



## MARKEN-BOOSTER INBOX AD

Wie im E-Mail-Postfach jährlich Erfolgsgeschichte für  
Orthomol chondroplus geschrieben wird

# DIE ECKDATEN AUF EINEN BLICK

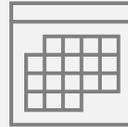
1



## Kampagnenziel

Performance-Steigerung

2



## Kampagnenzeitraum

02.02.2025-31.03.2025  
auf WEB.DE und GMX

3



## Targeting

1. 60-99 Jahre in TGP Interest  
Abnehmen/Aktive Sportler/Fit &  
Gesund/Fitness-Studio  
Mitglied/Gartenfreunde/Outdoorers/Sport  
2. Selbstlernende Zielgruppe ab 50 Jahren

4



## Werbemittel

Inbox Ad (Multi Screen)

5



## Befragungszeitraum

07.02.2025-31.03.2025  
Kontrollmessung: n=684  
Kontaktmessung: n=568

6



## Methode

On-Site-Befragung  
(Random Sample)

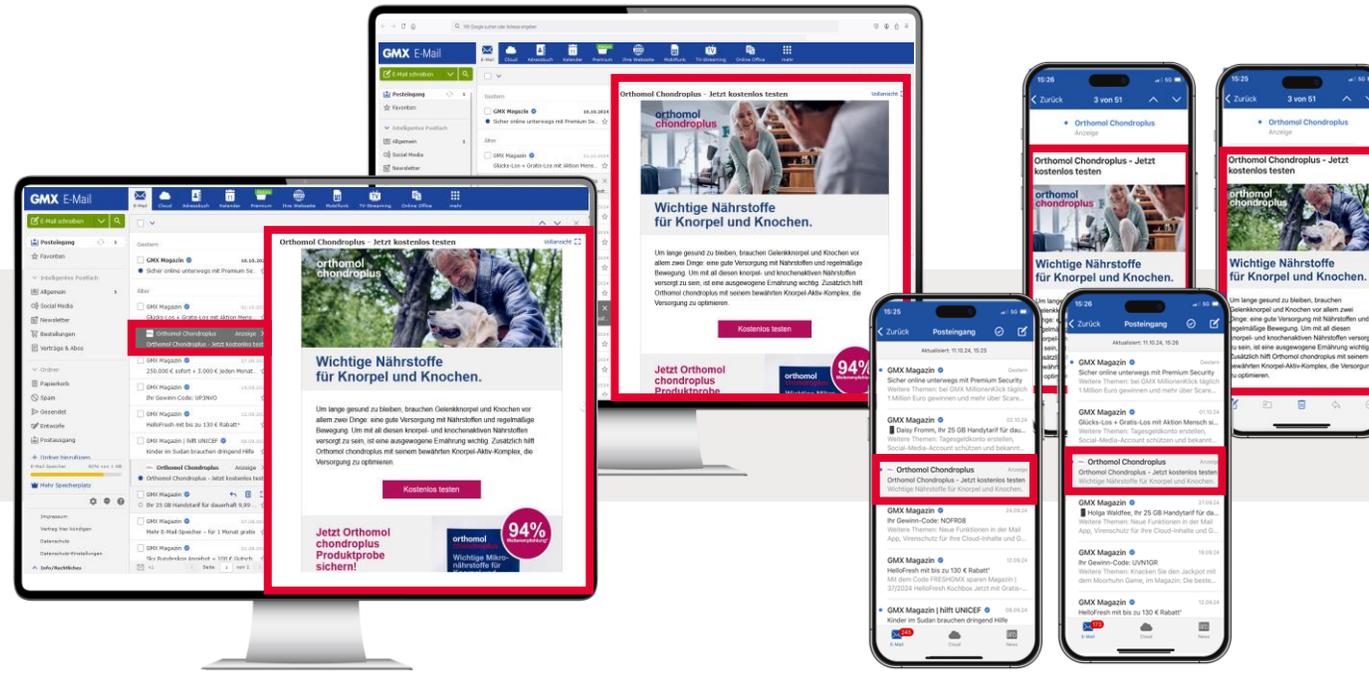
## KEYFACTS ZU ORTHOMOL



- **Orthomol** ist einer der bekanntesten Anbieter hochwertiger Mikronährstoffpräparate.
- Mit dem Produkt **Orthomol chondroplus** richtet sich das Unternehmen an eine gesundheitsbewusste Zielgruppe ab 50 Jahren, die Wert auf Beweglichkeit und Vitalität legt.
- **Hintergrund:** Das beliebte Premium-Produkt enthält wichtige Mikronährstoffe für Knorpel und Knochen und hilft bei Arthrose bzw. Gelenkverschleiß.
