



Whitepaper THREE

Sein & Haben Analytics

3

BE&HAVE | Eine fiktive Marke & ihre Interessenten | Sein & Haben Analytics

Whitepaper ONE – Grundinformationen zur Marke

Whitepaper TWO – Kuratierte Lebenswelten & Vertical Spotlights

Whitepaper THREE – Competitive Comparison & Sponsoring (Rightsholder Landscape)



Sein & Haben Analytics

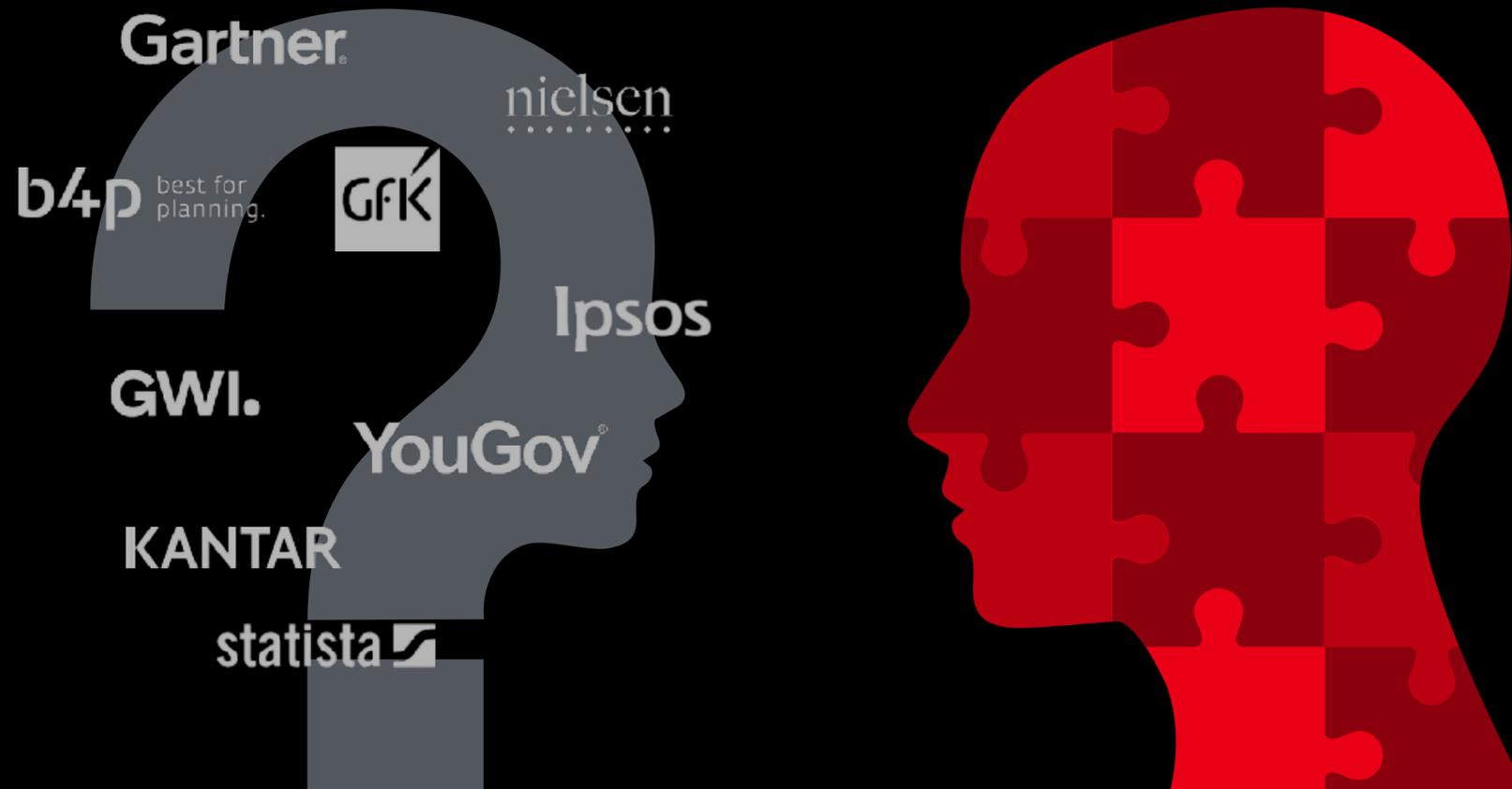
Verhaltensbasierte Konsumenten Analyse kurz erklärt.

Sein und Haben Analytics

Wir nutzen verhaltensbasierte Analysen – von Zielgruppen, Themen & Personas – für die kreative Entwicklung von wirksamen Marketing-Konzepten und innovativer Marken-Kommunikation.

Wie funktioniert verhaltensbasierte Konsumentenanalyse und welche Vorteile bietet sie?

Umfrage **VS** Authentisches Online-Verhalten



KI-basierte Verhaltensanalyse von Konsumenten.

- ▶ Erfasst das **authentische Online-Verhalten** von Menschen
- ▶ Erfasst das Verhalten **in totaler Quantität** – nicht in Hochrechnungen wie bei Marktforschungen oder Panels
- ▶ Es sind **Beziehungen/Verhältnisse zwischen allen Objekten** messbar
- ▶ In **über 100 Ländern verfügbar**, davon in **40 auf PLZ-Ebene**



Das System funktioniert objektbasiert.

- ▶ Aktuell sind über **> 300.000 Objekte** verfügbar – diese werden monatlich aktualisiert und ergänzt
- ▶ Objekt-Beispiele: **Marken, Themen, Vereine, Personen, Influencer, Bands u.v.m.**
- ▶ Wir können durch die Kombination von Objekten **individuelle Personas** konfigurieren

Audience Profile

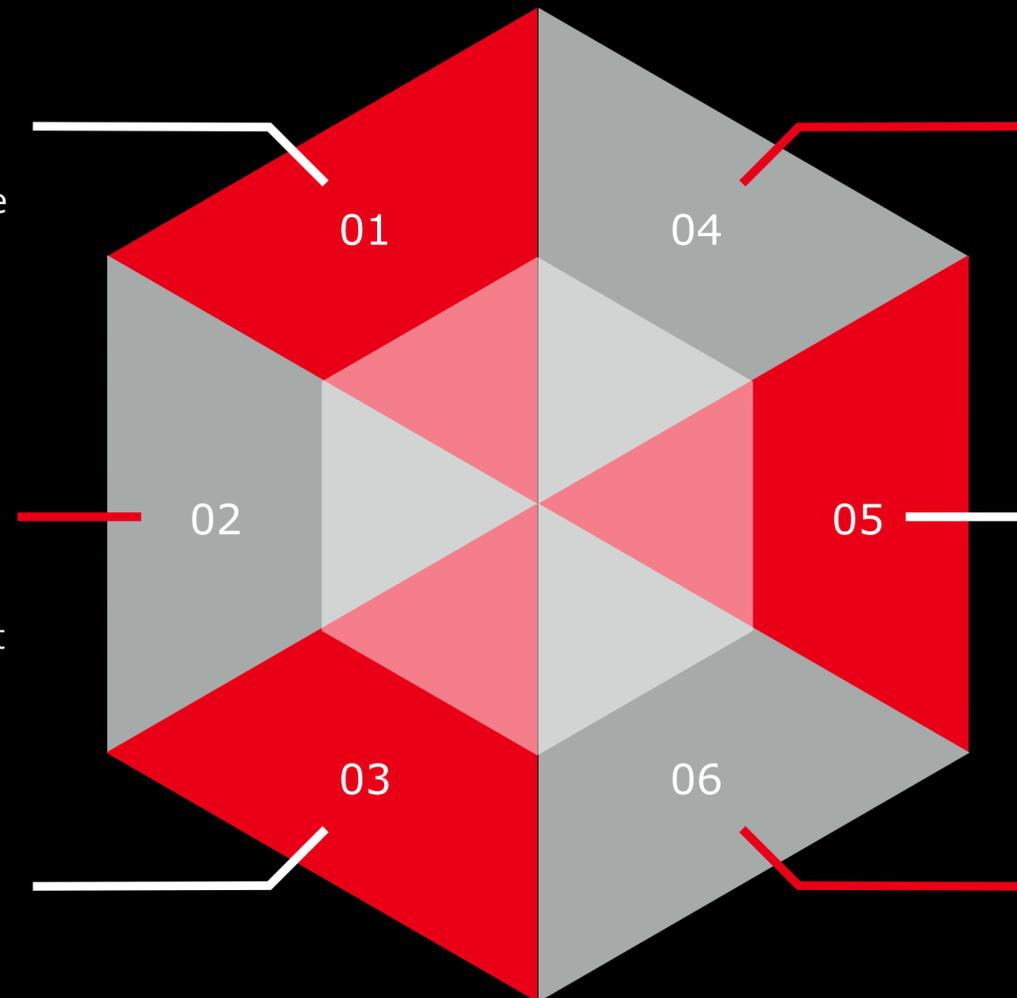
- Wir analysieren psychografische und persönliche Merkmale von Zielgruppen (Interessenten & Personas) zur Optimierung von Kommunikationsstrategien.

