

1&1 Telecom GmbH

Kreative Inspiration für die Online-Kampagne

Wie der Telekommunikationsanbieter mit dem online-optimierten MaxiAD+ Exclusive Logout den perfekten Rahmen für seine Mobilfunktarife schafft.



FACTS & FIGURES

Werbetreibender:

1&1 Telecom GmbH

Produkt:

1&1 ALL-NET-FLAT

Media-Agentur:

A1 Marketing, Kommunikation und neue Medien GmbH

Kampagnenlaufzeit:

10.12.14 - 24.12.14

Zielgruppe/Targeting:

Reichweite

Werbemittel:

MaxiAD+ Exclusive Logout, zwei verschiedene Creatives, mit Rahmen vs. ohne Rahmen

»Obwohl 1&1 zu den Pionieren im Online-Marketing gehört, erleben auch wir immer wieder Überraschungen in diesem Kanal. So haben wir nicht erwartet, dass die geringfügige Optimierung des Kampagnenspots für den speziellen Online-Einsatz einen so hohen Wirkungsuplift mit sich bringt. Der Erfolg zeigt einmal mehr, dass es sich in jeder Hinsicht lohnt, die Werbemittel kanal-spezifisch zu überprüfen.«

Rüdiger Kluth, Managing Director

A1 Marketing, Kommunikation und neue Medien GmbH

DIE AUSGANGSLAGE

Die 1&1 Telecom GmbH bietet mit ihrer Tarif-Familie 1&1 ALL-NET-FLAT günstige Mobilfunktarife in unterschiedlichen Ausprägungen. Kernpunkte dieser Tarife sind variable Flatrates für den mobilen Internetzugang, das Telefonieren ins deutsche Festnetz sowie ins Mobilfunknetz und für den SMS-Versand. Optional haben Kunden die Möglichkeit, sich gegen geringen Aufpreis ein topaktuelles Smartphone wie das iPhone 6 oder das Sony Xperia T3 mitzubestellen. Besondere Qualitätsmerkmale sind darüber hinaus die Anbindung wahlweise an das D-Netz oder an das E-Netz sowie ein Wechselbonus in Höhe von 25 Euro bei Mitnahme der bisherigen Mobilfunk-Rufnummer.

Bei der vorliegenden Kampagne wurde die 1&1 ALL-NET-FLAT mit Internet-, Mobilfunk- und Festnetz-Flatrate sowie freier Netzwahl zum Preis von 9,99 Euro mtl. beworben (für 12 Monate, danach 14,99 Euro mtl.).

Aufgabe: Vergleich des online-optimierten Spots für die 1&1 ALL-NET-FLAT (zusätzlicher Rahmen mit Produktabbildung, Logo und Hinweis auf Preisaktion) mit dem nicht online-optimierten Spot (TV-Spot 1:1) auf den Logout-Seiten von WEB.DE und GMX.

DIE REALISIERUNG

Die 1&1 ALL-NET-FLAT Online-Kampagne war ohne weitere Targeting-Kriterien auf reine Reichweite ausgerichtet. Zum Einsatz kam dabei das Werbemittel MaxiAD+ Exclusive mit zwei unterschiedlichen Creatives (Werbemittel mit Rahmen vs. ohne Rahmen). Als Platzierung wurde die Logout Lounge auf den Portalen WEB.DE und GMX ausgewählt.

DIE UMSETZUNG

Für die Online-Kampagne bot das MaxiAD+ Exclusive Logout erfolgsrelevante Vorteile:

- **Enorme Reichweite:**
Die Logout-Seiten von WEB.DE und GMX erreichen rund 70 % der registrierten Nutzer beider Portale, das sind etwa 18 Millionen Unique User*.
- **Starker Werbedruck:**
Häufig wiederkehrende Nutzer sorgen durch den regelmäßigen Besuch ihres Postfachs und anschließend der Logout Lounge für den nötigen Werbedruck und für starke Erinnerung an die Werbebotschaft.
- **Ungeteilte Aufmerksamkeit:**
Durch die Alleinstellung des großflächigen Werbemittels (640 x 480 Pixel) und die individuelle Gestaltung ist die volle, exklusive Aufmerksamkeit gewährleistet.
- **Hohe Permission:**
Das MaxiAD+ Exclusive Logout erreicht den Nutzer in einer entspannten Lean-back-Situation nach Verlassen des Postfachs, überdeckt dabei keinen Content und schränkt die Nutzung der Seite nicht ein.

