

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE

München, Februar 2017

VisitDenmark

Kampagnentracking



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Nutzung und Nutzungsbereitschaft

Fazit

Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Trend Research
Grundgesamtheit	HHF ab 18 Jahre mit Kind unter 14 Jahren oder mit Partner 35-60 Jahre im Haushalt, häufige SAT.1-Seher oder häufige kabeleins-Seher
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 11. bis 14. Januar 2017 Endmessung: 16. bis 22. Februar 2017
Stichprobe	Nullmessung: n=1.000 Endmessung: n=1.015 (Spot erinnert: n=273)
Wirkungsmaße	gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung von Tourismuszentralen, Nutzung und Nutzungsbereitschaft von visitdenmark.de

Anmerkung

In der Endmessung wurde das Motiv Novasol / Ostsee videogestützt abgefragt, d.h. die Teilnehmer konnten sich in der Befragung den TV-Spot anschauen und im Anschluss daran angeben, ob sie diesen vorher schon mal gesehen haben. Für die beiden anderen TV-Motive wurde das gleiche mit Screenshots abgefragt.

Durch dieses Vorgehen können diejenigen, die angegeben haben, mit mindestens einem der Motive vorher schon in Kontakt gekommen zu sein, gesondert ausgewiesen werden. Die Ergebnisse werden also für Null-, Endmessung und Spoterinnerer (als Teilgruppe der Endmessung) ausgewiesen.

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

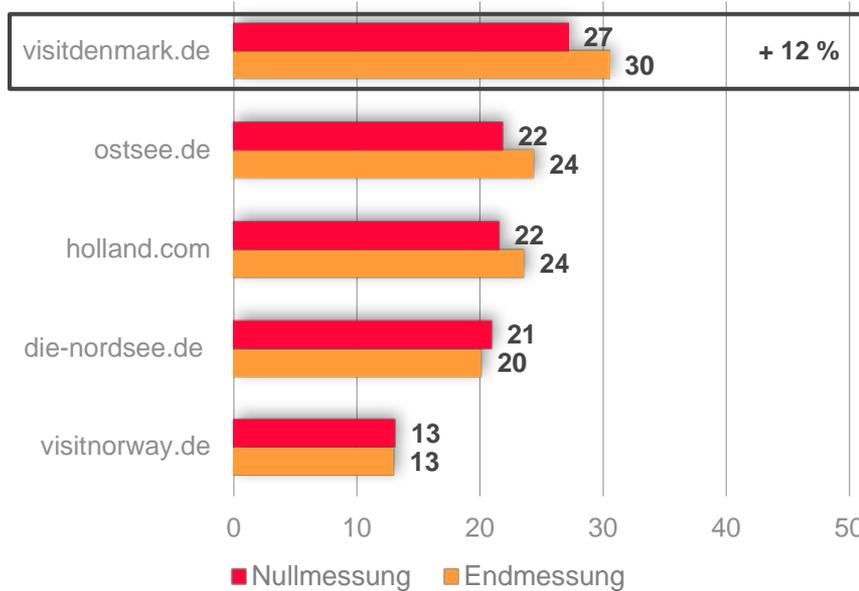
Werbeerinnerung

Nutzung und Nutzungsbereitschaft

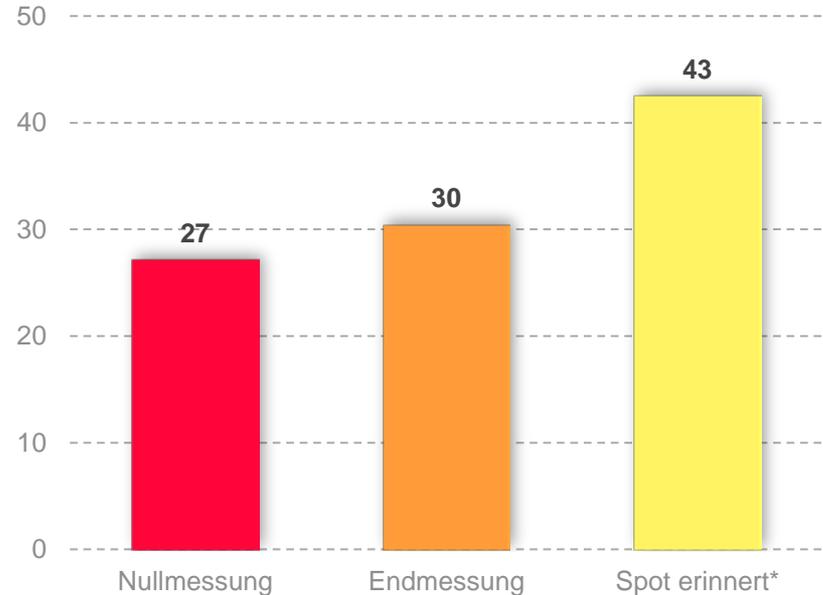
Fazit

Bekanntheit um 12 Prozent gesteigert, besonders hoch bei Spoterinnerern

Gestützte Markenbekanntheit
Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit VisitDenmark
Angaben in Prozent