Market Potential / Readiness

- Wir analysieren grenzübergreifend, um die Potenziale für Wachstum und Marktchancen mit Daten zu unterfüttern, die für über 100 Länder weltweit verfügbar sind. In 40 Ländern ist eine Analyse bis auf Postleitzahl-Ebene möglich.

Media planning

- Wir können sehen, welche Medienkanäle/ Influencer/Videospiele Ihre Zielgruppen nutzen und mit welchen Inhalten sie sich wahrscheinlich beschäftigen werden.



Competition

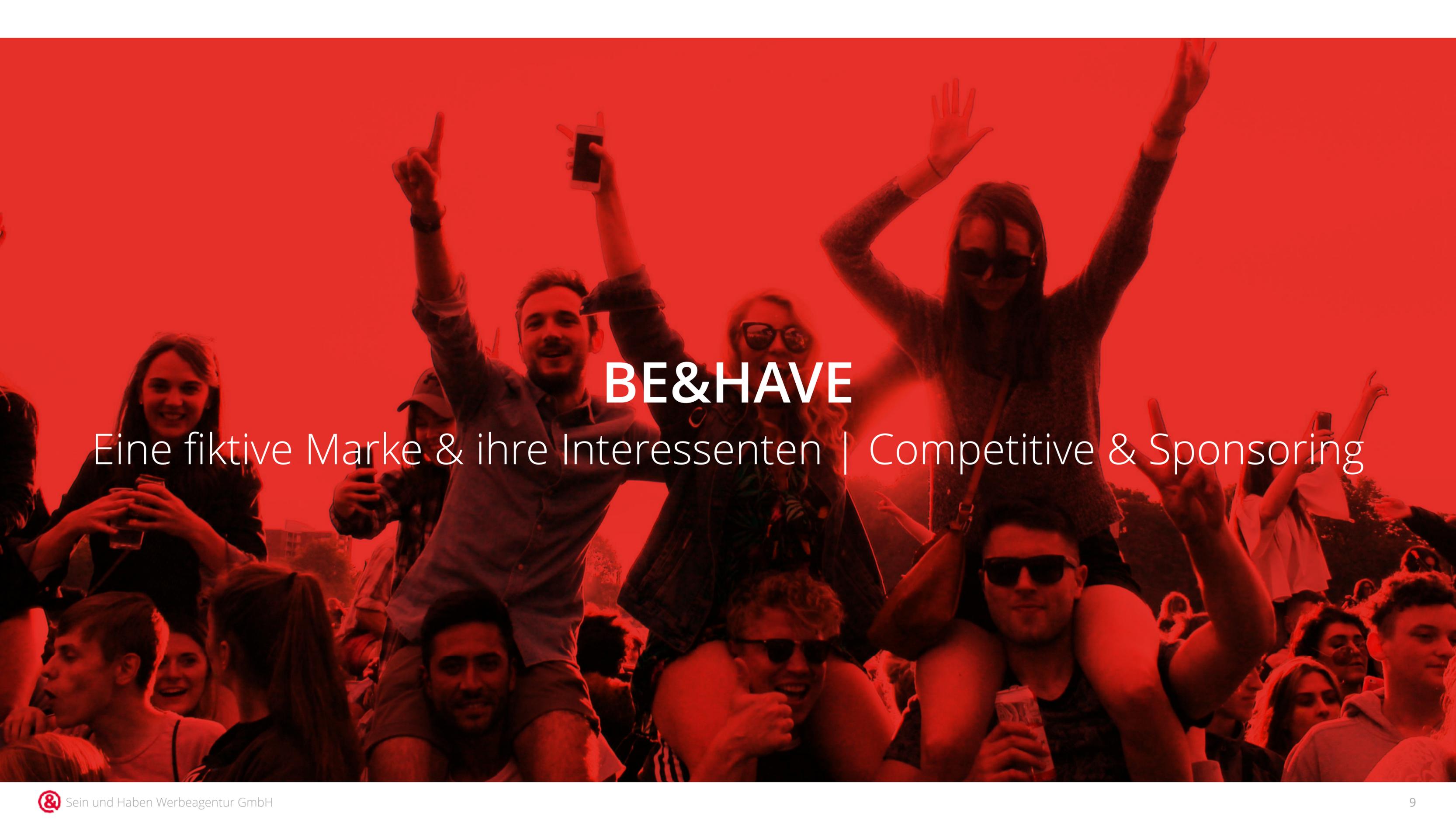
- Wir erstellen vergleichende Analysen für Ihre Marken – wir untersuchen Marktbegleiter ebenso wie bewährte Verfahren/Marken außerhalb Ihrer Branche.

Locations Intelligence

- Wir finden für Sie den besten Ort für die Eröffnung eines neuen Geschäfts, für 18/1tel-Plakate, lokale Online-Kampagnen und die optimalen Partner-Marken in definierten Räumen (Regionen, Städte, Postleitzahlen).

