

# Case: Werbewirkung der **simyo** - Kampagne mit Testflight in Zeitung

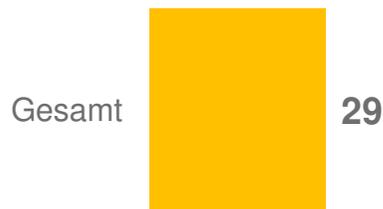
ZMG-Media Monitor  
Satellitenstudie 2012



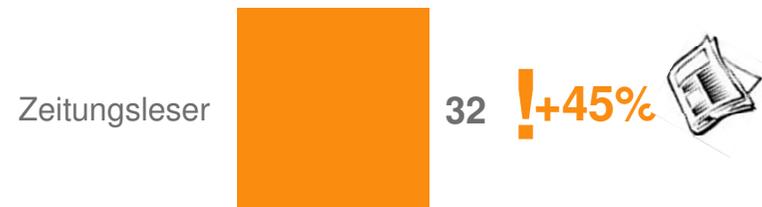
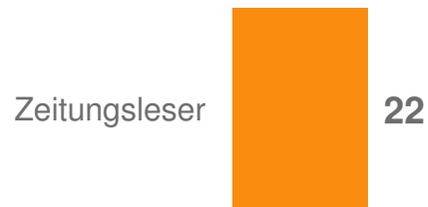
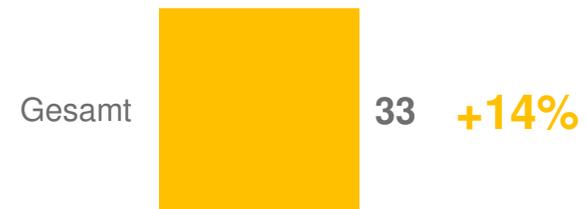
# Flatrate von simyo: Bekanntheit steigt im Testgebiet mit TZ