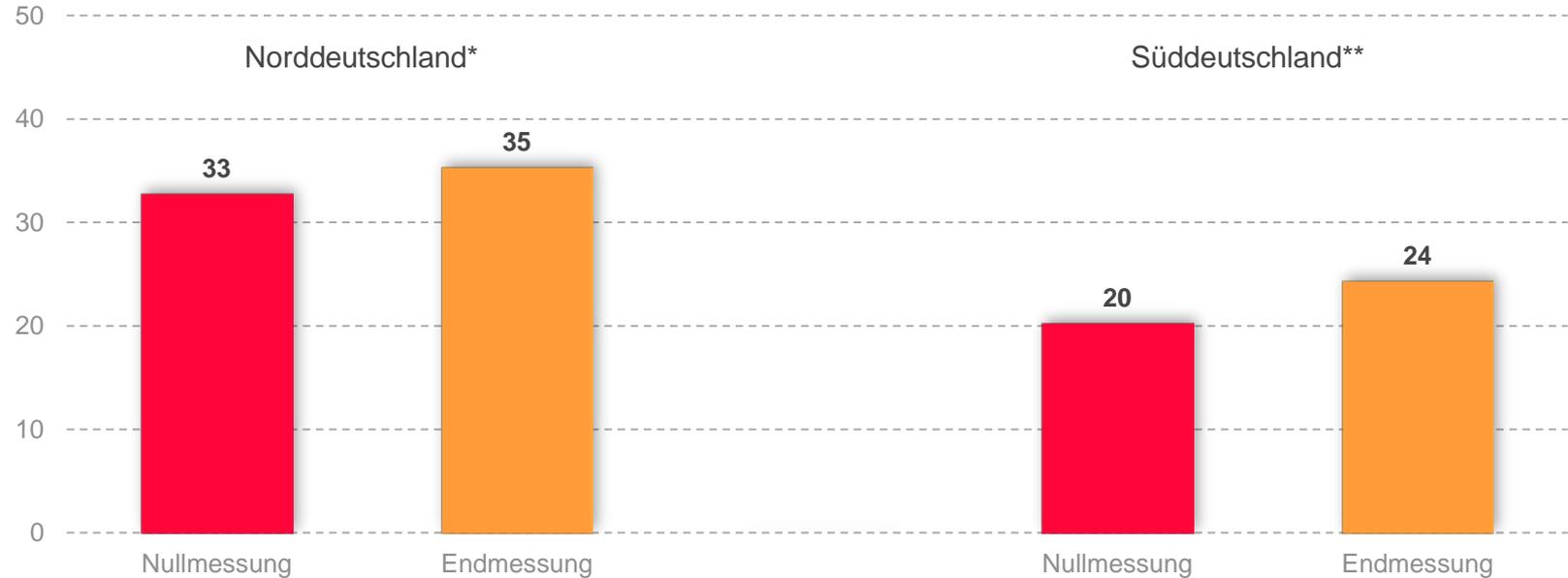


Frage: Nun geht es um das Thema Tourismus. Welche Tourismuszentralen, also Anbieter für Tourismusinformationen, und welche Ferienhausvermittler kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: HHF ab 18 Jahre mit Kind unter 14 Jahren oder mit Partner 35-60 Jahre im Haushalt, häufige SAT.1-Seher oder häufige kabeleins-Seher; *nur in der Endmessung erhoben
Quelle: Trend Research / SevenOne Media

Anstieg sowohl in Nord- als auch Süddeutschland

Gestützte Markenbekanntheit **VisitDenmark**

Angaben in Prozent



Frage: Nun geht es um das Thema Tourismus. Welche Tourismuszentralen, also Anbieter für Tourismusinformationen, und welche Ferienhausvermittler kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: HHF ab 18 Jahre mit Kind unter 14 Jahren oder mit Partner 35-60 Jahre im Haushalt, häufige SAT.1-Seher oder häufige kabeleins-Seher; *Nielsen 1,2,5,6; **restliche Nielsengebiete
Quelle: Trend Research / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