Sponsorships

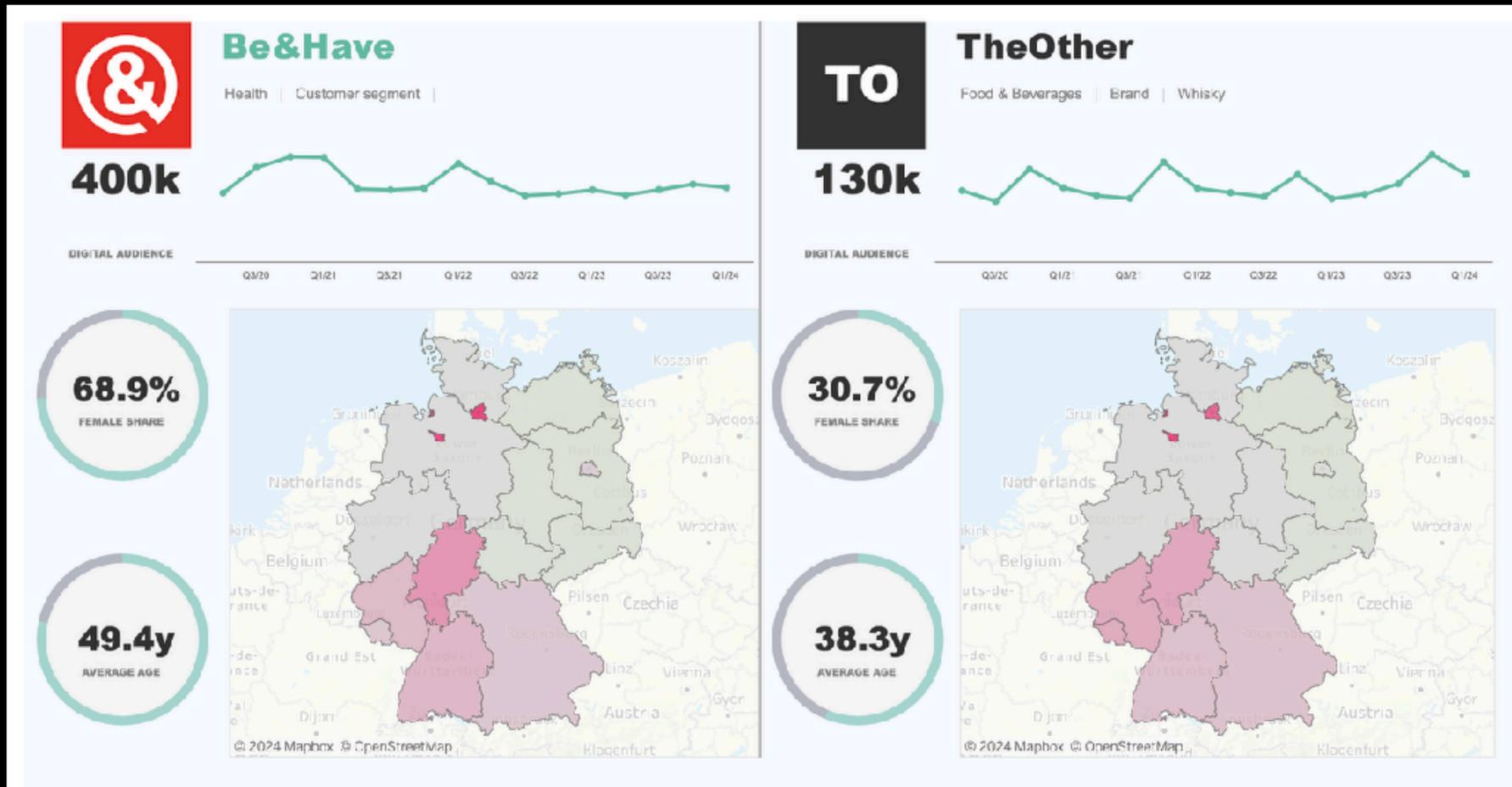
- Wir unterstützen Sie bei der Auswahl von wirkungsvollen und authentische Sponsoring-Partnerschaften/Assets sowie Co-Branding-Möglichkeiten, die Ihre Zielgruppen erreichen.



BE&HAVE

Eine fiktive Marke & ihre Interessenten | Competitive & Sponsoring

BE&HAVE | Eine fiktive Marke und ihre Interessenten | Competitive Comparison

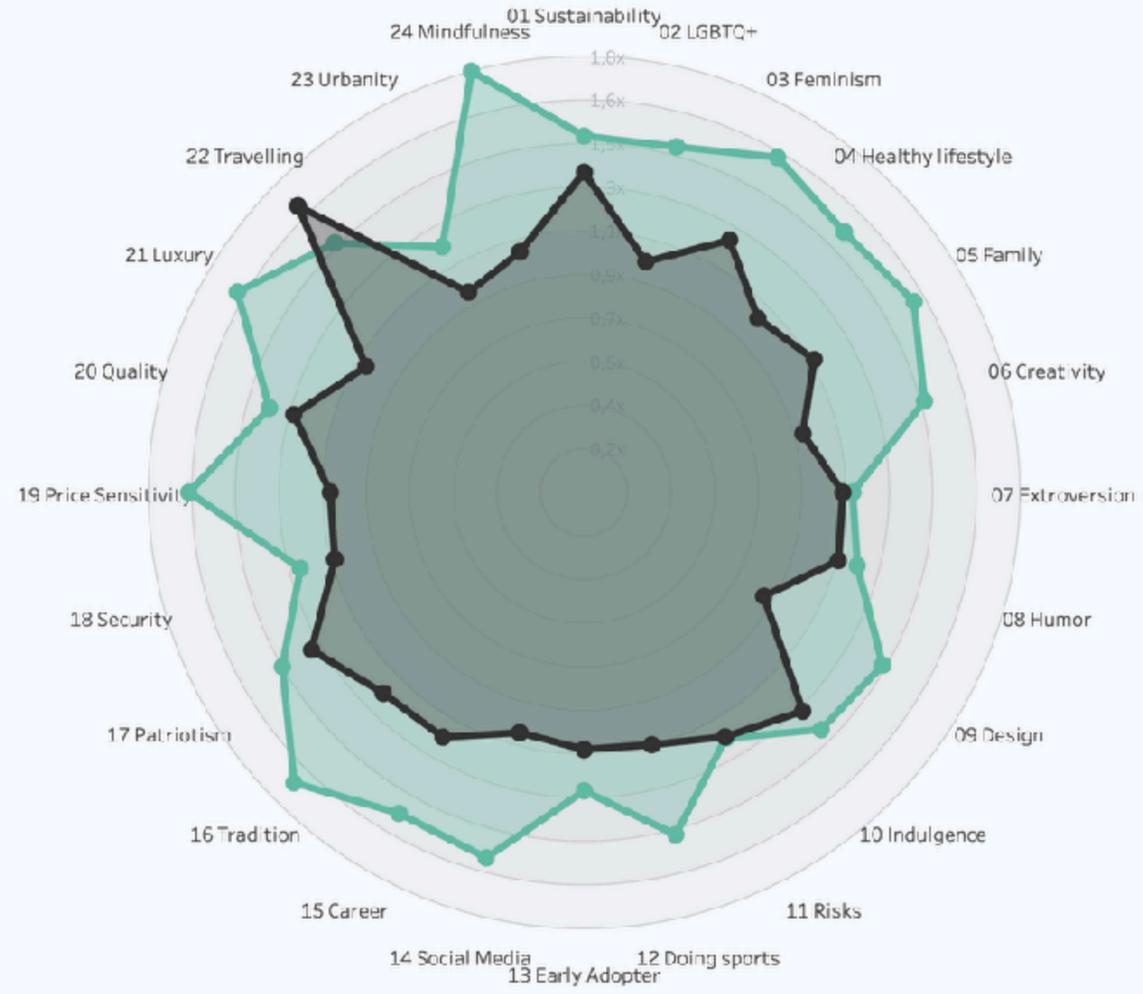


► Wir können **BE&HAVE** mit jeder anderen beliebigen Marke vergleichen und neben den demographischen Daten auch