Um den Erfolg der Online-Kampagne messbar zu bewerten, wurde auf den Portalen WEB.DE und GMX eine Befragung unter Nutzern mit bzw. ohne Kampagnenkontakt durchgeführt. Der Kampagnenkontakt wurde dabei mittels Cookies getrackt.



← MaxiAD+ Exclusive XL – mit Rahmen

DIE ERGEBNISSE

Das Werbeziel der crossmedialen Kampagne – größtmögliche Reichweite und hohe Erinnerungswerte – konnte mit der Schaltung des MaxiAD+ Exclusive im Logout-Bereich erfolgreich ergänzt und untermauert werden. Knapp jeder zweite befragte Nutzer konnte sich an 1&1 Werbung im Internet erinnern, wobei dieser Wert in der Zielgruppe mit Werbemittelkontakt zum MaxiAD+ Exclusive mit Rahmen deutlich über 50 % lag. Der Rahmen trug positiv zur Imagebildung und zum Vertrauen in die Marke bei. Bemerkenswert in diesem Zusammenhang ist auch der Imagegewinn bei Kriterien wie Preis-Leistungs-Verhältnis, Netzqualität und Modernität.

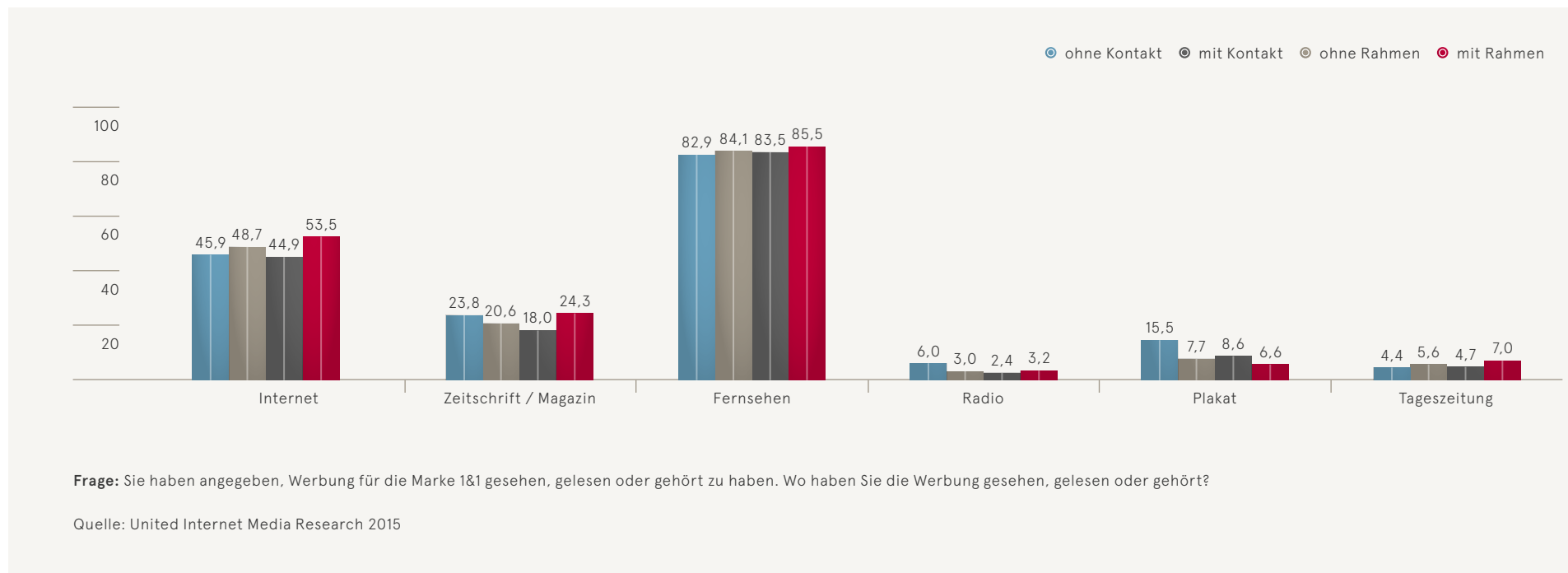
Stabiles Standbein!

