

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, Mai 2016

Polar

Kampagnenbegleitforschung



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kauf

Fazit

Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Erw. 18-49 Jahre, HHNE 2.500+
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Datum	Nullmessung: 11. bis 18. März 2016 Endmessung: 2. bis 5. Mai 2016
Stichprobe	Nullmessung: n= 515 Endmessung: n= 761
Inhalt	Ungestützte und gestützte Bekanntheit, ungestützte und gestützte Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Kauf

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

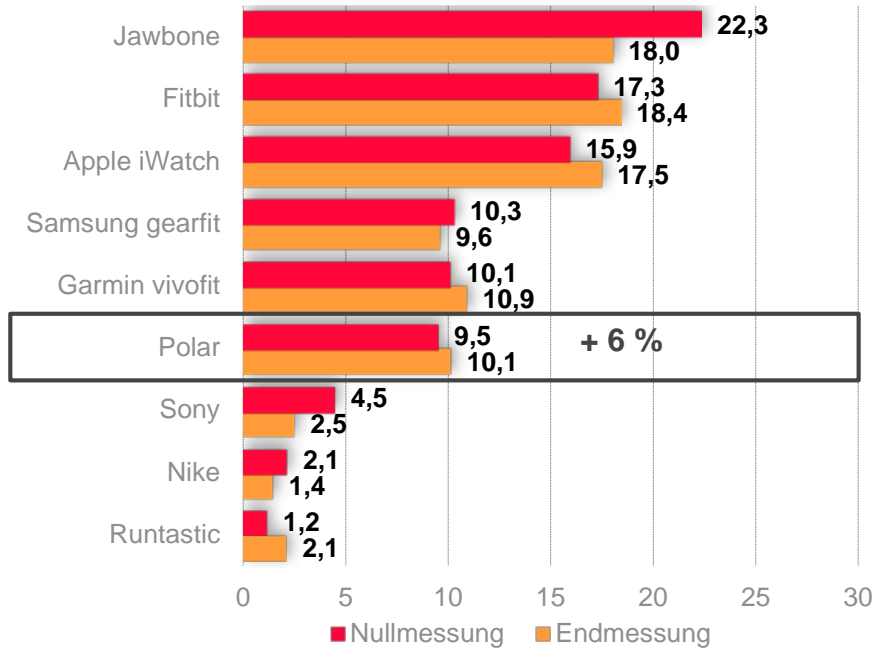
Werbeerinnerung

Kauf

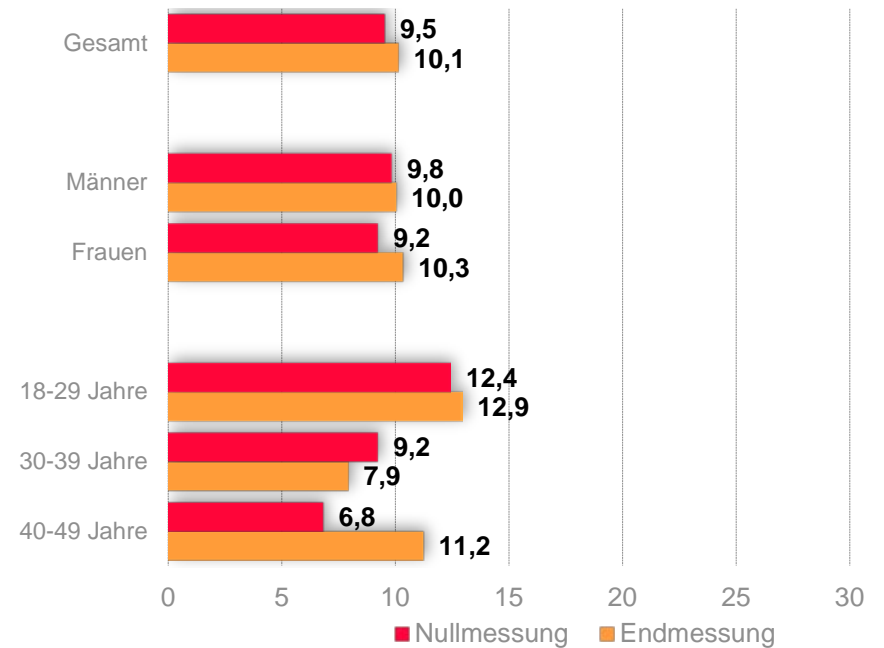
Fazit

Leichter Anstieg der spontanen Bekanntheit

Ungestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



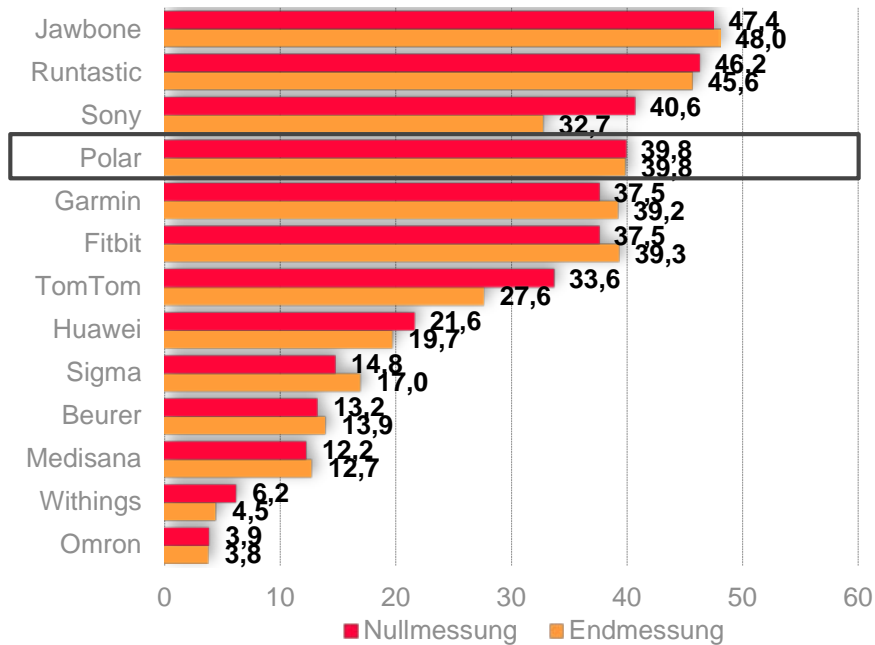
Ungestützte Markenbekanntheit Polar Angaben in Prozent



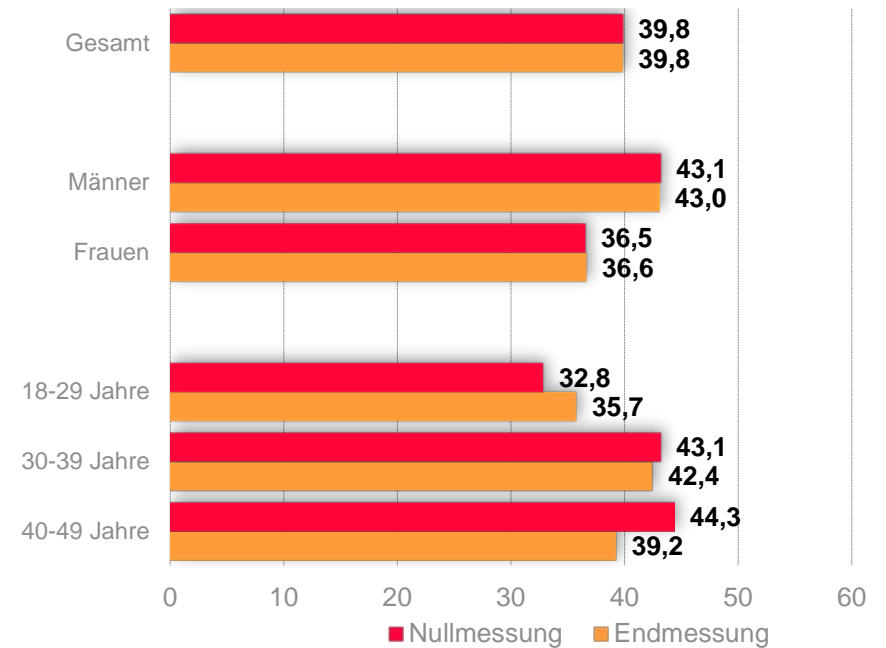
Frage: Nun geht es um Fitness Activity Armbänder. Welche Marken kennen Sie in diesem Bereich, wenn auch nur dem Namen nach? Bitte notieren Sie alle, die Ihnen einfallen.
 Basis: Erw. 18-49 Jahre, HHNE 2.500+
 Quelle: SevenOne Media, Payback

