

# **KOOPERATIVES G+J MEDIA- MARKETING AM BEISPIEL DES PANELS "WERBEWIRKUNG UND PKW-KAUF"**

**STAN SUGARMAN**

**LEITER FACHBEREICH ANZEIGEN**

- Lange Tradition eigener repräsentativer Markt-Media-Studien
- Kunden schätzen Forschungs-Tools als hochwertig in jeder Beziehung ein
- Aber sie verlangen auch mehr Flexibilität, vor allem kooperative Ansätze mit anderen Mediagattungen
- G+J-Kompetenzvorsprung in der Werbewirkungsforschung
- Noch differenziertere Instrumente für die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse entwickeln

- Erste Erfahrungen seit 2001 gesammelt
- Erforschung der Beziehung zwischen Kontaktdosierungen in unterschiedlichen Medien (Print+TV)
- Kooperative Mediaforschung mit Langnese-Iglo, Lever Fabergé, Kraft Foods, Tchibo und deren Agenturen MindShare und Initiative Media
- Ziel war die Untersuchung der Werbung für "Fast moving consumer goods" und im Speziellen die Wirkung von Print im Media-Mix
- Panel als geeignete Untersuchungsmethode gewählt

- Die neue Studie repräsentative Studie „Werbewirkung und Pkw-Kauf“, durchgeführt vom IfD Institutes für Demoskopie Allensbach schließt an die bisherigen Erfahrungen und Erkenntnisse an
- Übertragung des erfolgreichen Konzeptes auf den Bereich der langlebigen Marken wie Pkws

# “WERBEWIRKUNG UND PKW-KAUF“-STUDIE ALS BEISPIEL FÜR DAS KOOPERATIVE MEDIA-MARKETING VON G+J

- Kooperation mit der IP-Deutschland auf fachlich-sachlicher Ebene hat sich bewährt
- Ausbau der konstruktiven Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Forschung und bei kundenbezogenen Crossmedia-Projekten, sowie bei der Erschließung von neuen Geschäftsfeldern
- Gemeinsame Diskussionen und Projekte der Fachleute, mit gesteigertem Nutzen für die Kunden

- Anzeigenmarktführerschaft ist ein Ergebnis von: Vertrauen durch die Marktpartner, systematischer Marktbearbeitung, innovativen Angeboten und nicht zuletzt fundierter Markt-Media-Forschung
- Diese Stärken gilt es zu pflegen und – verbunden mit unserer Innovationsoffensive – weiter auszubauen
- Kooperationen mit anderen Mediagattungen, wenn es Erfolg verspricht

**Individuell auf die  
Kommunikationsbedürfnisse  
unserer Kunden abgestimmte  
Angebote und Markt-Media-  
Services weiterentwickeln und  
anbieten**