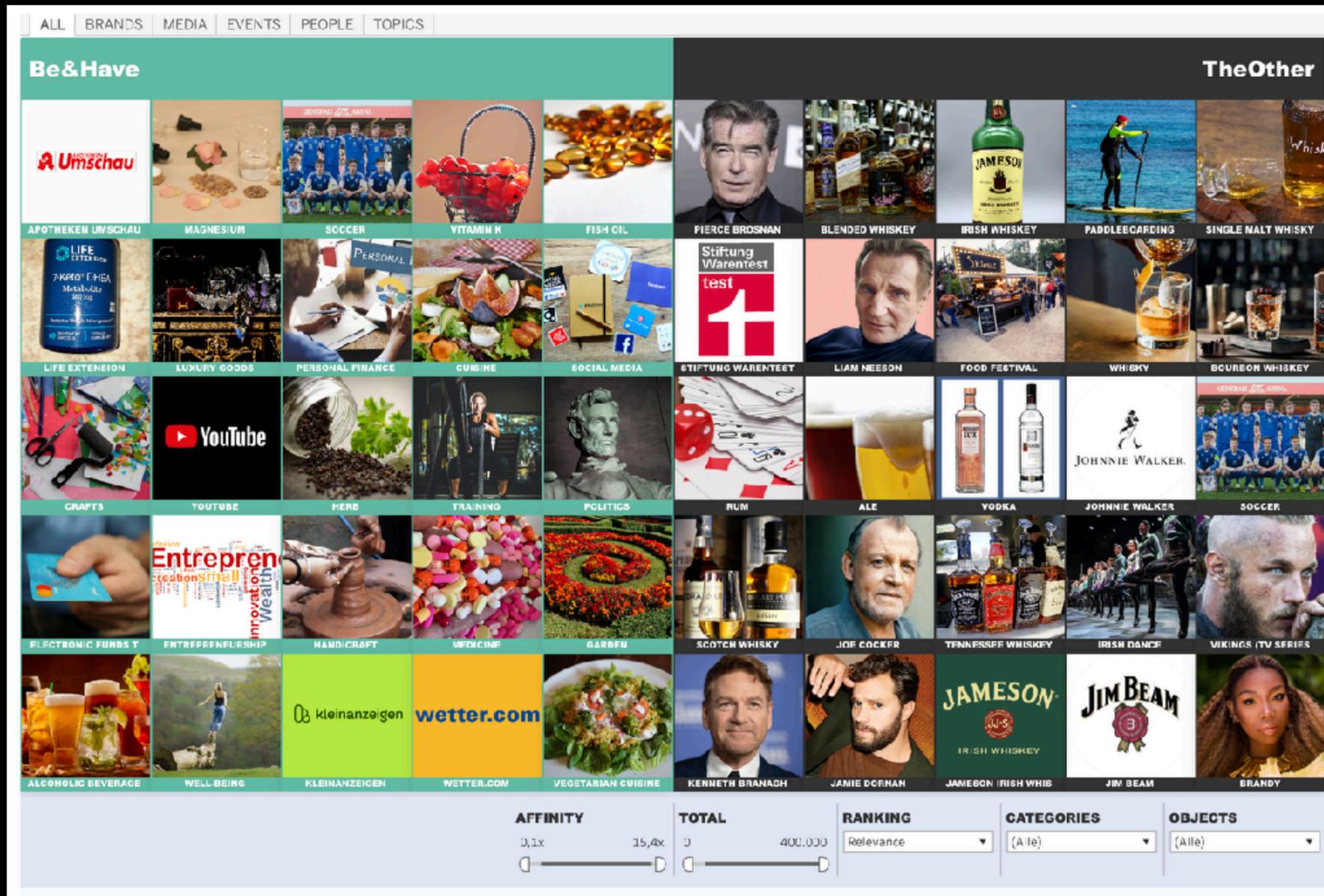
Be&Have

TheOther

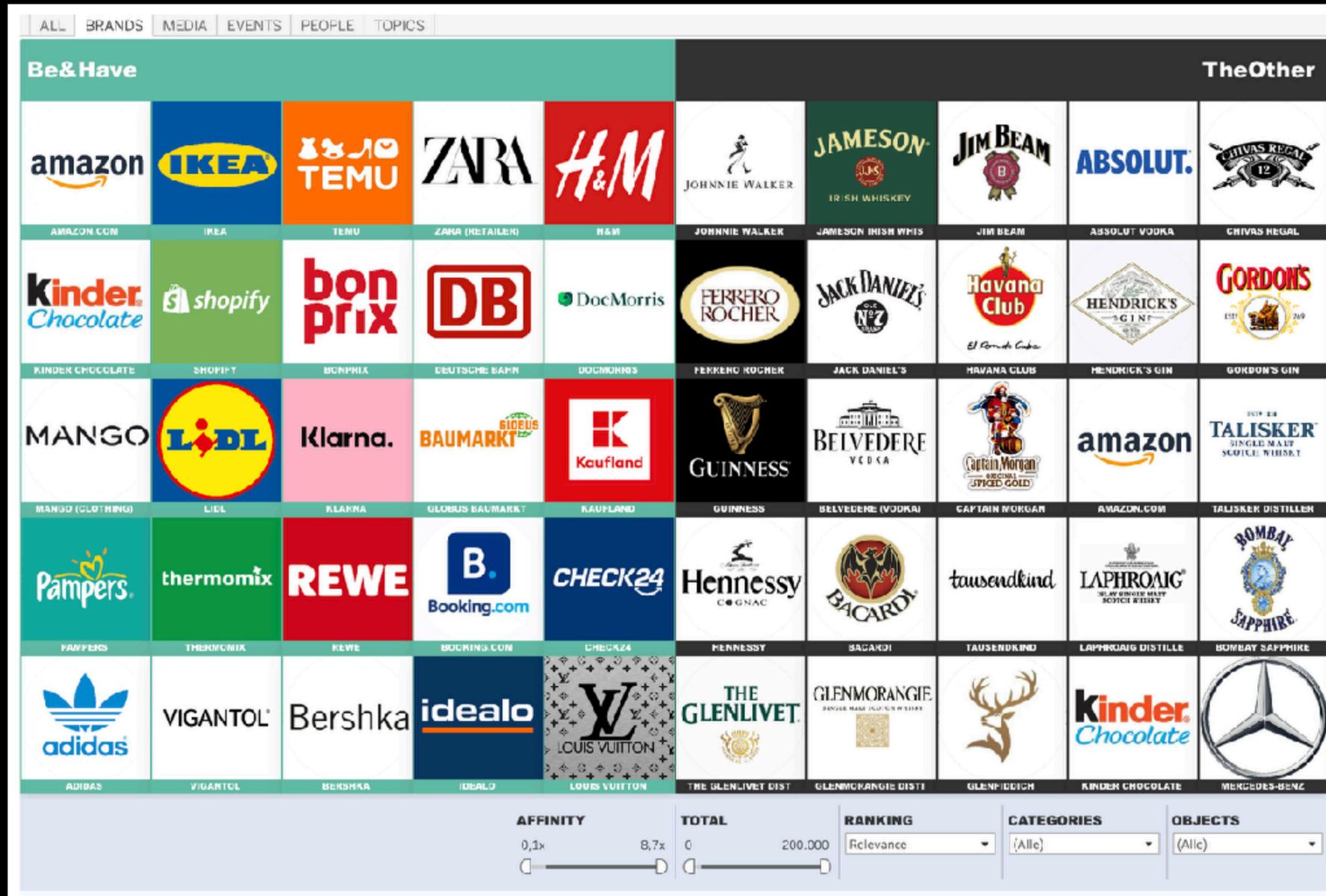


FILTER DIMENSIONS
(Alle)

► ... die Unterschiede im Emotional Map darstellen und interpretieren.



