

Tamaris

Kraftpaket mit Kombiwirkung – noch mehr Leidenschaft für Schuhe

Wie das Ad Bundle für Tamaris seine Brandingwirkung entfaltet.

The Tamaris logo is displayed in a bold, black, sans-serif font. The letter 't' is stylized with a long horizontal stroke that extends to the left and ends in a small arrowhead pointing left.

FACTS & FIGURES

Werbetreibender:

Wortmann Fashion Retail GmbH & Co. KG

Branche:

Schuhproduktion

Media-Agentur:

GNM GmbH (München)

Kampagnenlaufzeit:

25.09.19-20.10.19

Zielgruppe/Targeting:

TGP Demography Frauen

Werbemittel:

Ad Bundle (Medium Rectangle, Super Banner, Wide Skyscraper), Big Screen (Rotation)

»Im Herbst 2019 haben wir unsere Online-Kampagne gestartet. Mit einzelnen Basic-Werbeformaten von United Internet Media hatten wir schon vorher gute Erfahrungen gemacht. Im Ad Bundle werden diese Werbemittel optimal kombiniert, um zusammen die größte Wirkung zu entfalten. Mit dem TGP Targeting speziell auf Frauen konnten wir die weibliche Zielgruppe noch präziser erreichen und somit maximale Aufmerksamkeit für unsere Werbebotschaft generieren. Ein rundum starker Online-Auftritt!«

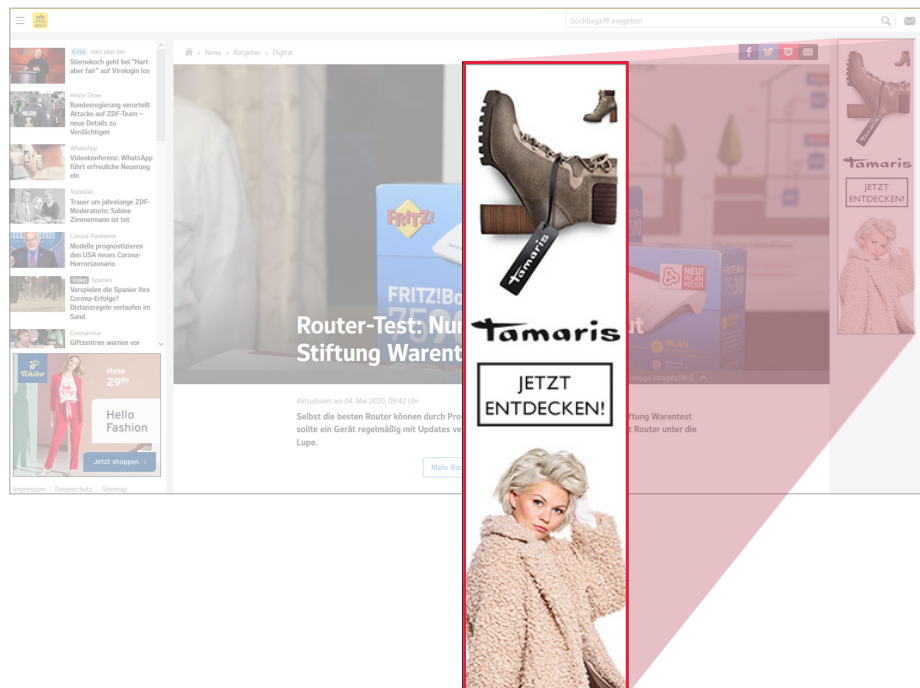
Martina Wotsch, Performance Marketing Manager
Wortmann Fashion Retail GmbH & Co. KG

DIE AUSGANGSLAGE

Leidenschaft für Schuhe – das ist der Markenkern von Tamaris, einer Marke der Wortmann KG. Seit über 50 Jahren zählt das Familienunternehmen mit Sitz in Detmold zu den führenden Namen für Schuhproduktion und -vertrieb. Außer Schuhen gehören auch trendige Accessoires, Taschen und Bekleidung für Frauen zum Sortiment. Tamaris-Produkte werden weltweit in über 70 Ländern vertrieben; in Europa ist Tamaris die bekannteste Schuhmarke überhaupt. Auch in Deutschland ist Tamaris erfolgreich: Jede zweite deutsche Frau besitzt mindestens ein Paar Tamaris-Schuhe. Um den Erfolg im Heimatmarkt noch weiter auszubauen, entschied sich die Wortmann KG im Herbst 2019 für eine Online-Kampagne auf den Umfeldern von United Internet Media.