- **Ziel der untersuchten Kampagne:** Die Markenbekanntheit und Performance noch stärker in der relevanten Zielgruppe zu steigern.

*"Die Inbox-Ads sind für unsere Produkte eine sinnvolle Ergänzung des Mediamixes - vor allem, um unsere Produkte zielgerichtet bei potenziellen Neukund:innen zu platzieren und erste digitale Kontaktpunkte zu schaffen. Die teilweise überdurchschnittlichen Interaktionsraten zeigen, dass es von den Nutzer:innen gut angenommen wird. Die native Integration ins E-Mail-Postfach, mögliche A/B-Tests und die hohen Reichweiten sind ein weiteres Plus der Werbeformate."*

# AWARENESS-UPLIFT FÜR ORTHOMOL CHONDROPLUS DURCH DIE INBOX AD



**65 %** Steigerung der Markenbekanntheit

Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um **210 %**

Basis: Gesamt, kein Kontakt: n=684, Kontakt: n=568, Angaben in %

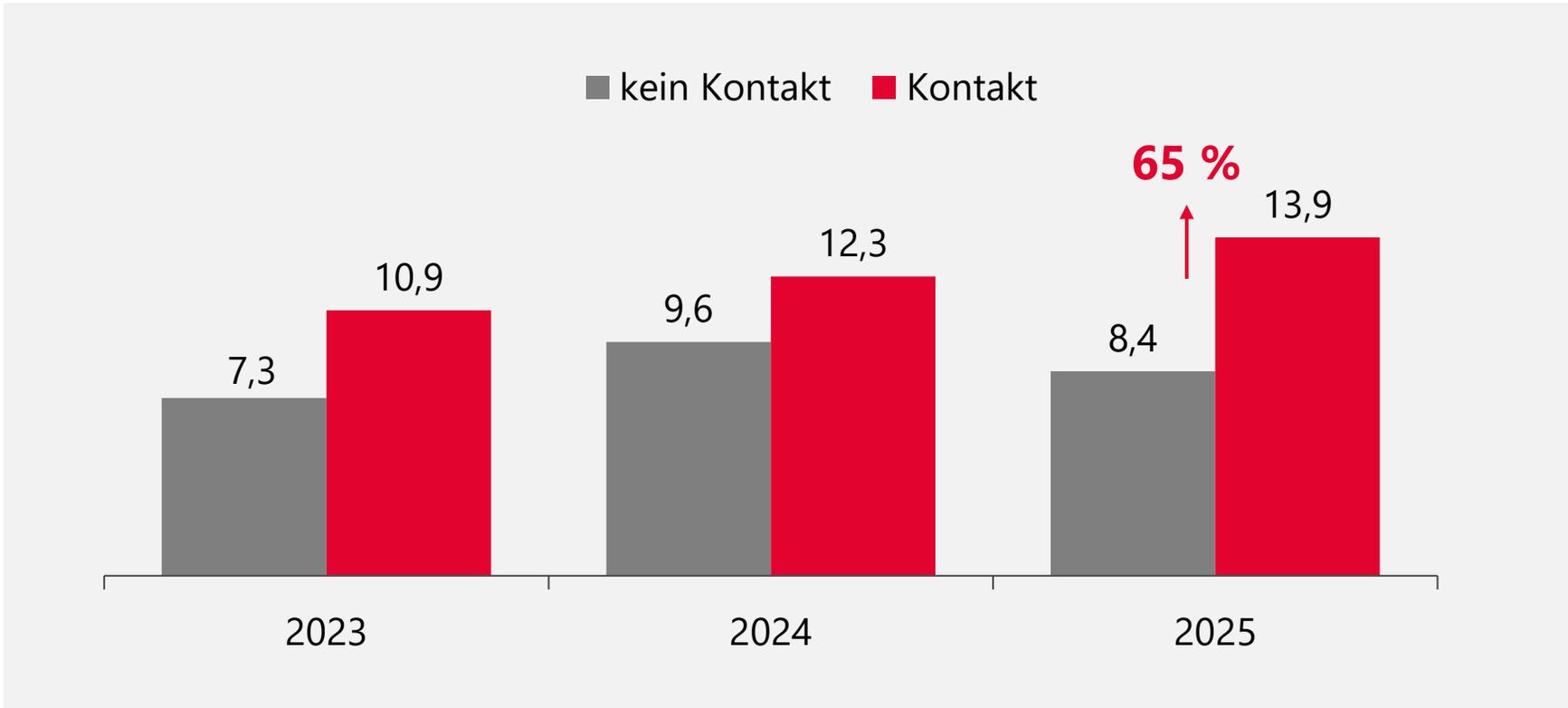
Frage zur Markenbekanntheit: Welche der folgenden Nahrungsergänzungs- oder Arzneimittel kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? – Orthomol chondroplus, *Mehrfachauswahl*