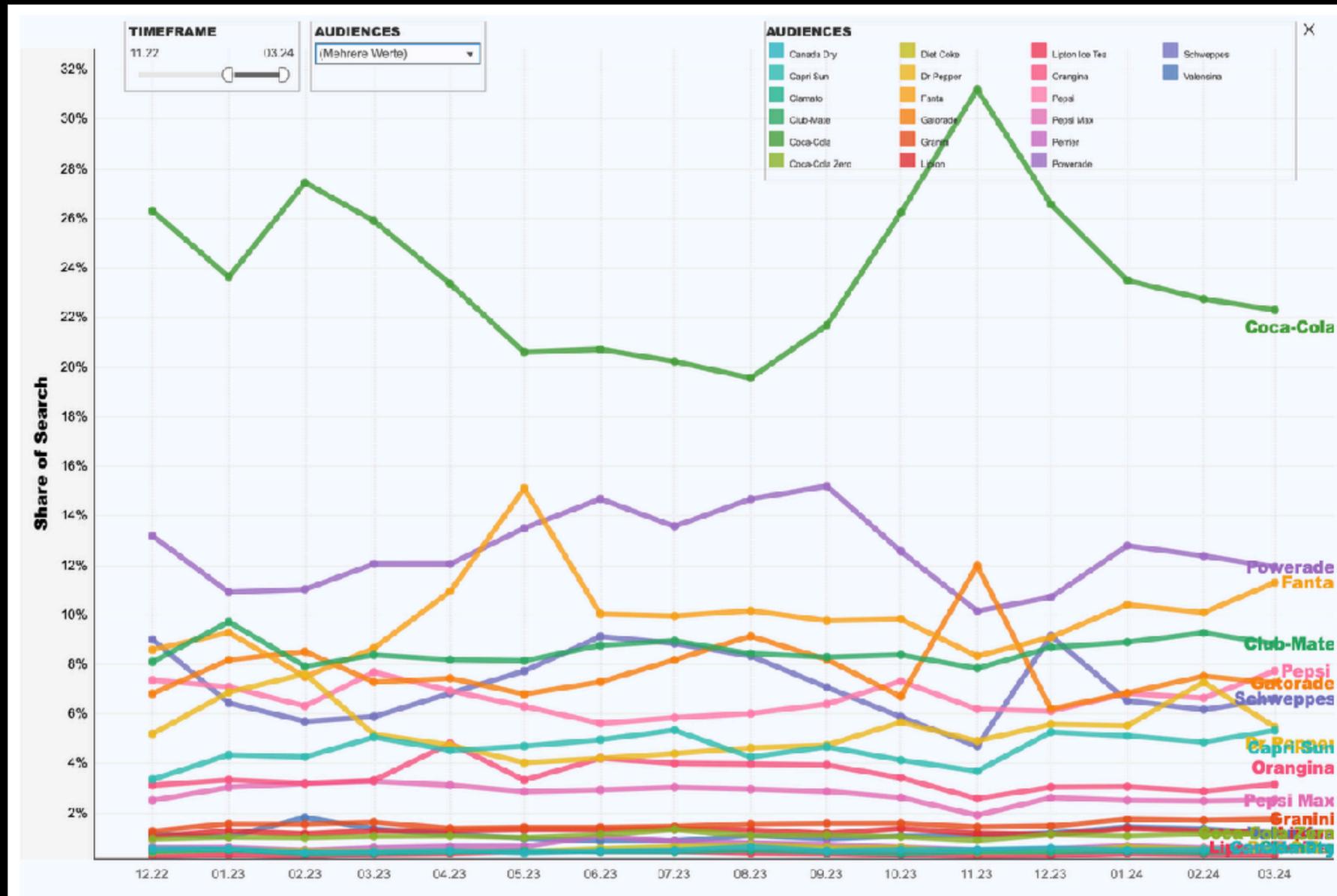
- ▶ Außerdem sehen wir hier sehr deutliche Unterschiede bei den Interessen.
- ▶ Sind die Interessenten von **BE&HAVE** eher Themen aus dem Gesundheitssektor zugeneigt, lieben die Interessenten von **TheOther** Spirituosen und Menschen.



- ▶ Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei den Marken, die zum Lebensumfeld der Zielgruppen gehören.
- ▶ Bei **BE&HAVE** ist Shopping bei Amazon, Ikea, Temu und Co. angesagt. Dagegen mögen die Fans von **TheOther** Spirituosen, Süßes und Premium-Autos.

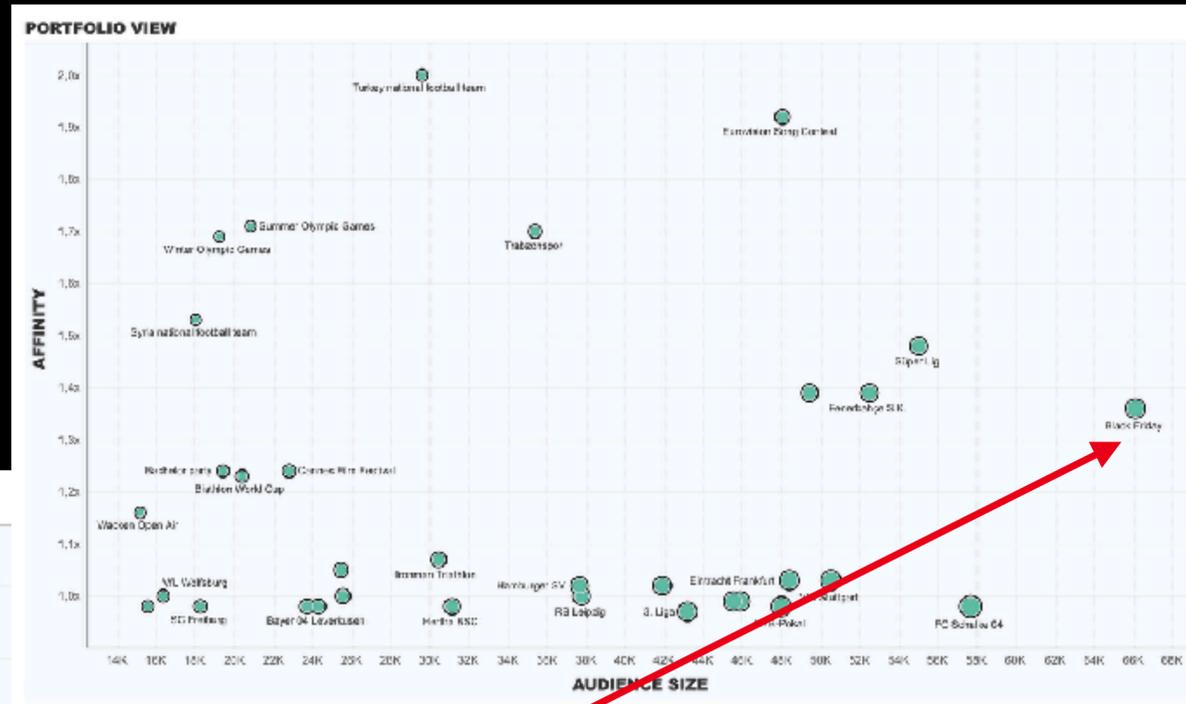


► Insgesamt zeigt die Portfolio-Ansicht, dass die Interessenten von **BE&HAVE** erheblich mehr verschiedene Interessen haben, als die Fans von **TheOther**. Hier muss genauer hingeschaut werden.



- ▶ Da **BE&HAVE** beim Share of Search mangels echtem Wettbewerb ;-)) nicht auftauchen würde, nutzen wir als Beispiel den Bereich AfG.
- ▶ Mit Hilfe dieser Ansicht können wir, neben der Stärke der Marke auch die Saisonalität im Vergleich zu ihren Wettbewerbern analysieren. Und so z.B. die richtigen Zeiten für Maßnahmen (zyklisch/antizyklisch) definieren.

BE&HAVE | Eine fiktive Marke und ihre Interessenten | Rightsholder Opportunities



- ▶ Welche Rightsholder passen zu unserer Marke **BE&HAVE**?
- ▶ Die höchste Affinität haben unsere Interessenten für die Messen Mary Jane Berlin und die Venus Berlin – jeweils bei sehr kleinen Reichweiten.
- ▶ Die besten Reichweiten bei überdurchschnittlichen Affinitäten liegen bei Borussia Dortmund, den Olympischen Spielen und der UEFA Euro.

BORUSSIA DORTMUND SPORTS | TEAM | SOCCER

- **130.000** People are interested in **Be&Have** and **Borussia Dortmund**.
- Since the affinity is **1,5x**, it is **45%** to find someone more likely interested in **Borussia Dortmund** compared to the average in **Germany**.

OBJECT'S FACTS

- **16.000.000** people are interested in **Borussia Dortmund** in **Germany**.
- **13,8%** of the global audience is in **Germany**.
- The average person interested in **Borussia Dortmund** in **Germany** is **30,5 years** old and with a **28,8%** likelihood female.

