



Pressemitteilung

SevenOne Media untersucht Mediastrategie prämierter Marken Fernsehen ist das wichtigste Werbemedium bei Gewinnern führender Marken-Rankings 2005

München, 07. Dezember 2005. Im Mediamix der Top-Marken 2005 ist das Fernsehen das mit Abstand wichtigste Werbemedium. Das zeigt eine Untersuchung von fünf bekannten Marken-Rankings in Deutschland, die SevenOne Media, Vermarkter der ProSiebenSat.1-Gruppe, durchgeführt hat. Demnach investierten die Gewinner führender Marken-Awards im Jahr 2004 durchschnittlich 63 Prozent ihres Brutto-Werbepolumens in das Medium TV. Auf Platz 2 folgt Print mit 27 Prozent der Spendings, auf die übrigen Medien entfallen etwa 10 Prozent. Damit ist Fernsehwerbung weiterhin die wichtigste Säule der Markenkommunikation.

Mit der zunehmenden ökonomischen Relevanz des Markenwerts gewinnt auch die Mediastrategie von Unternehmen zusätzlich an Bedeutung. TV kommt dabei durch die besonders emotionale und markenprägende Ansprache der Konsumenten eine Schlüsselrolle zu. Die Auswertung verdeutlicht, dass die Emotionalisierung einer Marke wesentlich stärker zu ihrem Erfolg beiträgt als eher rationale oder preisorientierte Werbebotschaften. Fernsehwerbung beeinflusst den Markenwert also in einem besonderen Maße.

Peter Christmann, Vorstand Sales & Marketing ProSiebenSat.1-Gruppe und Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media:

„Das Ergebnis zeigt, dass TV im Mittelpunkt der langfristigen strategischen Markenführung steht. Kein anderes Medium erreicht so schnell so viele Menschen und kann Emotionen und Images, aber auch Informationen gleichermaßen transportieren.“

Folgende Rankings und Marken wurden ausgewertet:

- Marken-Award 2005: Henkel, DWS Investments, O2
- best brands 2005: Ebay, Adidas, Samsung
- GWA Effie Gold 2005: VW Touareg, Jägermeister, Dove
- Interbrand 2005: Coca-Cola, Microsoft, IBM
- AME Awards 2005: VW Polo, Vorwerk, TUI, Häagen Dazs
(New York Festivals) (deutsche Gewinner)

Seite 1 von 2

SevenOne Media GmbH

Andreas Kühner
Director Communications
Tel. +49 [89] 95 07- 4132
Fax +49 [89] 95 07- 4135
Andreas.Kuehner@sevenonemedia.de

Axel Laudert
Manager Communications
Tel. +49 [89] 95 07 - 4534
Fax +49 [89] 95 07 - 4135
Axel.Laudert@sevenonemedia.de

Beta-Straße 10 i
D-85774 Unterföhring
Postfach 1165
D-85767 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenonemedia.de



Die Ergebnisse im Einzelnen (alle Angaben in Prozent für 2004):

Ranking / Marken	TV	Print	Sonstige
Marken Award 2005			
Henkel	91,7	4,2	4,1
DWS Investments	51,2	48,6	0,2
O2	68,9	25,6	5,5
Durchschnitt	70,6	26,1	3,3
best brands 2005			
eBay	71,3	12,2	16,5
adidas	77,0	18,1	4,9
Samsung	53,4	41,0	5,6
Durchschnitt	67,2	23,8	9,0
GWA Effie Gold 2005			
VW Touareg	78,5	21,5	0,0
Jägermeister	90,0	3,3	6,7
Dove	74,4	19,5	6,1
Durchschnitt	81,0	14,8	4,2
Interbrand 2005			
Coca-Cola	83,8	13,1	3,1
Microsoft	30,7	68,5	0,8
IBM	59,8	40,1	0,1
Durchschnitt	58,1	40,6	1,3
AME Awards 2005			
VW Polo	52,5	37,2	10,3
Vorwerk	97,9	2,1	0,0
TUI	26,6	70,2	3,2
Häagen Dazs	0,0	4,5	95,5
Durchschnitt	44,2	28,5	27,3
Durchschnitt aller Marken	63,0	26,8	10,2

Seite 2 von 2

Quelle: Bruttowerbevolumen auf Basis Nielsen Media Research

Einen detaillierten Mediamix der untersuchten Marken erhalten Sie auf Anfrage unter 089-9507-4534 oder per E-Mail unter axel.laudert@sevenonemedia.de.