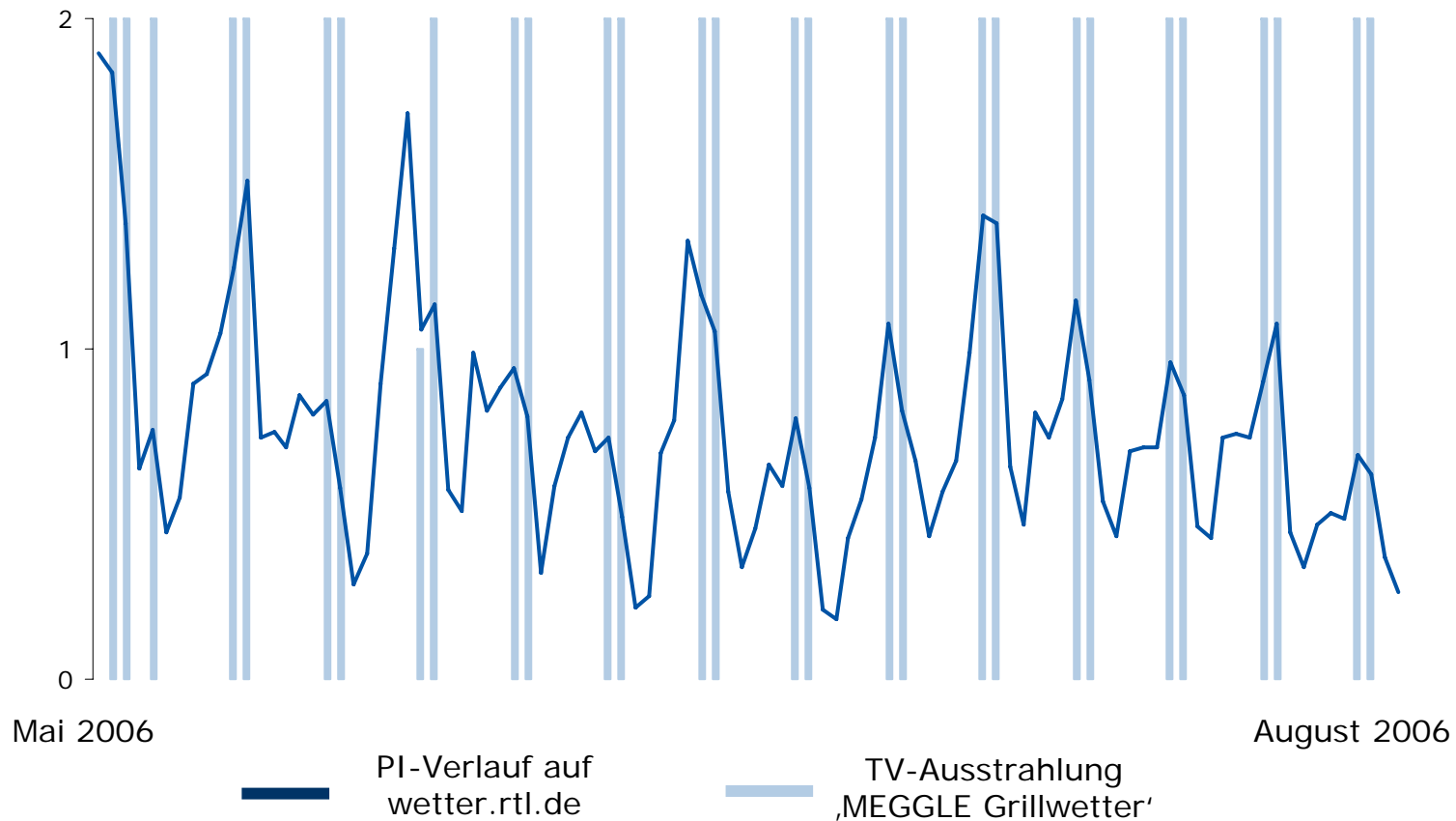
» HEUTE 15.09. » Sa 16.09. » So 17.09. » Mo 18.09. » Di 19.09. » Mi 20.09.

» Grillwetter » Webcams » Klima » Fotos » Wettersymbole
» Regenvorhersage » Regenradar » Satelliten » Biowetter
» Dossier Klima » Spielen & Gewinnen » Mein Wetter » Wettermelder

Top 4 Suche (sponsored)
1. » Partnersuche 3. » Gewinnspiel
2. » Kontaktlinsen 4. » Last Minute



Hohe Online-Zugriffsraten an den Tagen der TV-Ausstrahlung



Quelle: PI-Verlauf der Kampagne. Hausinterne Auswertung IP Deutschland



Originell anmutende Inhalte animieren zur tieferen Beschäftigung mit den Inhalten

Wie gefällt Ihnen das Grillwetter auf wetter.de insgesamt?

„Die Aufmachung des Grillwetters gefällt mir gut – das ist mal was anderes.“



sehr gut

gut

durchschnittlich

weniger gut

gar nicht gut

Absolute Angaben

„Die Seite ist witzig gemacht. Das Feuer und die Steaks sehen lustig aus – so kann man direkt sehen, wo man grillen kann und wo nicht.“

„Die Bedeutung der Symbole werden gut erklärt und die Aufmachung ist eine witzige Idee.“

„Die Idee mit den Grillrezepten hat mir gut gefallen. Man sucht ja immer mal nach neuen Ideen und Anregungen.“

Für unbegrenzten Grillgenuss.

Hier geht's zu den Grillrezepten →

„Toll finde ich den Link zu den Grillrezepten – die guck ich mir zu Hause direkt mal an.“

Quelle:  mediascore



Der maßgeschneiderte Auftritt steht MEGGLE ausgezeichnet

Hat sich Ihre Meinung über MEGGLE, nachdem Sie den TV-Spot gesehen haben, verändert?

14

26

habe jetzt eine bessere Meinung

meine Meinung hat sich nicht verändert

habe jetzt eine schlechtere Meinung

„Kräuterbutter, Grillen und gutes Wetter gehören für mich zusammen. Da ist es eine pfiffige Idee, die Werbung auch auf der Wetterseite von RTL einzubinden.“

„MEGGLE wird mir sympathischer, weil der Spot mit nützlichen Informationen verbunden ist – da hat man was von.“

„Die Kombination aus TV-Spot und Internet ist etwas Besonderes. Ich kenne keine Firma, die so etwas macht.“

„Dadurch, das nicht jeder diesen Bezug zu einer Internetseite hat, wird MEGGLE zu etwas Besonderem.“

„Weil auch auf der Internetseite der Name auftaucht, erinnert man sich eher an die Marke und greift im Supermarkt mal zum Produkt.“

„Die Marke wird aufgewertet, weil sie mit dieser Art der Werbung nicht eine von vielen ist.“

Quelle:  mediascore



MEGGLE und RTL: Erfolg auf ganzer Linie!

- Durch den maßgeschneiderten Auftritt bei RTL und RTL Wetter.de kann die MEGGLE-Kampagne ihr spezifisches Wirkpotenzial voll entfalten.
- Image-Turbo ‚MEGGLE-Grillwetter‘: Die Kombination aus TV- und Online-Special Ad wird als originell und einzigartig erlebt.
- Auch die Bekanntheit der ‚Leichten Rolle‘ profitiert von dem Auftritt. Gegenüber der klassischen Kampagne steigt die Bekanntheit um 60 Prozent bei denjenigen die zusätzlichen Kontakt mit dem ‚Grillwetter‘ hatten.