AGE / GENDER AFFINITY SPLITS



- ▶ Die höchsten Affinitäten über alle Untergruppen erreichen wir für unsere Marke **BE&HAVE** im Bereich Messen und Volksfeste (jeweils +40%).
- ▶ Die niedrigsten Affinitäten liegen bei Basketball und E-Sports (jeweils -20%).
- ▶ Fußball hat eine durchschnittliche Affinität, bietet aber die meisten Optionen mit den höchsten Reichweiten.

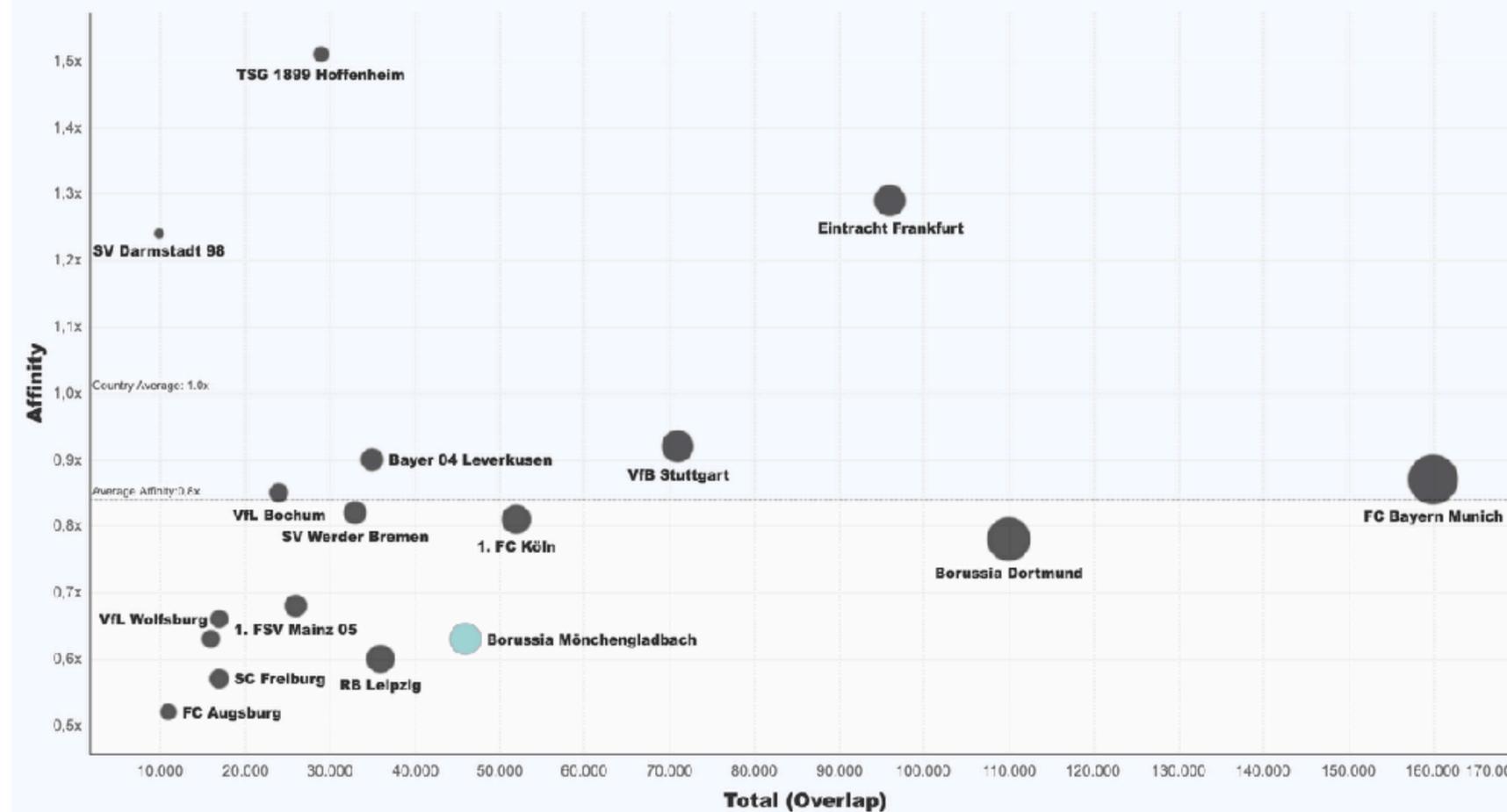
AFFINITY	TOTAL	AVERAGE AGE	FEMALE SHARE	COUNTRY SHARE	RANKING	CATEGORIES	SUB TYPE	OBJECTS
0,1x 3,2x	0 240.000	19,0 59,0	0,0% 100,0%	0,0% 100,0%	Sponsor-Relev...	(Alle)	(Alle)	(Alle)

- ▶ Im Gesamtüberblick aller möglichen 2357 Rechthehalter zeigen sich schnell die besten Optionen.
- ▶ Interessant ist, dass hier auch Vereine zu sehen sind, die aus dem mittleren Osten und Nordafrika stammen. Das zeigt uns, dass wir mit **BE&HAVE** offensichtlich auch viele Menschen mit Migrationshintergründen erreichen, die sich auch hier von Deutschland aus für die Vereine ihrer Heimat interessieren.

TOP 10 BY AFFINITY



TOP 10 BY TOTAL (OVERLAP)



- ▶ Um den jeweils passenden Verein für **BE&HAVE** zu finden, können wir über eine Benchmark-Analyse in allen wichtigen Ligen den perfekt passenden Partner finden.
- ▶ Neben 1., 2. und 3. Bundesliga können wir diese Analyse auch für alle TR2-Sportarten (u.a. Basketball, Handball, Eishockey) erstellen.



Haben wir dein Interesse geweckt?
Dann lerne uns jetzt persönlich kennen:



Über Sein und Haben



Wir sind Sein & Haben

- ▶ Wir leben in unruhigen Zeiten. **Wir versuchen** mit der Arbeit für unsere Kunden **Verlässlichkeit, Stabilität und Orientierung** zu bieten.
- ▶ **Wir glauben an Vertrauen, Ehrlichkeit und Zusammenarbeit** und arbeiten **immer just-in-time.**
- ▶ **Wir sind agil und unkompliziert** in der Zusammenarbeit.