Aufgabe: Speziell bei der Zielgruppe Frauen sollten die Markenbekanntheit von Tamaris gesteigert sowie das Markenimage verbessert werden.

↓ Wide Skyscraper auf WEB.DE



DIE REALISIERUNG

Ad Bundle als Aufmerksamkeits-Booster: Die Online-Kampagne von Tamaris wurde auf dem Big Screen über ein Ad Bundle beworben – dabei wurden die Standard-Werbeformate Medium Rectangle, Wide Skyscraper und Super Banner miteinander kombiniert. Die Aussteuerung in Rotation auf den reichweitenstarken Umfeldern von GMX und WEB.DE garantierte maximale Aufmerksamkeit. Für zusätzlichen Drive sorgte das TGP Targeting von United Internet Media: Durch den Einsatz von TGP Demography wurde ausschließlich die Zielgruppe Frauen mit der Online-Kampagne angesprochen, wodurch eine hohe Relevanz der Werbebotschaft gewährleistet werden konnte.

DAS FORSCHUNGSKONZEPT

Begleitend zur Online-Kampagne wurde eine kampagnenbegleitende Werbewirkungsstudie durchgeführt. Die Ergebnisse der Studie wurden anhand der folgenden Gruppen ausgewertet:

- Kontrollgruppe: Kein Kampagnenkontakt (n=109)
- Kontaktgruppe: Kontakt mit dem Ad Bundle auf dem Big Screen (n=107)

Die Kontrollgruppe wurde dabei im Rahmen einer Nullmessung vor Kampagnenstart im Zeitraum von 10.09.19 bis 24.09.19 befragt. Die Kontaktgruppe wurde parallel zur Kampagnenlaufzeit erhoben, Personen mit Kampagnenkontakt wurden mittels technischer Pixel-Messung identifiziert.

Die Ergebnisse zur ungestützten Markenbekanntheit und zum Image sind auf dem 5%-Niveau statistisch signifikant.

DIE ERGEBNISSE

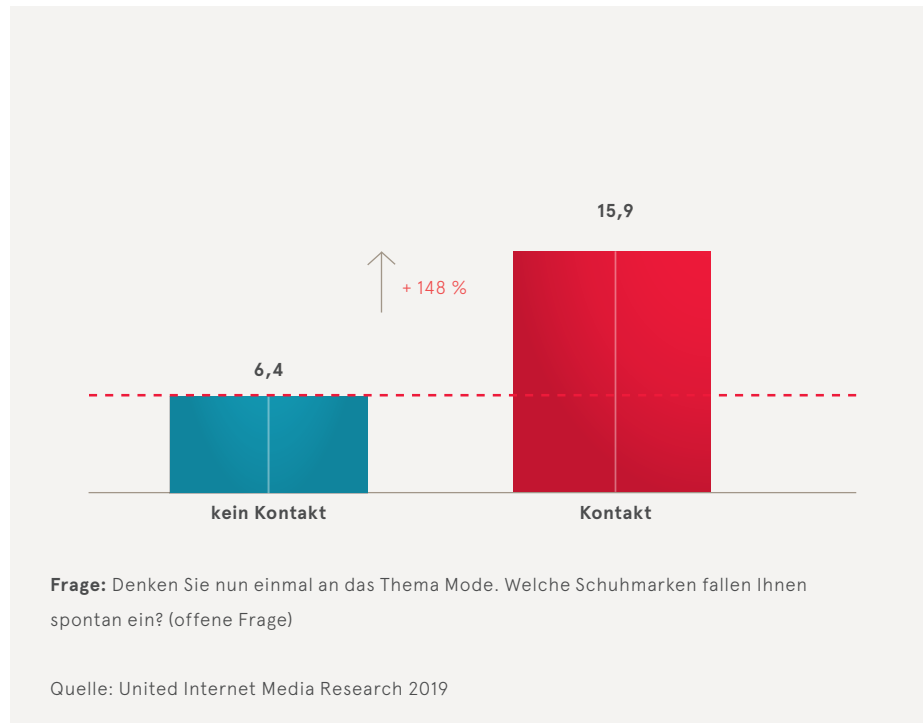
Die Ergebnisse zeigen klar, dass die Ad Bundle-Kampagne in Kombination mit dem TGP Demography Targeting positiv auf die Awareness und das Markenimage von Tamaris einzahlte. Die detaillierten Ergebnisse werden in den folgenden Abschnitten dargestellt.

