



## **Brand.Impact Report: Plan.Net präsentiert innovatives Online-Werbewirkungstool**

*Schnell, effizient und kostengünstig die kognitive Wirkung von Online-Kampagnen nachweisen jenseits von Clicks und Orders*

(ddp direct) Ohne komplexe und im Voraus geplante Fragebögen, zeitintensive Befragungen und Zusatzkosten die Wirkung von Online-Kampagnen feststellen ? innerhalb von 72 Stunden und sogar ex post im Nachhinein: Dieses innovative Angebot bietet die Plan.Net Gruppe ab sofort in Partnerschaft mit dem Marktforschungsinstitut YouGov ihren Kunden und Neukunden an.

München, den 21. Januar 2013 ? Der ?Brand.Impact Report? ist ein von Plan.Net Media entwickeltes Analyseprogramm, das schnell, effizient und kostengünstig die kognitive Wirkung von Online-Kampagnen nachweist ? jenseits von Clicks und Orders. Die Media-Experten von Plan.Net greifen dabei auf Daten zurück, die bislang jeweils einzeln erhoben werden: Einerseits die über Ad-Server gemessenen Werbekontakte ausgelieferter Kampagnen und andererseits aktuelle Paneldaten des YouGov BrandIndex. Das Kölner Marktforschungsinstitut YouGov befragt täglich 2.000 repräsentativ ausgewählte Personen zur Wahrnehmung von über 600 Marken. Ermittelt werden relevante Marken-Parameter wie Markenpräsenz, Eindruck, Weiterempfehlungsbereitschaft, Qualität, Preis/Leistung, Zufriedenheit oder das Arbeitgeberimage ? der BrandIndex ist damit eine der größten kontinuierlichen Markenbeobachtungen des Landes.

Verknüpft mit den Daten, die über die Ad-Server bei der Schaltung von Kampagnen gemessen werden, kann Plan.Net durch eine Partnerschaft mit YouGov ab sofort über eine Schnittstelle direkt ermitteln, welche Panel-Teilnehmer des BrandIndex wie oft mit einer Online-Kampagne Kontakt hatten und inwieweit sich die abgefragten Parameter von denen derjenigen Personen unterscheiden, die keinen Kontakt zur Kampagne hatten. ?Das Besondere an unserem Verfahren ist dabei, dass wir innerhalb von nur 48 bis 72 Stunden über die Vergleichsauswertung der Parameter direkt Aussagen zur Wirkung einer Online-Kampagne machen können?, erklärt Nikolaus Schmitt-Walter, Head of Insights der Plan.Net Gruppe, der den Brand.Impact Report entwickelt hat. ?Von Vorteil ist zudem, dass wir auf zusätzliche Befragungen, die im Voraus geplant werden müssen, verzichten und jederzeit einen ?Brand.Impact Report? erstellen können; noch während einer Kampagne, umgehend danach ? und sogar rückwirkend einige Monate später. Im Vergleich zu herkömmlichen Werbewirkungsstudien fallen dabei nur vergleichsweise geringe Kosten an. Der Brand.Impact Report ist damit eine schnelle, effiziente und kostengünstige Methode, um die Wirkung von Online-Kampagnen zu ermitteln?, ergänzt Manfred Klaus, Geschäftsführer der Plan.Net Gruppe.

Voraussetzung für eine solche Auswertung ist, dass die Marke im YouGov BrandIndex abgefragt wird und die Kampagne über den Ad-Server von Plan.Net Media ausgeliefert wird. ?Durch die Verknüpfung mit den BrandIndex-Daten können auch Effekte neben dem ?reinen? Klick gemessen werden. Und das kontinuierlich im Zeitverlauf. Auf die klassischen Vorher-Nachher-Werbetrackings können Werbekunden damit zukünftig problemlos verzichten?, so Holger Geißler, Vorstand von YouGov.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://shortpr.com/74gzl0>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://www.themenportal.de/marketing/brand-impact-report-plan-net-praesentiert-innovatives-online-werbewirkungstool-51706>

### **Pressekontakt**

Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

Herr Florian Stemmler  
Brienner Str. a-d 45  
80637 München

[f.stemmler@serviceplan.com](mailto:f.stemmler@serviceplan.com)

### **Firmenkontakt**

Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

Herr Florian Stemmler  
Brienner Str. a-d 45  
80637 München

[serviceplan.com](http://serviceplan.com)  
[f.stemmler@serviceplan.com](mailto:f.stemmler@serviceplan.com)

Die Plan.Net Gruppe ist die führende Digitalagentur Deutschlands, zählt darüber hinaus zu den größten unabhängigen Digitalagenturen Europas und ist an über 25 internationalen Standorten vertreten darunter neben München, Hamburg und Brüssel beispielsweise auch Buenos Aires, Delhi, Dubai, Mailand, Miami, Moskau, Paris, Peking, Seoul, Singapur, Sydney, Tokio, Wien oder Zürich.

1997 als Tochter der Serviceplan Gruppe gegründet, deckt Plan.Net heute unter der täglich gelebten Philosophie creating relevance alle Facetten der digitalen, interaktiven und integrierten Kommunikation ab von Kampagnen, Webseiten, Internetportalen und E-Dialog über Mediaeinkauf und -planung oder Social- und Suchmaschinenmarketing bis hin zu Mobile Advertising samt der Entwicklung von Apps für alle mobilen Endgeräte. Insgesamt rund 380 Mitarbeiter sind dabei für Kunden wie BMW, Lufthansa, Media Markt, Nivea, s.Oliver, Sprite, Weight Watchers oder das ZDF tätig.

Die Kompetenzen und Kommunikationslösungen, die Plan.Net bietet, zeichnen sich durch Kreativität, Innovation sowie mediale und technische Exzellenz aus zum Einsatz kommen dabei innovative und wirkungsvolle Tools und Systeme; beispielsweise solche für optimales Zielgruppentargeting, moderne Bewegtbildplanung oder Online-Mediaplanung basierend auf Werbewirkung-Insights. Ob Ideen, Media, Content oder Technik: Plan.Net liefert nachhaltige Multichannel-Kommunikation aus einer Hand. Auch alle internationalen Standorte der Serviceplan Gruppe werden unter dem Label Plan.Net International geführt.