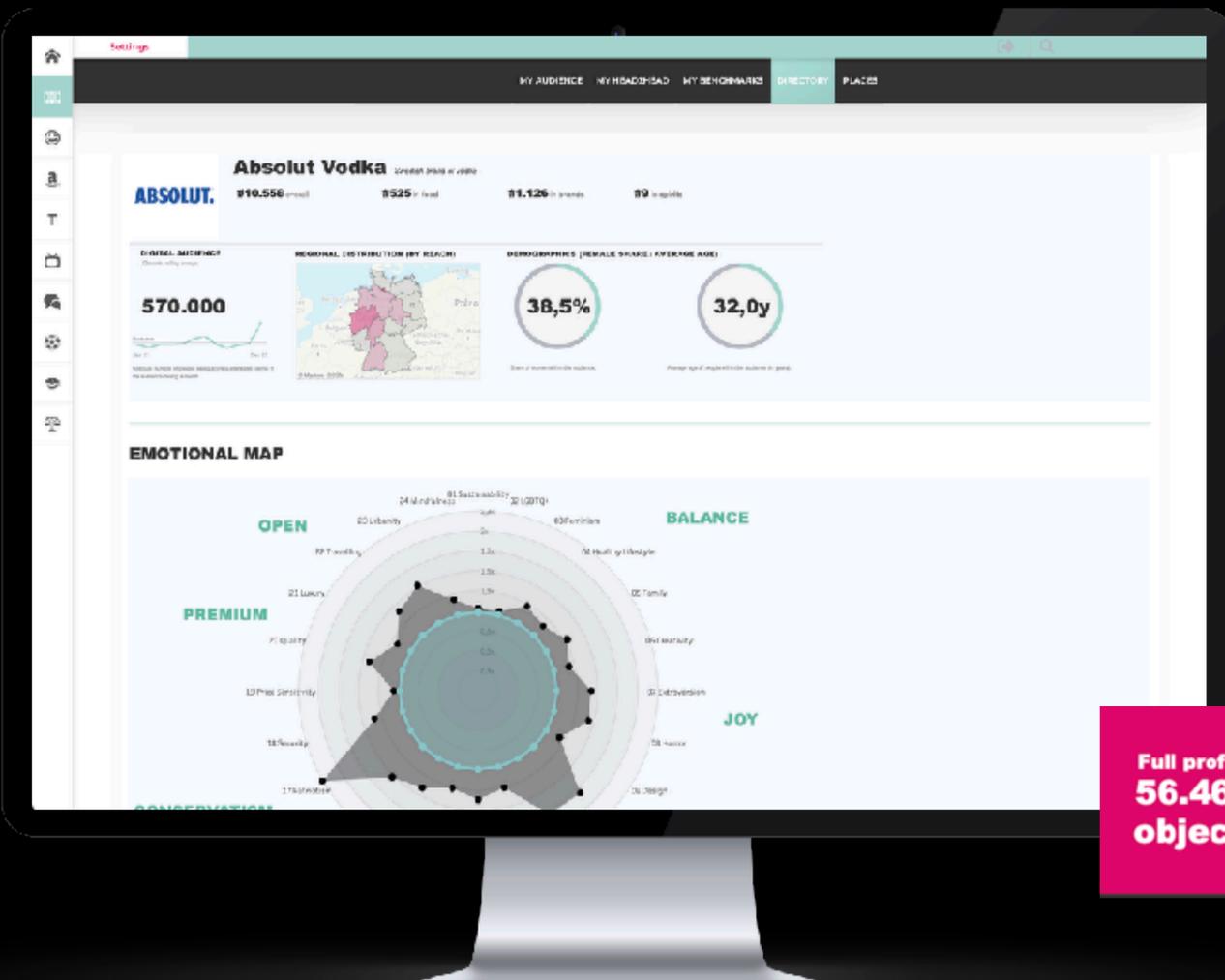


Agentur für Marken-Kommunikation
& digitale Lösungen.

Vom Research bis zur Solution – für unsere Kunden
entwickeln wir **creative Marken- & Kommunikations-**
Konzepte und kombinieren sie mit **modernsten**
digitalen Lösungen.

Aktuelle Kunden

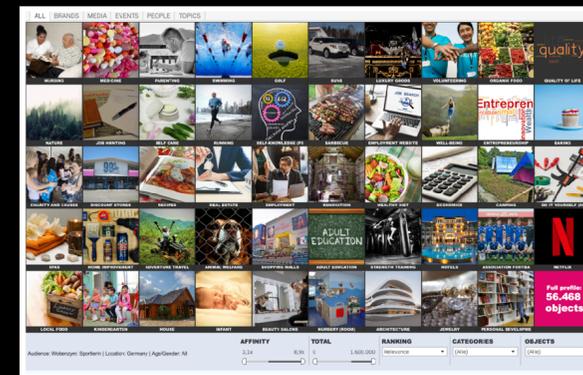
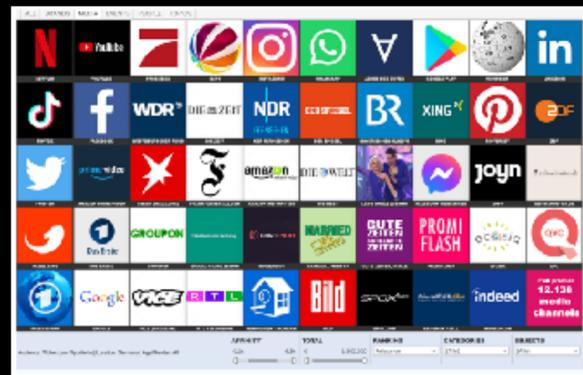


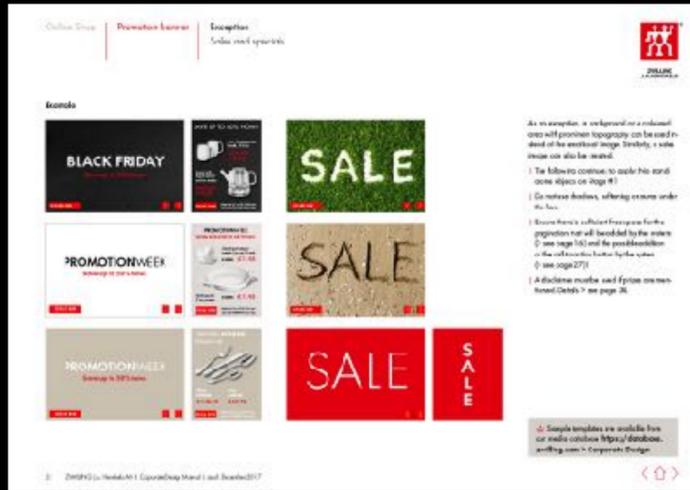


Full profile:
56.468
objects

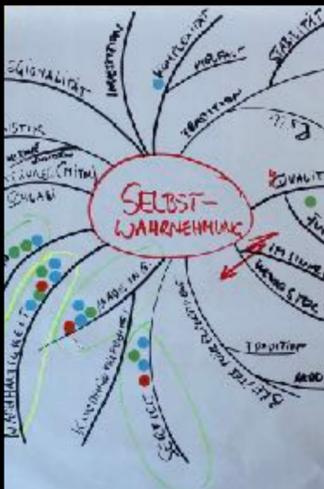
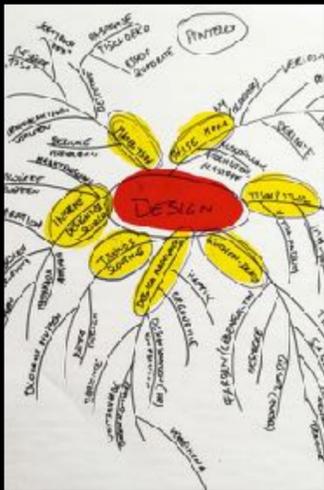
Zielgruppen-Analyse & Brand-Fit-Research