Online ist einer der wichtigsten Leistungsträger im Kampagnen-Mix

Jeder zweite Befragte erinnert sich an Werbung für 1&1 im Internet. Am höchsten fällt dieser Wert in der Zielgruppe mit Werbemittelkontakt zum MaxiAD+ Exclusive mit Rahmen aus. In Kombination mit der massiven TV-Präsenz von 1&1 hat diese Werbeform viele Millionen Nutzer bundesweit erreicht, bleibt fest in der Erinnerung verhaftet und sorgt für einen enormen Imagegewinn von 1&1 als Mobilfunkanbieter.

↓ Mediengestützte Werbeerinnerung 1&1

Basis: jeweilige Stichprobe – Werbeerinnerung für 1&1; ohne Kontakt n=181, mit Kontakt n=232, ohne Rahmen n=127, mit Rahmen n=105; Angaben in %



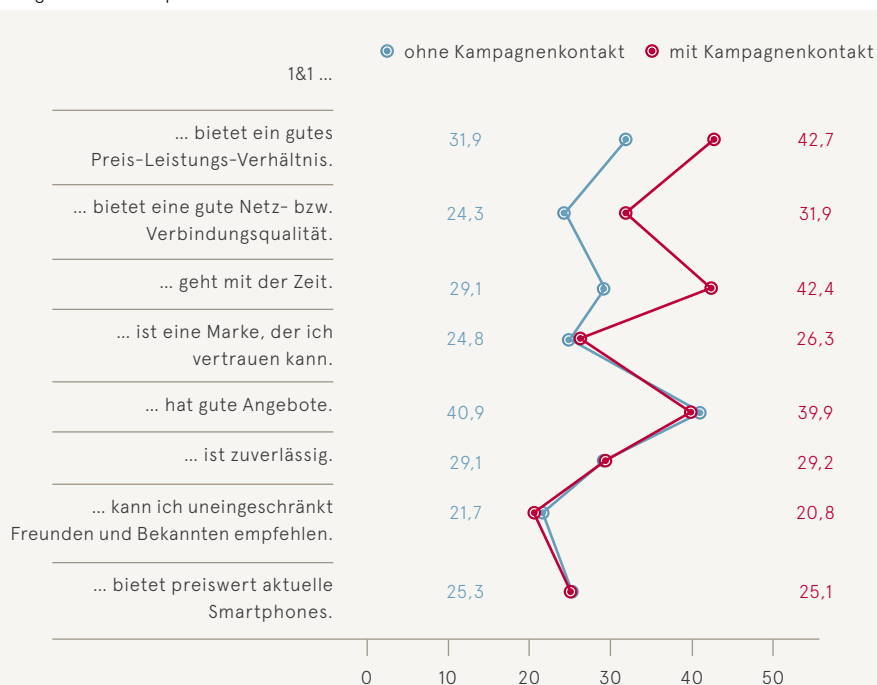
Glaubwürdiger Kanal!

Die Online-Kampagne schafft mehr Vertrauen und Sympathie

Nicht nur durch den hohen Werbedruck, sondern auch durch die vermittelten Qualitätsmerkmale steigert 1&1 mit der 1&1 ALL-NET-FLAT-Kampagne ihr Image. So bewertet die Zielgruppe mit Werbemittelkontakt Kriterien wie Preis-Leistungs-Verhältnis, Netzqualität oder auch Modernität durchweg deutlich positiver als die Zielgruppe ohne Werbemittelkontakt.

↓ Image 1&1

Basis: Gesamt jeweilige Stichprobe – 1&1 bekannt; ohne Kontakt n=255, mit Kontakt n=342; Angaben in % (Top-2-Werte)



Frage: Sie haben vorher angegeben, die Marke 1&1 zu kennen. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über 1&1 zu?