Gestützte Markenbekanntheit bleibt stabil

Gestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit Polar Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von Marken aus dem Bereich Fitness Activity Armbänder. Bitte kreuzen Sie an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.

Basis: Erw. 18-49 Jahre, HHNE 2.500+

Quelle: SevenOne Media, Payback

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

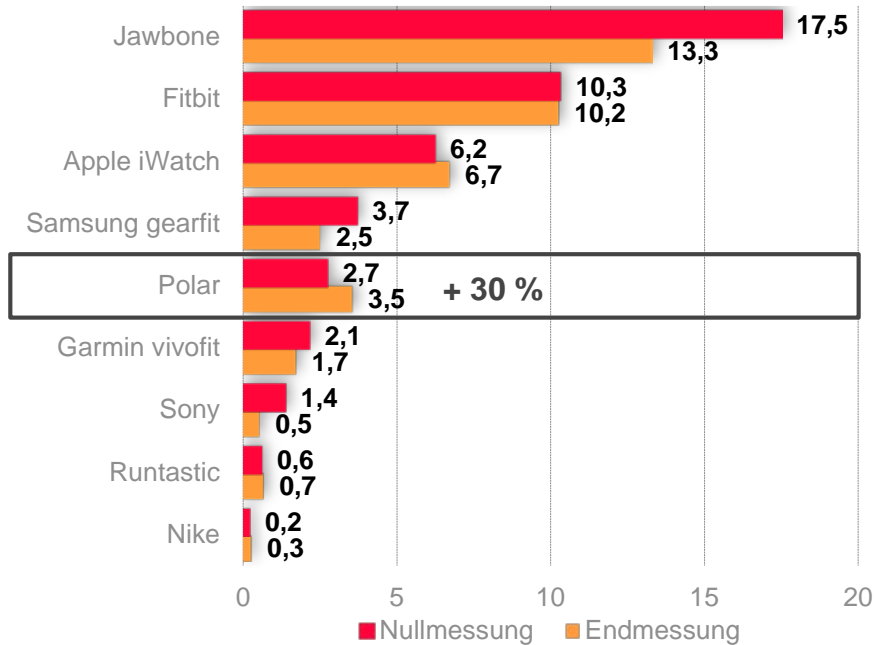
Werbeerinnerung

Kauf

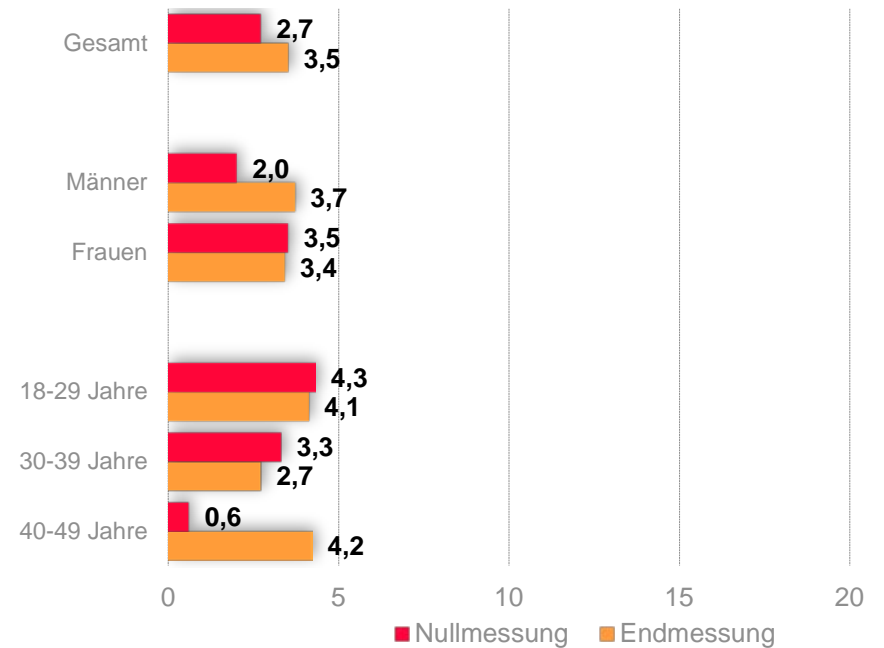
Fazit

Spontane Werbeerinnerung steigt

Ungestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung Polar Angaben in Prozent



Frage: Und für welche Marken von Fitness Activity Armbändern haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