► Audience Intelligence

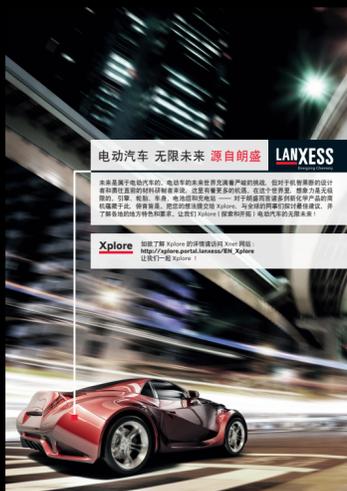




Strategie-Entwicklung

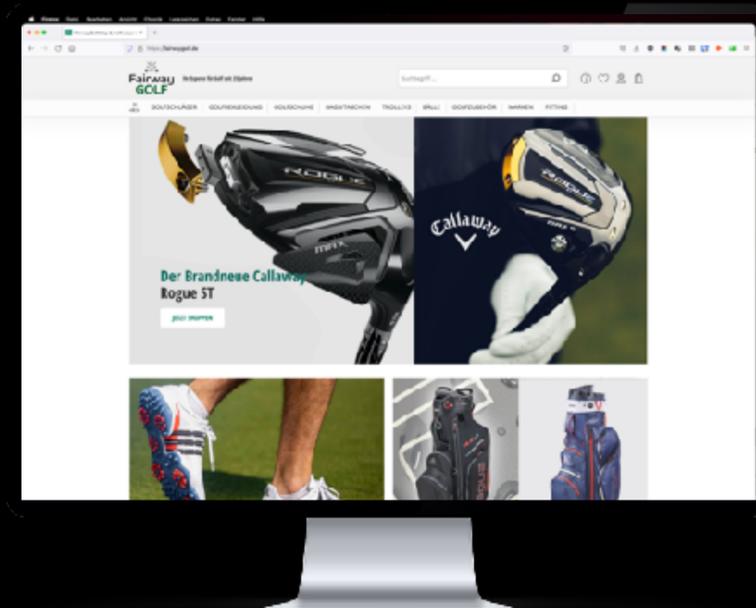
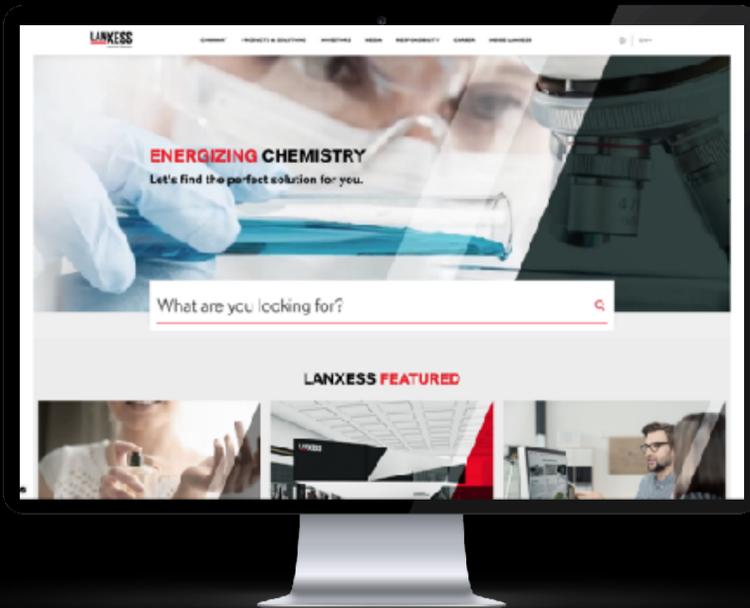


- ▶ Marken-Workshop (Konzept, Entwicklung & Durchführung)
- ▶ Kommunikationsstrategie
- ▶ Marken-Kreation, -Design & -Transformation



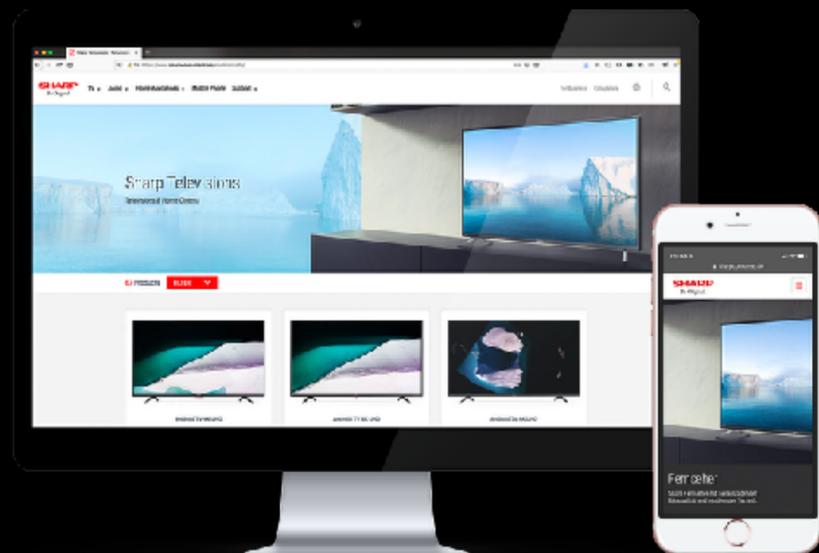
Werbung & Kommunikation

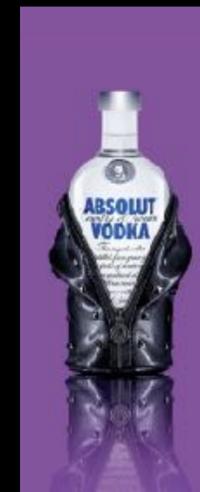
- ▶ **Klassische Kommunikation** (Entwicklung, Shooting, Produktion & Umsetzung von Anzeigen, OOH, Radio, TV)



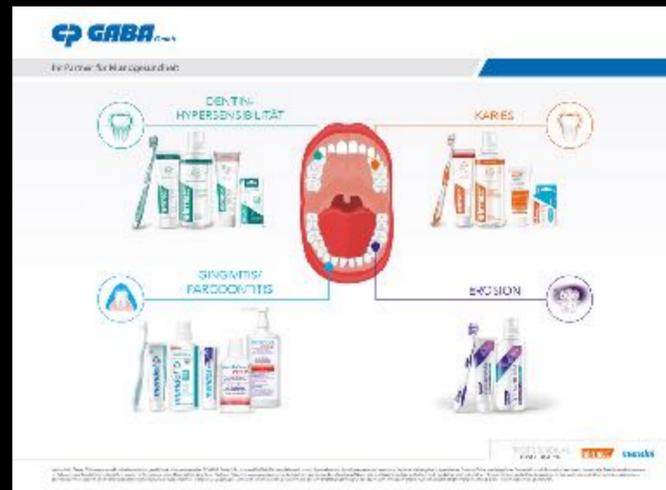
Werbung & Kommunikation

- ▶ **Online Kommunikation**
(Websites, Shops, Kampagnen, Content, SEA)

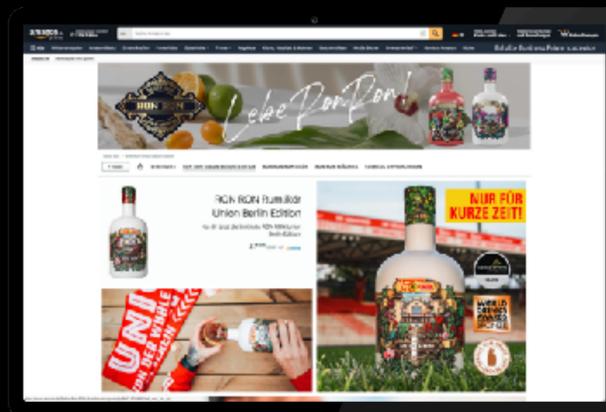
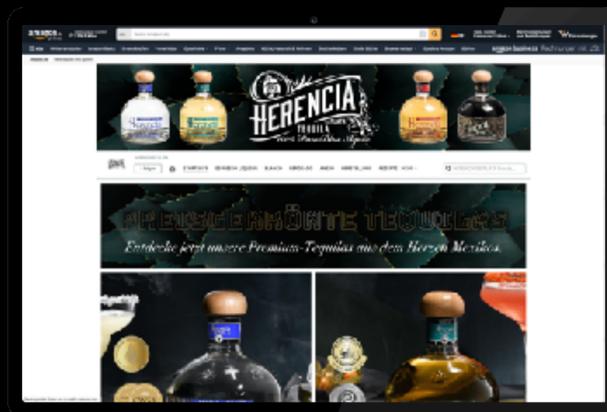




Verkaufsförderung



- ▶ Shopper-, Trademarketing & POS Kommunikation (Konzept, Entwicklung & Umsetzung/Produktion)
- ▶ Retail-Media Kommunikation (Strategie, Konzepte, Mediaplanung & -auspielung für Amazon, Otto etc.)





Vielen Dank für deine Aufmerksamkeit!



Sein und Haben Werbeagentur GmbH
Schanzenstr. 31
51063 Köln
www.sein-und-haben.de



Gordon Kunst, Geschäftsführer
kunst@sein-und-haben.de



Phone: +49 221 94 30 13 11
Fax: +49 221 94 36 13 13