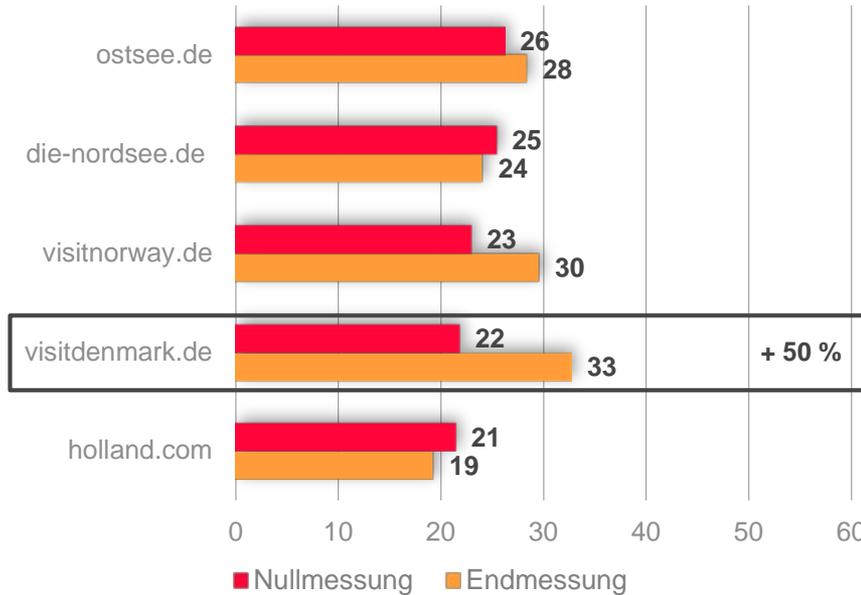
Werbeerinnerung

Nutzung und Nutzungsbereitschaft

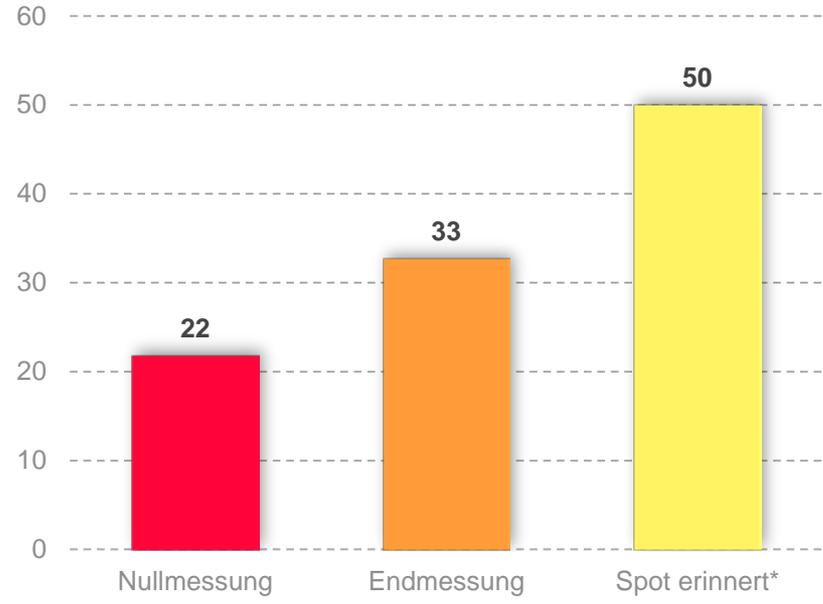
Fazit

Werbeerinnerung insgesamt um 50 Prozent gesteigert

Gestützte Werbeerinnerung
Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung VisitDenmark
Angaben in Prozent



Frage: Für welche der folgenden Tourismuszentralen sowie Ferienhausvermittler haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