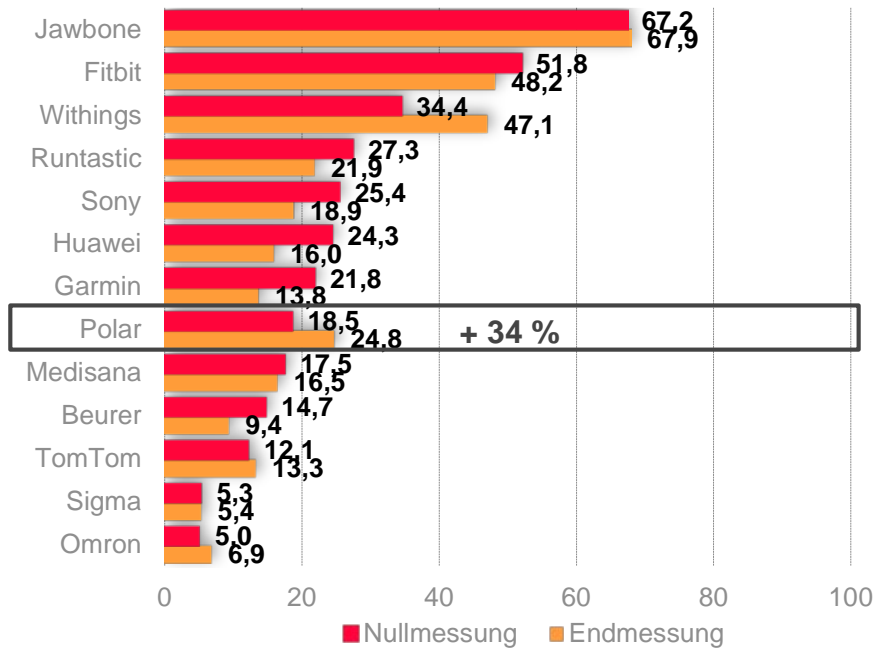
Basis: Erw. 18-49 Jahre, HHNE 2.500+

Quelle: SevenOne Media, Payback

Deutlicher Anstieg der gestützten Erinnerung

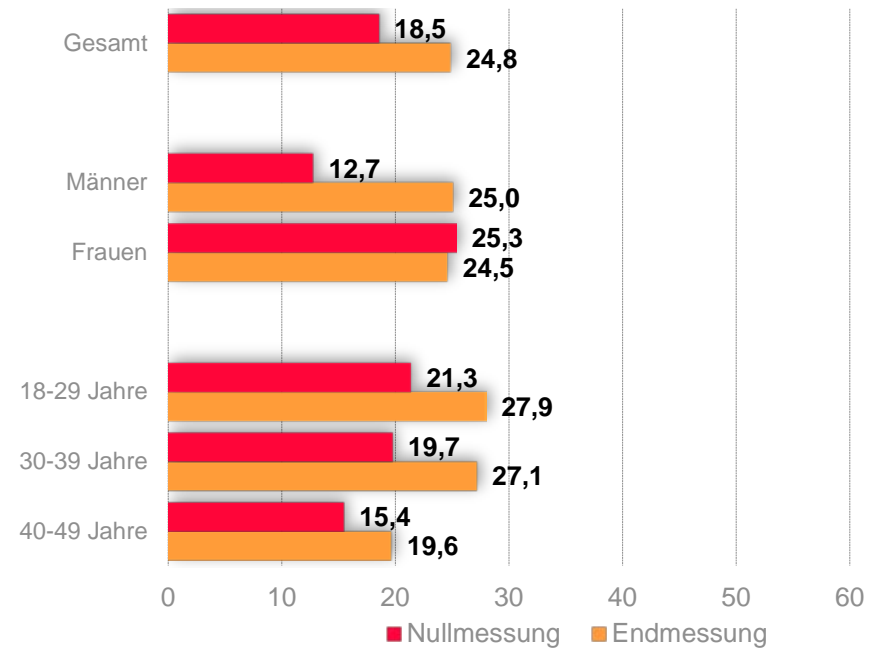
Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung Polar

Angaben in Prozent

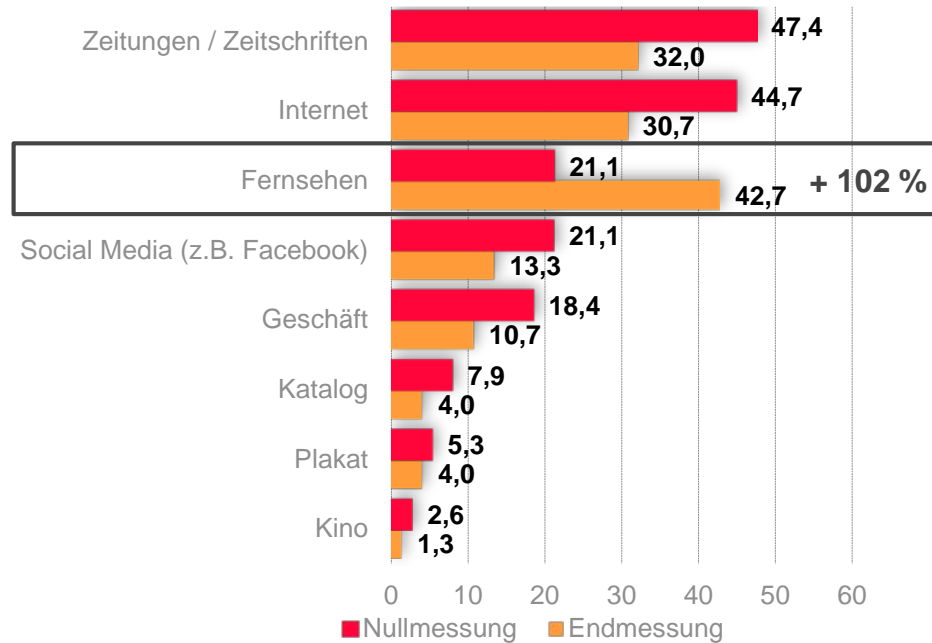


Frage: Und für welche der folgenden Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
 Basis: Erw. 18-49 Jahre, HHNE 2.500+, die die jeweilige Marke kennen
 Quelle: SevenOne Media, Payback

TV wird nach Kampagne verstärkt als Werbemedium genannt

Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



Frage: Sie haben angegeben, dass Sie sich an Werbung für Polar erinnern können. Wo haben Sie diese Werbung gesehen oder gehört?
Basis: Erw. 18-49 Jahre, HHNE 2.500+, die sich an Werbung für Polar erinnern
Quelle: SevenOne Media, Payback