Frage zur Werbeerinnerung: Für welches dieser Nahrungsergänzungs- oder Arzneimittel haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen? – Orthomol chondroplus, *Mehrfachauswahl*

# KONTINUIERLICHE STEIGERUNG DER MARKENBEKANNTHEIT

## Gestützte Markenbekanntheit „Orthomol chondroplus“

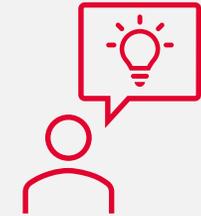
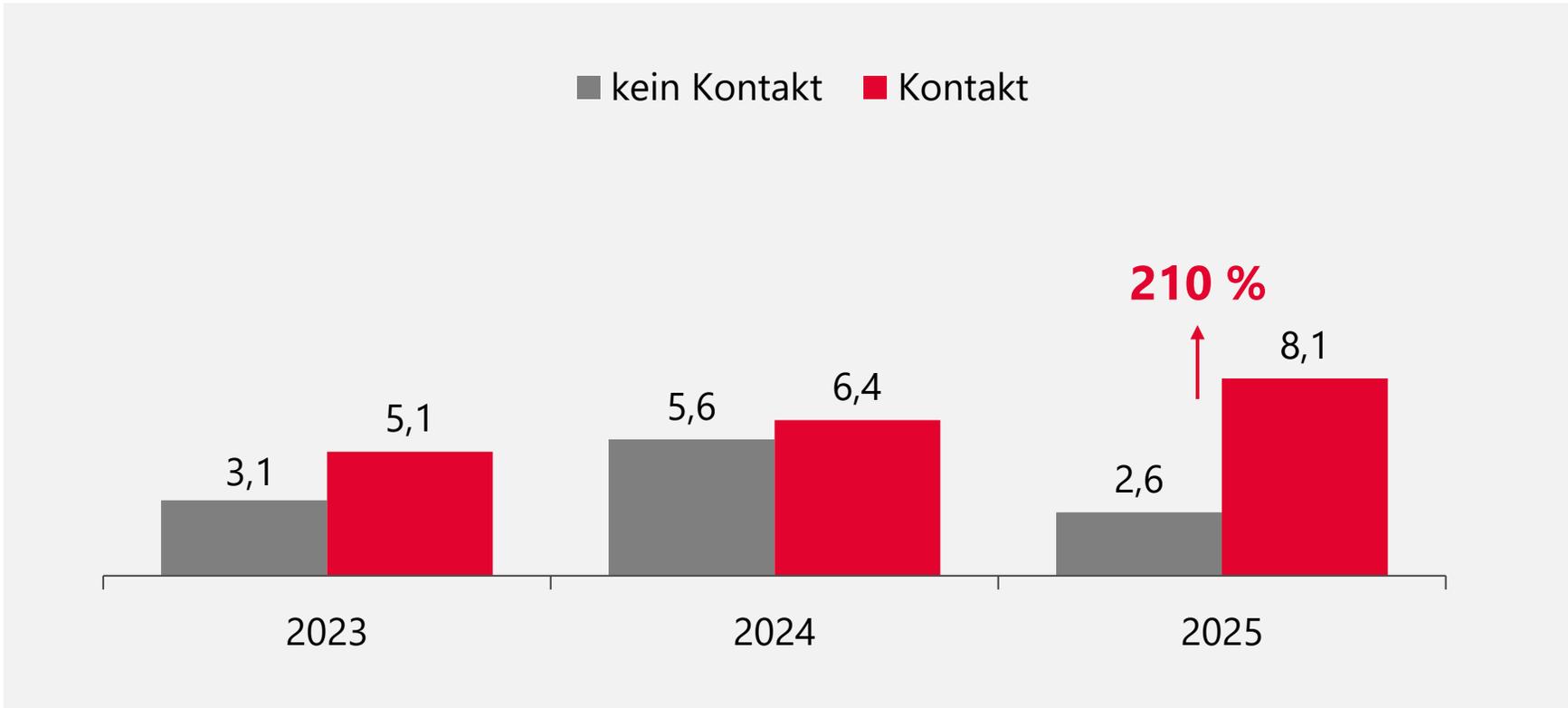
„Welche der folgenden Nahrungsergänzungs- oder Arzneimittel kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?“