Soziodemographie: „schon von der Flatrate gehört“

Vorher: KW 45

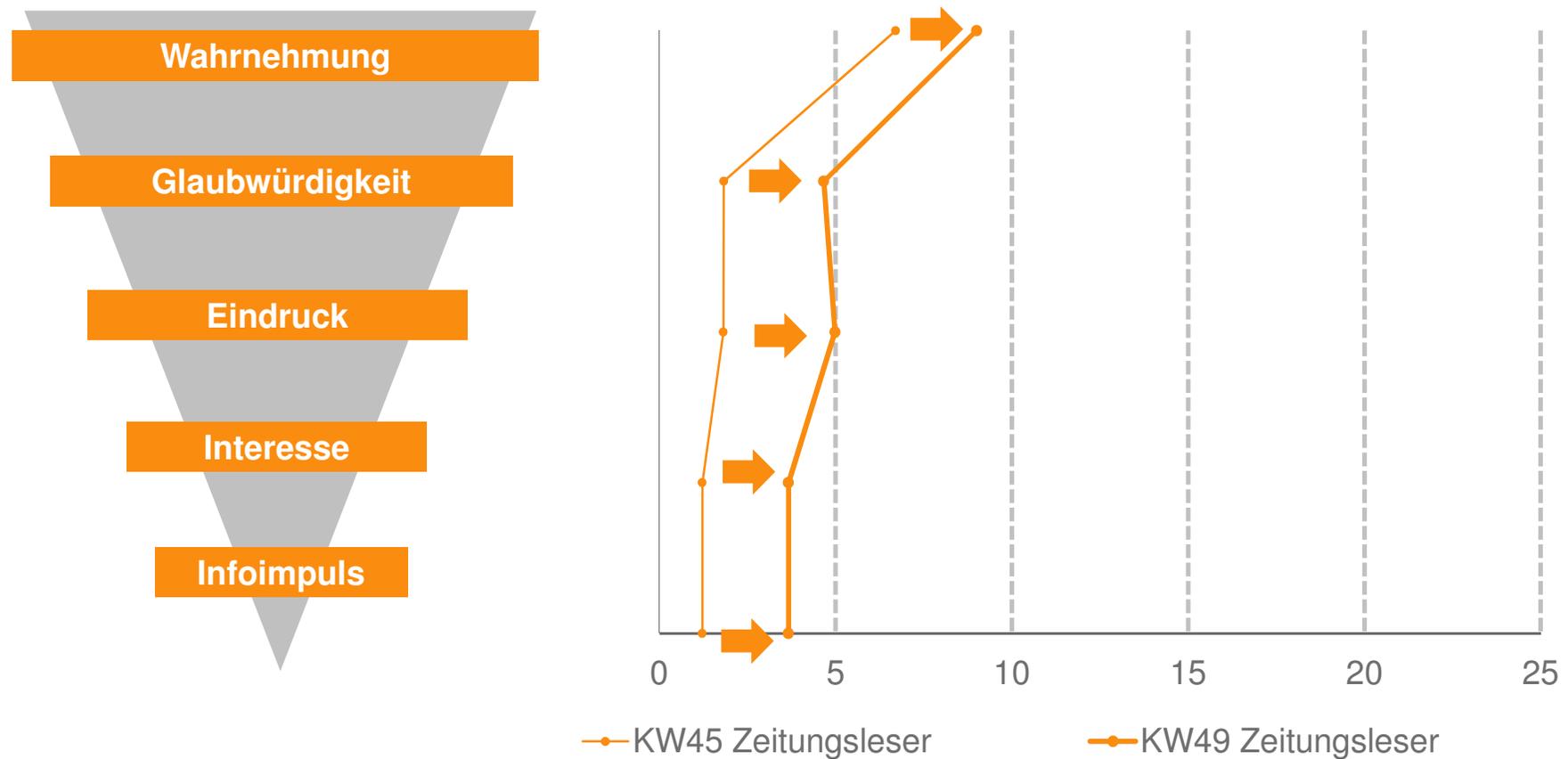


Nachher: KW 49



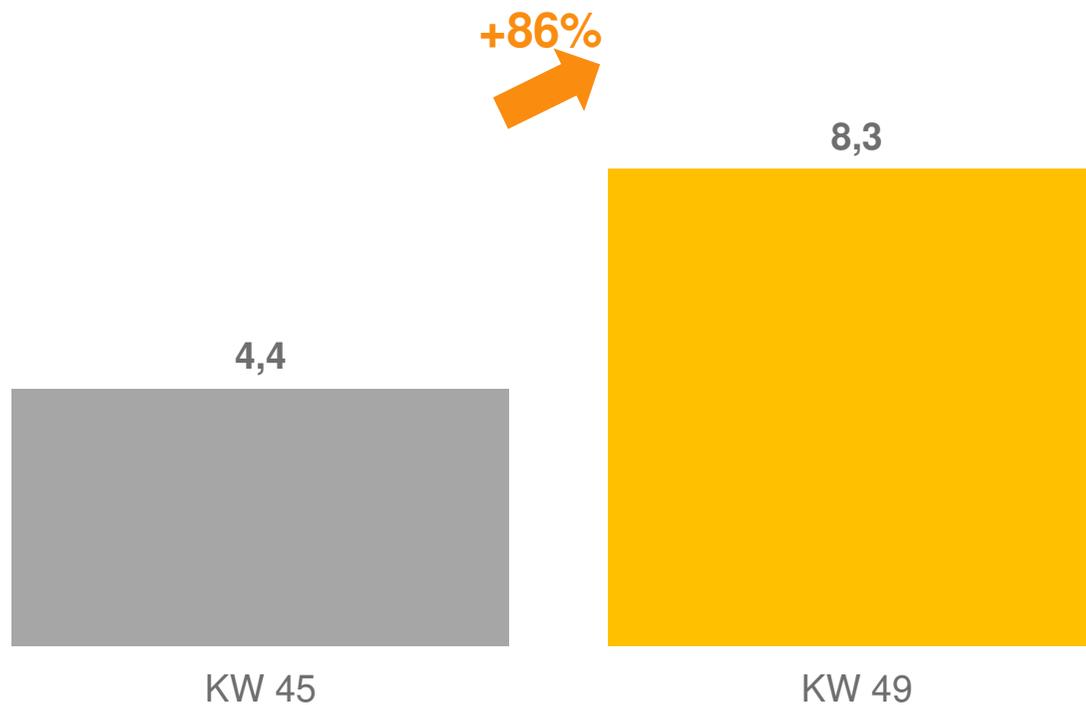
# Wirkungsprofil von simyo verbessert sich bei TZ-Lesern