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kauf

Fazit

Käufe haben zugenommen

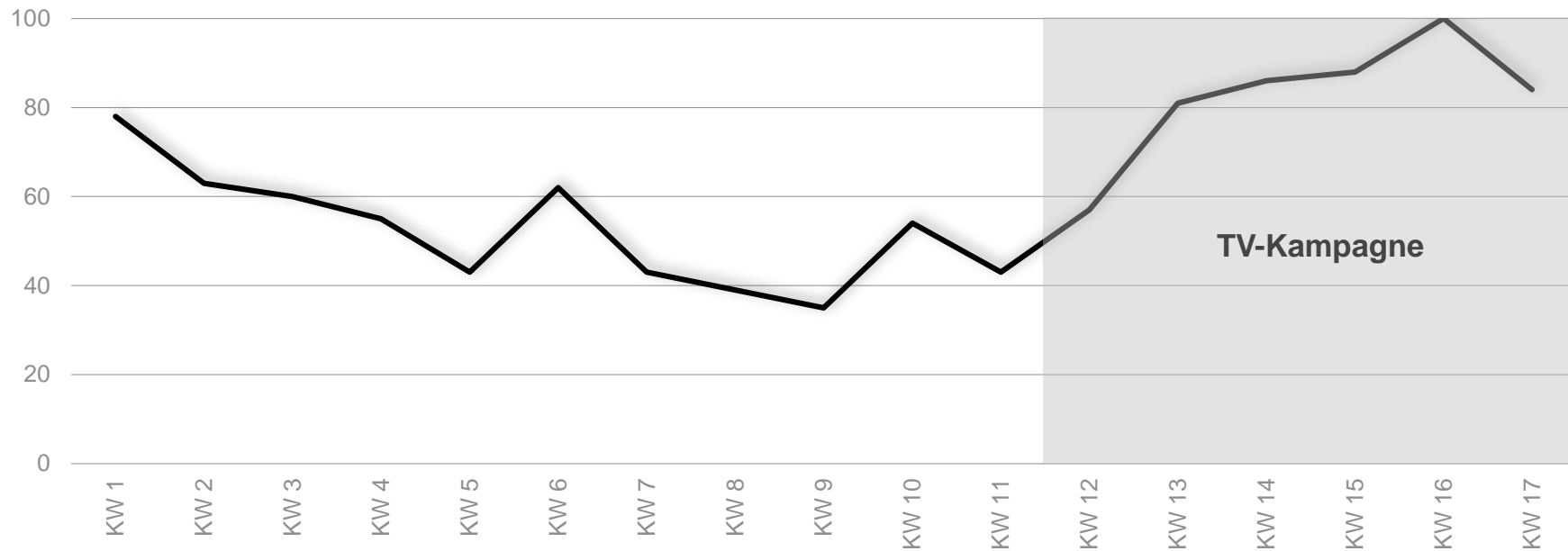
Bisheriger Kauf Angaben in Prozent



Frage: Haben Sie schon einmal ein Fitness Activity Armband von Polar gekauft?
Basis: Erw. 18-49 Jahre, HHNE 2.500+, die Polar kennen
Quelle: SevenOne Media, Payback

Klassische Kampagne steigert Interesse an der Internetseite

Websuche-Interesse Polar Fitness Häufigkeit der Wortsuche in Indizes



Zeitraum: 03.01. - 21.05.2015
Quelle: Google Trends

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kauf

Fazit

Fazit

- Die ungestützte Markenbekanntheit wird leicht gesteigert.
- Deutliche Zuwächse gibt es bei der spontanen und gestützten Werbeerinnerung.
- TV wird nach der Kampagne verstärkt als Werbemedium genannt.
- Die bisherigen Käufe sind gestiegen.
- Die Websuche nach Polar nimmt während der TV-Kampagne zu.

Kontakt

Franziska Rochau
Senior Research Manager

SevenOne Media
Medienallee 4
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89/9507-43 52
Fax +49 (0) 89/9507-943 52
www.sevenonemedia.de
Franziska.rochau@sevenonemedia.de