Das Ad Bundle pusht die ungestützte Markenbekanntheit von Tamaris

Durch den Kontakt mit dem Ad Bundle konnte die ungestützte Markenbekanntheit für Tamaris in der Zielgruppe um 148 % gesteigert werden. Dieses Ergebnis zeigt, dass das Ad Bundle zusammen mit dem TGP Demography Targeting eine effektive Kombination darstellte, um die Bekanntheit der Marke Tamaris signifikant auszubauen.

↓ Ungestützte Markenbekanntheit Tamaris

Basis: Gesamt, (kein Kontakt: n=109, Kontakt: n=107), Nennungen der Marke Tamaris, Angaben in %

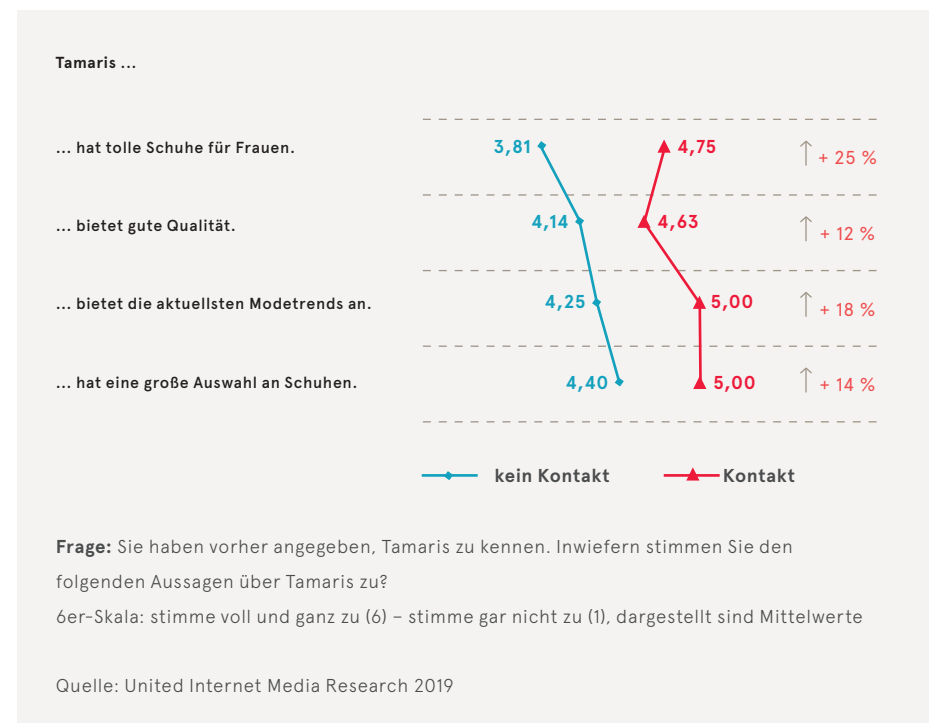


Markenimage durch die Online-Kampagne deutlich gestärkt

Neben der gestiegenen ungestützten Markenbekanntheit konnte auch das Markenimage von Tamaris durch den Kontakt zur Kampagne deutlich verbessert werden. Bei allen Image-Aussagen sind die Werte in der Gruppe mit Kampagnenkontakt gestiegen, so etwa bei der Aussage, dass Tamaris „tolle Schuhe für Frauen“ habe – dieser Wert stieg durch den Kampagnenkontakt um 25 %. Auch bei den Parametern „gute Qualität“, „aktuelle Modetrends“ und „große Auswahl an Schuhen“ zeigten sich durchgängig höhere Werte bei der Gruppe mit Kampagnenkontakt als in der Gruppe ohne Kampagnenkontakt, was die positive Wirkung des Ad Bundles auf das Markenimage von Tamaris belegt.