Testgebiet: November/Dezember 2012 - Zeitungsleser



## Nähere Infos über simyo während/nach Kampagne besorgt

„Haben Sie sich schon einmal näher über simyo informiert?“

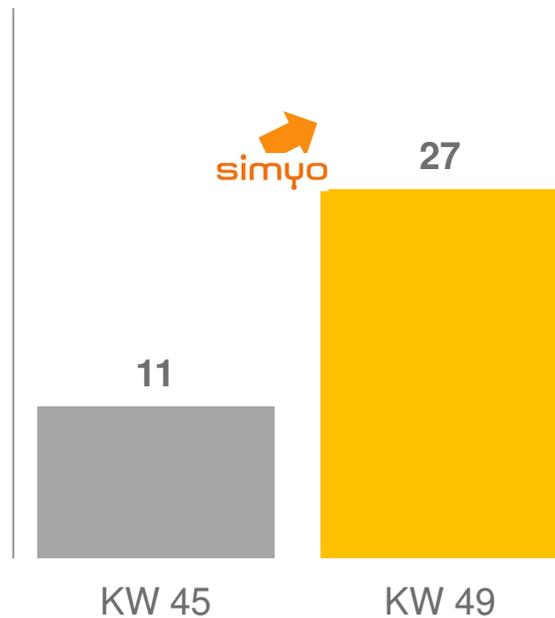


# Imageverbesserung in der Zielgruppe von simyo

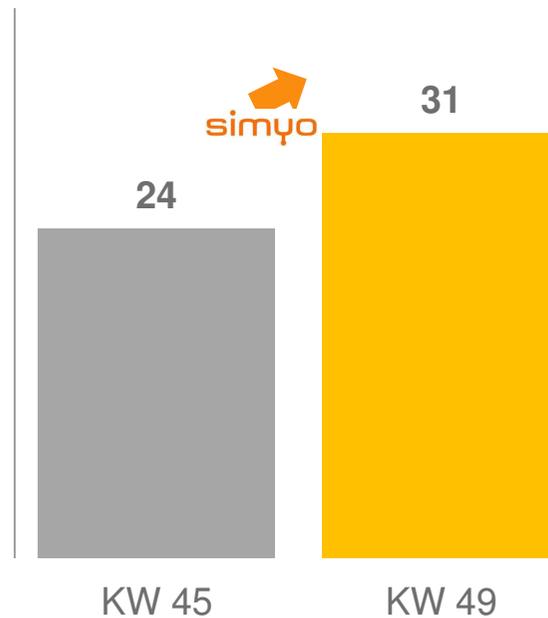
## Zielgruppe Anschaffungsabsicht Handy/Smartphone

„Können sie sich vorstellen, in naher Zukunft, also in den nächsten 6 Monaten, ein (neues) Handy oder ein Smartphone anzuschaffen?“

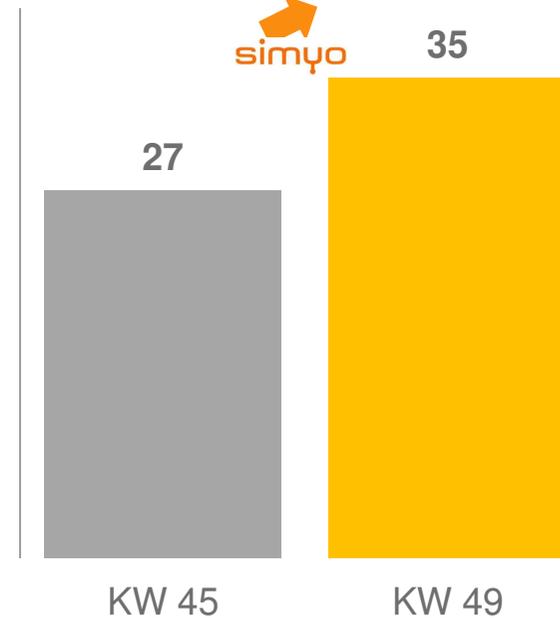
**Moderner Mobilfunkanbieter**



**Vertrauenswürdig**



**Gutes Preis-/Leistungsverhältnis**



**Basis:** Bevölkerung in Bielefeld, Bremen und Nürnberg mit Anschaffungsabsicht Handy/Smartphone (in KW 45: 23% / KW 49: 25%) – **Quelle:** ZMG Media Monitor-Testmarktuntersuchung 2012 – **Angaben:** in Prozent

## Informationen zur Befragung

- › **Grundgesamtheit** In Privathaushalten lebende, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Bielefeld, Bremen und Nürnberg
- › **Belegte TZ-Titel** Neue Westfälische, Weser-Kurier, Nürnberger Nachrichten
- › **Methode** Telefonische Befragung (CATI)
- › **Stichprobe** 1. Welle 300 Fälle, 2. Welle 500 Fälle
- › **Erhebungszeitpunkte** 1. Welle: KW 45, 2012; 2. Welle: KW 49, 2012
- › **Feldarbeit** MMA Media Markt Analysen, Frankfurt am Main
- › **Design Fragebogen, Datenanalyse und Bericht** ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft Frankfurt am Main
  
- › **Ansprechpartner** Stefanie Buchert  
Senior Managerin Key-Account  
Telefon: 069/97 38 22 -67  
E-Mail: buchert@zmg.de