Skala 1 »stimme voll und ganz zu« bis 6 »stimme gar nicht zu«

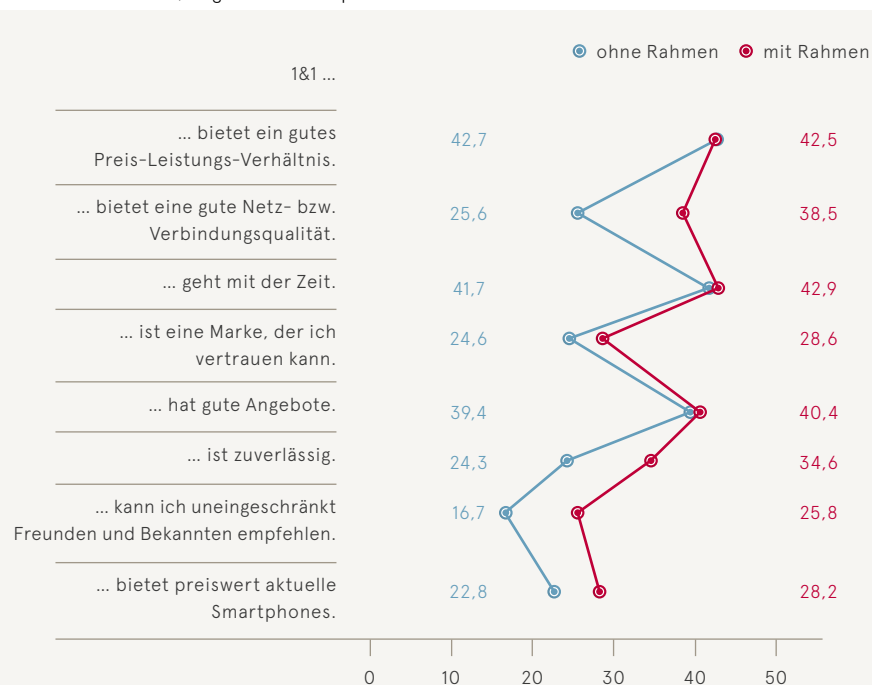
Quelle: United Internet Media Research 2015

Wertvoller Rahmen! Die spezifisch optimierte Gestaltung pusht die positiven Imagewerte nochmals nach oben

Das Werbemittel MaxiAD+ Exclusive gewinnt durch den Rahmen erneut an Wertigkeit, was sich in deutlich positiveren Bewertungen äußert. Nicht nur die genannten Eigenschaften der Marke 1&1, sondern auch Werte wie Vertrauen, Zuverlässigkeit und die Bereitschaft zur Weiterempfehlung gewinnen durch die markante Umrahmung im direkten Vergleich mit der nicht gerahmten Version deutlich.

↓ Image 1&1 – differenziert nach Motiv

Basis: mit Werbemittelkontakt vor jeweilige Stichprobe – 1&1 bekannt; ohne Rahmen n=180, mit Rahmen n=162; Angaben in % (Top-2-Werte)



Frage: Sie haben vorher angegeben, die Marke 1&1 zu kennen. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen über 1&1 zu?

Skala 1 »stimme voll und ganz zu« bis 6 »stimme gar nicht zu«

Quelle: United Internet Media Research 2015

DAS FAZIT

Der Rahmen überzeugt auf ganzer Linie! Die Marke 1&1 profitiert vom exklusiven MaxiAD+ Exclusive auf der Logout-Seite nachweislich und es konnten messbare Wirkungsuplifts bei der mediengestützten Werbeerinnerung sowie beim Image erzielt werden.

Der zusätzliche Rahmen um das Werbemittel erzielt zudem bei der Motivbeurteilung eine deutlich höhere Aufmerksamkeit und es wird ihm ein hoher Fit zur Marke 1&1 zugeschrieben.