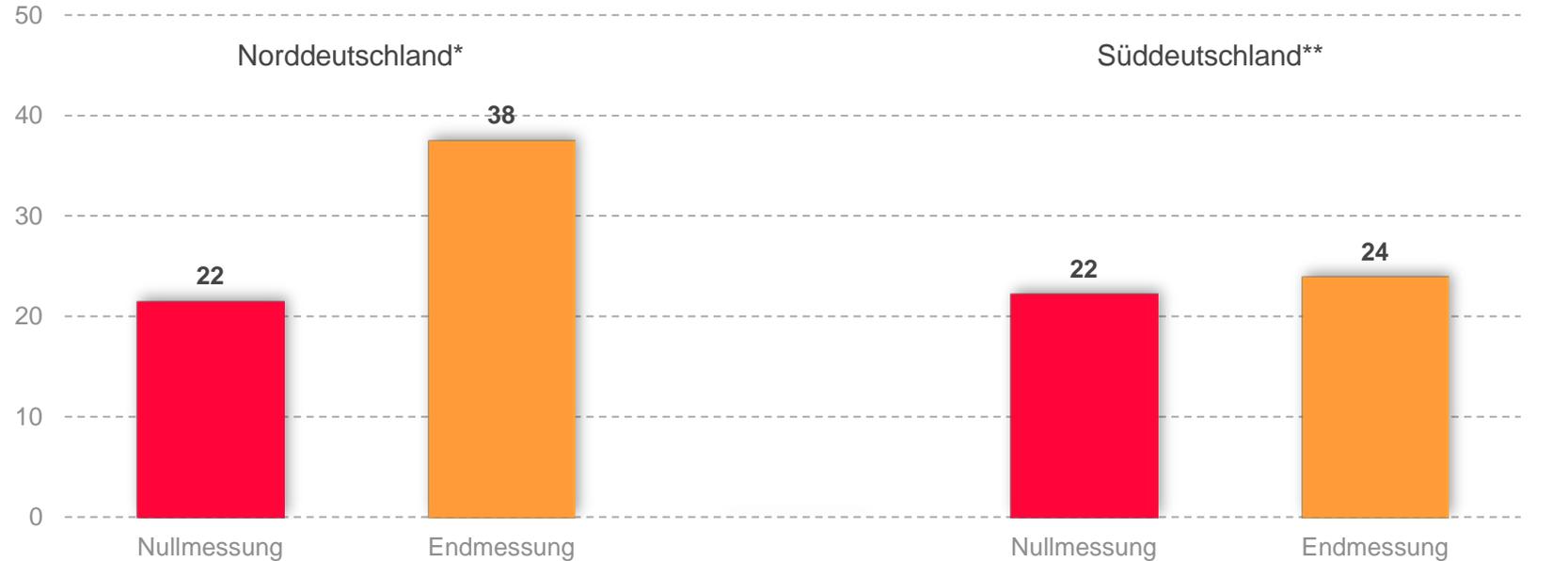
Basis: HHF ab 18 Jahre mit Kind unter 14 Jahren oder mit Partner 35-60 Jahre im Haushalt, häufige SAT.1-Seher oder häufige kabeleins-Seher; *nur in der Endmessung erhoben

Quelle: Trend Research / SevenOne Media

Höheres Niveau und steiler Anstieg der Erinnerung in Norddeutschland

Gestützte Werbeerinnerung **VisitDenmark**

Angaben in Prozent



Frage: Für welche der folgenden Tourismuszentralen sowie Ferienhausvermittler haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

Basis: HHF ab 18 Jahre mit Kind unter 14 Jahren oder mit Partner 35-60 Jahre im Haushalt, häufige SAT.1-Seher oder häufige kabeleins-Seher; *Nielsen 1,2,5,6; **restliche Nielsengebiete