**Starker Marken-Booster:**  
Die Inbox Ad Kampagne  
sorgt für kontinuierliches  
Wachstum der Bekanntheit  
der Marke – Jahr für Jahr.

# STETIGER ANSTIEG IN DER WERBEERINNERUNG

## Gestützte Werbeerinnerung „Orthomol chondroplus“ „Habe in letzter Zeit Werbung davon gesehen“

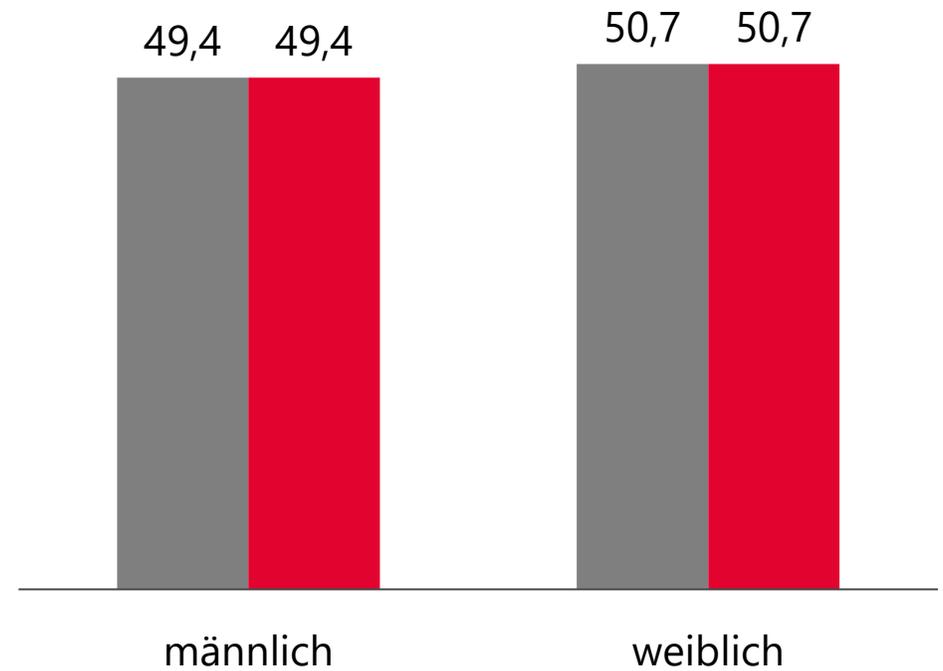
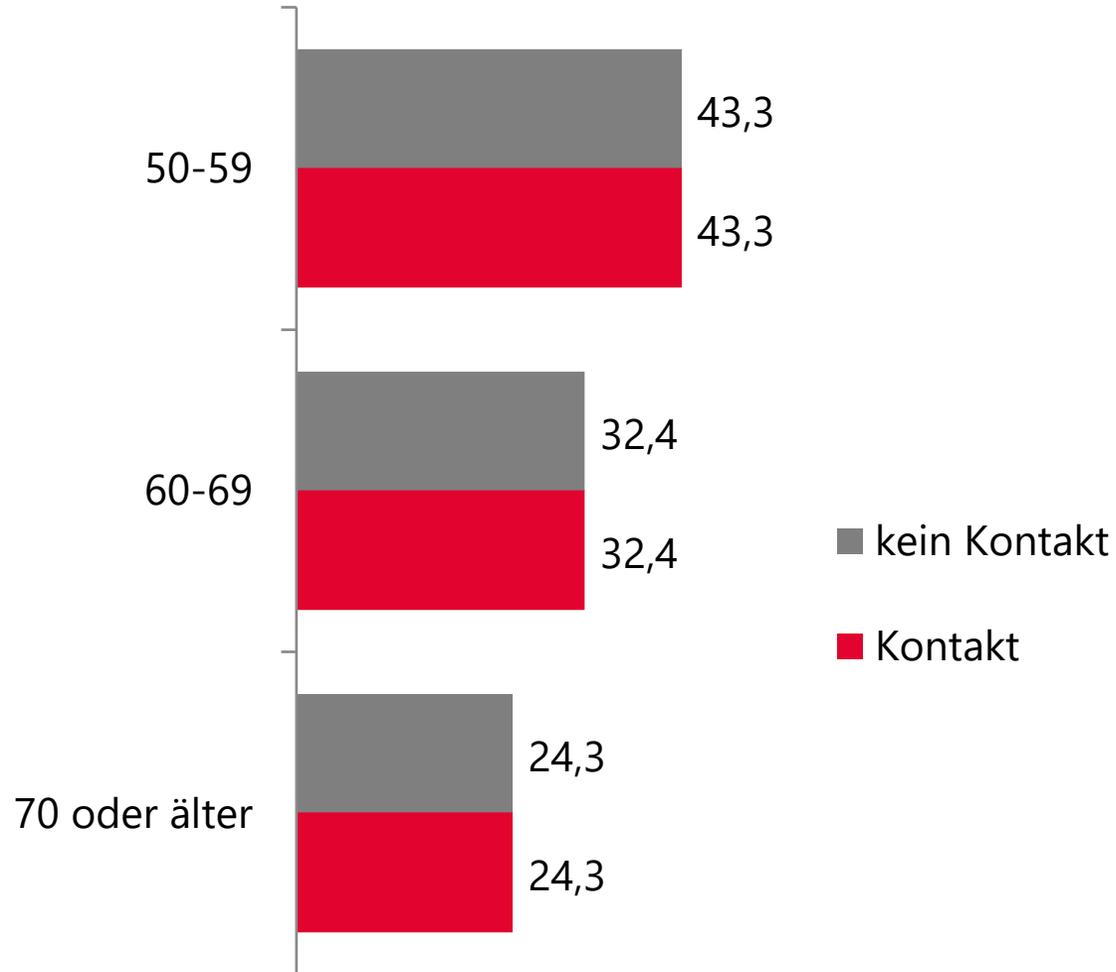


Inbox Ads bringen die Marke gezielt ins Gedächtnis – und verankern sie dort langfristig.

A person in a light blue shirt is working at a desk. Their hands are visible, one holding a calculator and the other holding a pen. The desk is covered with papers, some of which feature bar charts. The background is blurred, showing an office environment. A red rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

# SOZIODEMOGRAFIE DER BEFRAGTEN

# ALTER UND GESCHLECHT DER BEFRAGTEN



# KONTAKT



UNITED INTERNET MEDIA GMBH

[www.united-internet-media.de](http://www.united-internet-media.de)

[info@united-internet-media.de](mailto:info@united-internet-media.de)



**GMX**



**mail.com**