↓ Image Tamaris

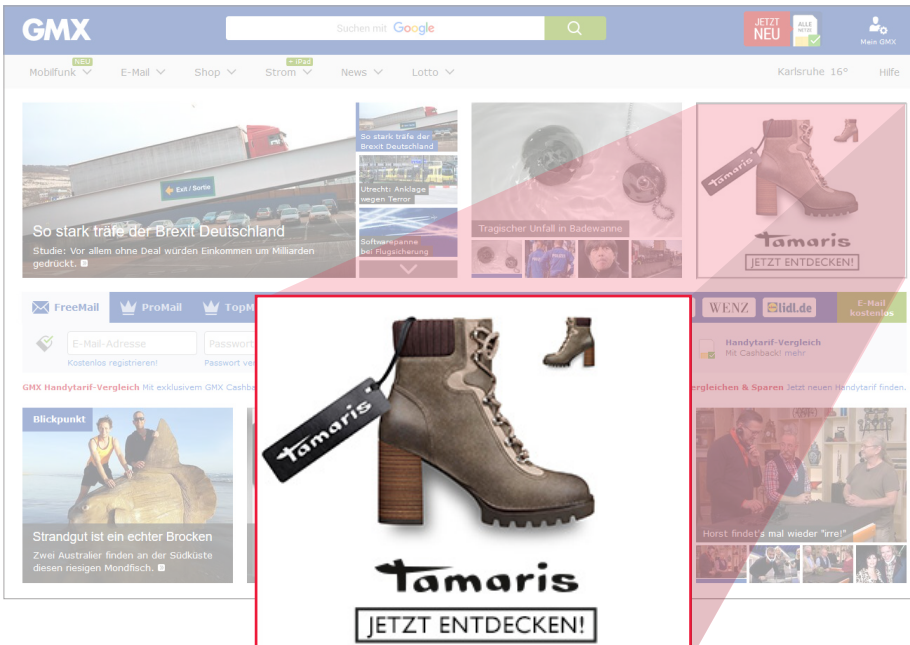
Basis: Tamaris bekannt (kein Kontakt: n=78; Kontakt: n=69)



DAS FAZIT

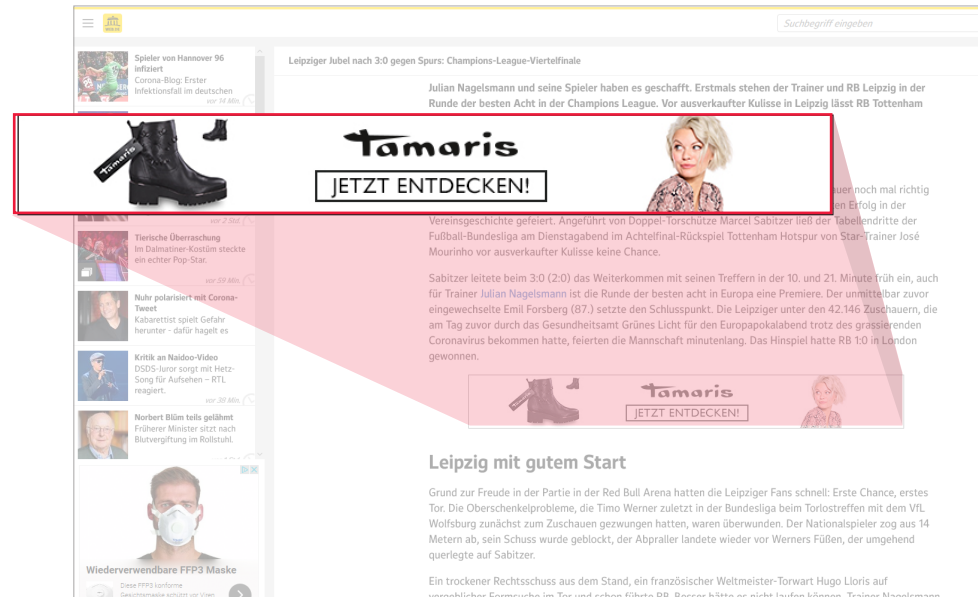
Erfolgreiche Ad Bundle-Kampagne für Tamaris. Der hochwirksame Einsatz der Ad Bundle-Kampagne steigerte die ungestützte Markenbekanntheit sowie die Markenwerte von Tamaris in den verschiedenen Image-Dimensionen signifikant. Die Ergebnisse belegen, dass mit den gewählten Werbeformaten die gewünschte Werbebotschaft genau an die richtige Zielgruppe übermittelt werden konnte. Tamaris profitierte somit von der Kombiwirkung der verschiedenen Werbeformate. Hinzu kommt folgender zentraler Faktor: Das TGP Demography Targeting von United Internet Media auf den reichweitenstarken Umfeldern der Portale WEB.DE und GMX. In Summe führte die Kampagne so zu noch mehr Leidenschaft für Schuhe von Tamaris.

↓ Medium Rectangle auf GMX



The screenshot shows the GMX homepage with a search bar at the top. A medium rectangle advertisement for Tamaris shoes is highlighted with a red border. The ad displays a pair of brown leather boots with a black tag that says "Tamaris" and a button that says "JETZT ENTDECKEN!". The background of the ad is a light pinkish-red color.

↓ Super Banner auf WEB.DE



The screenshot shows the WEB.DE homepage with a search bar at the top. A super banner advertisement for Tamaris shoes is highlighted with a red border. The ad features a pair of black leather boots with a black tag that says "Tamaris" and a button that says "JETZT ENTDECKEN!". The background of the ad is white with a black border.