Quelle: Trend Research / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

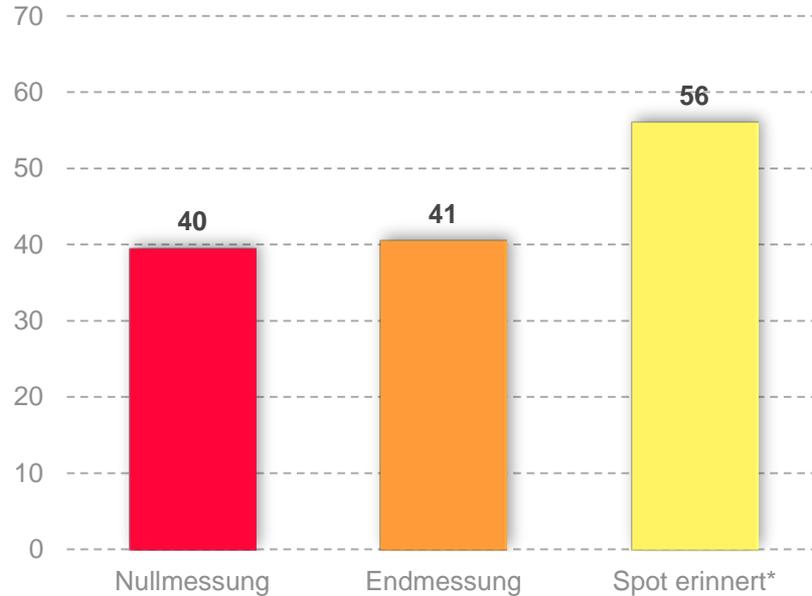
Werbeerinnerung

Nutzung und Nutzungsbereitschaft

Fazit

Spoterinnerer haben die Seite deutlich häufiger genutzt

Nutzung VisitDenmark Angaben in Prozent



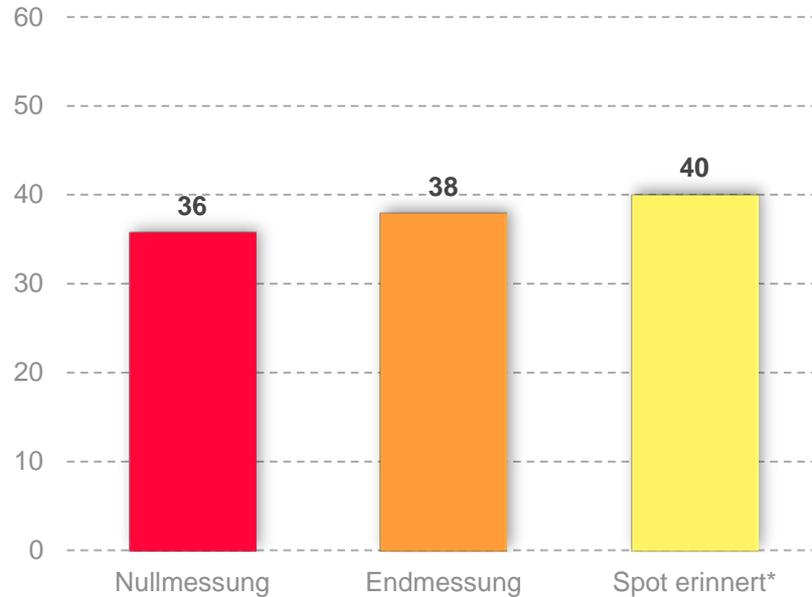
Frage: Sie sagten ja, dass Sie VisitDenmark kennen. Haben Sie VisitDenmark schon einmal für Ihre Reiseplanung oder zur Inspiration genutzt?

Basis: HHF ab 18 Jahre mit Kind unter 14 Jahren oder mit Partner 35-60 Jahre im Haushalt, häufige SAT.1-Seher oder häufige kabeleins-Seher, die VisitDenmark kennen; *nur in der Endmessung erhoben

Quelle: Trend Research / SevenOne Media

Nutzungsbereitschaft am höchsten bei Spoterinnerern

Nutzungsbereitschaft **VisitDenmark** – ja, sicher
Angaben in Prozent



Frage: Mal angenommen, Sie möchten eine Reise nach Dänemark buchen. Käme VisitDenmark als Informationsportal dann für Sie in Betracht?

Basis: HHF ab 18 Jahre mit Kind unter 14 Jahren oder mit Partner 35-60 Jahre im Haushalt, häufige SAT.1-Seher oder häufige kabeleins-Seher, die VisitDenmark noch nicht genutzt haben; *nur in der Endmessung erhoben Quelle: Trend Research / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Nutzung und Nutzungsbereitschaft

Fazit

Fazit

- Die Kampagne hat sehr gut gewirkt: VisitDenmark profitiert von dem TV-Einsatz.
- Markenbekanntheit und Werbeerinnerung werden deutlich gesteigert.
- Auch bei der Nutzung gibt es positive Effekte.
- Besonders gut fallen die Ergebnisse bei denjenigen aus, die eins oder mehrere Motive der Kampagne schon mal gesehen haben. Auch bei norddeutscher Bevölkerung gibt es einen stärkeren Impact.

Fazit

TV bietet für Tourismusanbieter eine ideale Plattform. Die Ergebnisse zeigen, dass innerhalb kurzer Zeiträume klare Wirkungsanstiege erzielt werden können.

Kontakt

Franziska Rochau

Senior Research Manager

SevenOne Media GmbH

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