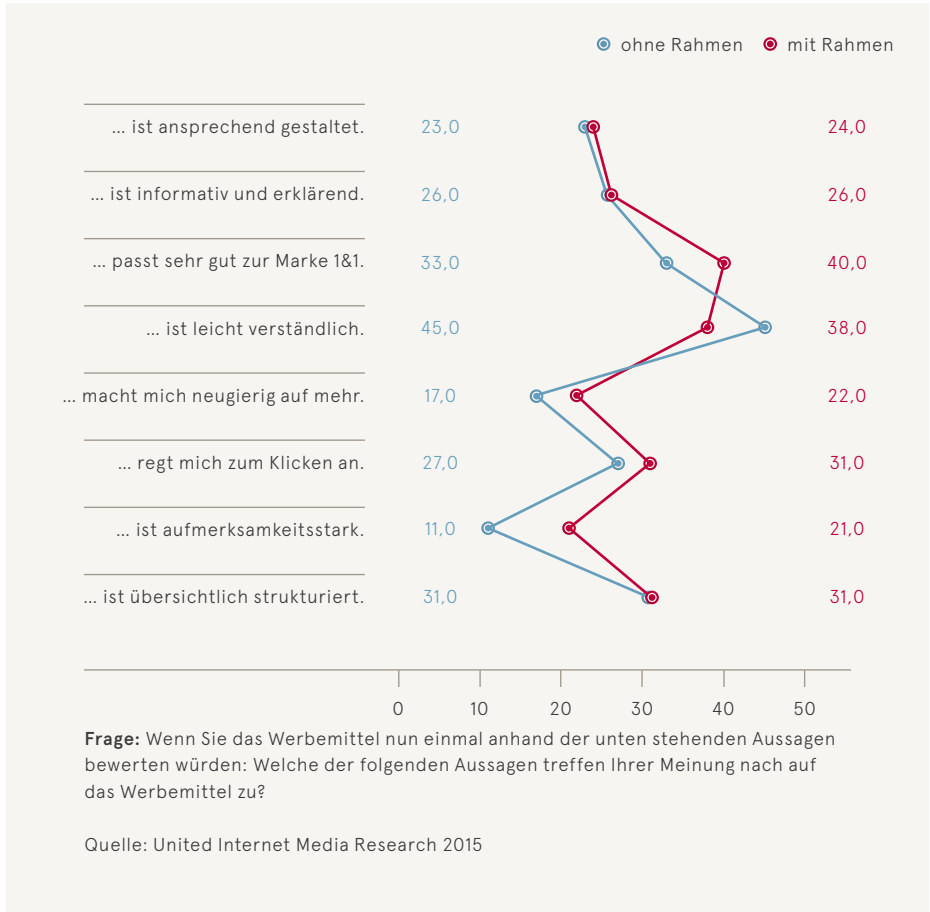
Darüber hinaus haben Werbungtreibende die Möglichkeit, zusätzlich Informationen wie Produktabbildungen oder Logos prominent zu integrieren, was ein intensiveres Branderlebnis schafft.

... für einen perfekt präsentierten Inhalt! Der Rahmen stiehlt dem eigentlichen Content nicht die Show, sondern setzt ihn perfekt in Szene

Auch in Hinblick auf die allgemeine Aufmerksamkeit punktet das Motiv mit Rahmen. Besonders in Bezug auf die Dachmarke 1&1 sowie bei der Aufmerksamkeitsstärke kann das gerahmte Motiv im Vergleich mit der ungerahmten Version auf ganzer Linie überzeugen.

↓ Motivbeurteilung

Basis: Gesamt je Stichprobe – mit Kampagnenkontakt; ohne Rahmen (n=265), mit Rahmen (n=254); Angaben in %



GMX Web | Bilder | eBay-Angebote | Maps | mehr ▾

Suchen

Logoutvorgang abgeschlossen!
Vielen Dank für Ihren Besuch.

Meistgesucht: Social Freezing, Studieren ohne Abi, Tribute von Panem

1&1 ALL-NET-FLAT

- ✓ FLAT FESTNETZ
- ✓ FLAT ALLE HANDY-NETZE
- ✓ FLAT INTERNET

9,99

» Jetzt informieren

GMX Startseite

Kundenservice | Über GMX | Impressum | Datenschutzhinweis | Presse | Karriere | Werben auf GMX

Internet made in Germany | GMX unterstützt unicef

GMX International
GMX Österreich | GMX Schweiz | GMX France

↑ MaxiAD* Exclusive XL – ohne Rahmen

GMX Web | Bilder | eBay-Angebote | Maps | mehr ▾

Suchen

Logoutvorgang abgeschlossen!
Vielen Dank für Ihren Besuch.

Meistgesucht: Daunenjacken, Stefan Raab, Privatsolvvenz

PREISAKTION!

1&1 ALL-NET-FLAT

- ✓ FLAT FESTNETZ
- ✓ FLAT ALLE HANDY-NETZE
- ✓ FLAT INTERNET

9,99

GMX Startseite

Kundenservice | Über GMX | Impressum | Datenschutzhinweis | Presse | Karriere | Werben auf GMX

Internet made in Germany | GMX unterstützt unicef

GMX International
GMX Österreich | GMX Schweiz | GMX France

↑ MaxiAD* Exclusive XL – mit Rahmen