

The background is a dark field filled with a grid of small dots in red and cyan. A prominent wave-like pattern of these dots flows from the top center towards the right side of the frame, creating a sense of movement and depth.

# SAMSUNG – THE VOICE OF GERMANY

Begleitforschung Placements



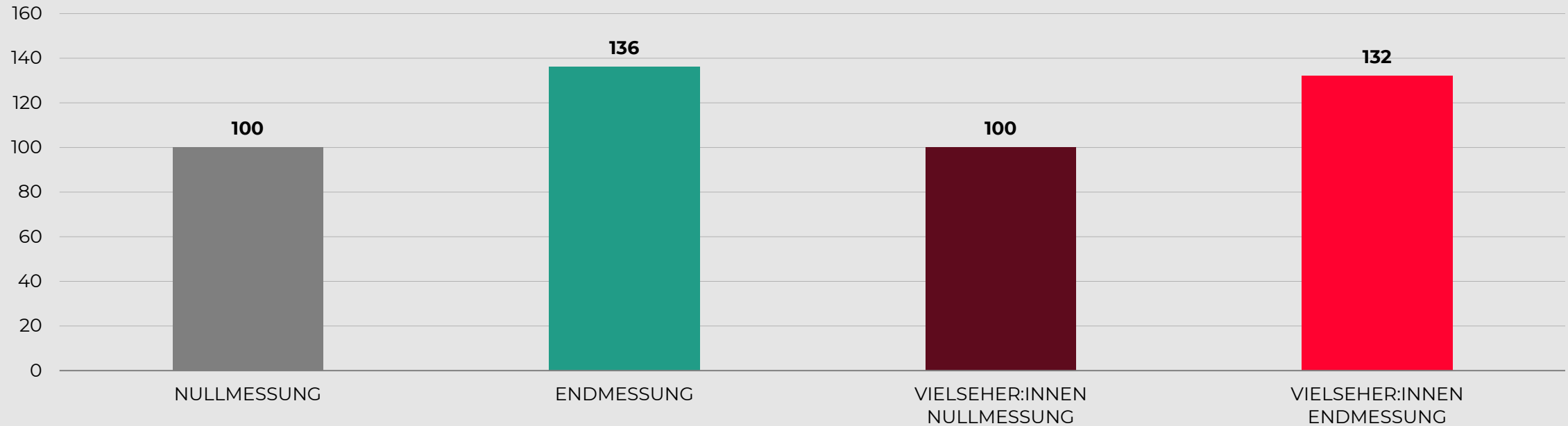
# STECKBRIEF

<b>Auftraggeber</b>	SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	Payback
<b>Grundgesamtheit</b>	Erwachsene 18-49 Jahre
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogen
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 28. Juli – 02. August 2022 // Endmessung: 07. – 10. November 2022
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n = 1.064 // Endmessung: n = 1.049
<b>Wirkungsmaße</b>	Gestützte Bekanntheit Samsung Galaxy Z Flip 4, Kaufbereitschaft Samsung Galaxy Z Flip 4, Placementerinnerung, Bewertung Placement, Recognition Branded Content, Recognition Cut In

# BEKANNTHEIT STEIGT IM ZEITVERLAUF UND MIT DEM INVOLVEMENT

## GESTÜTZTE BEKANNTHEIT SAMSUNG GALAXY Z FLIP 4

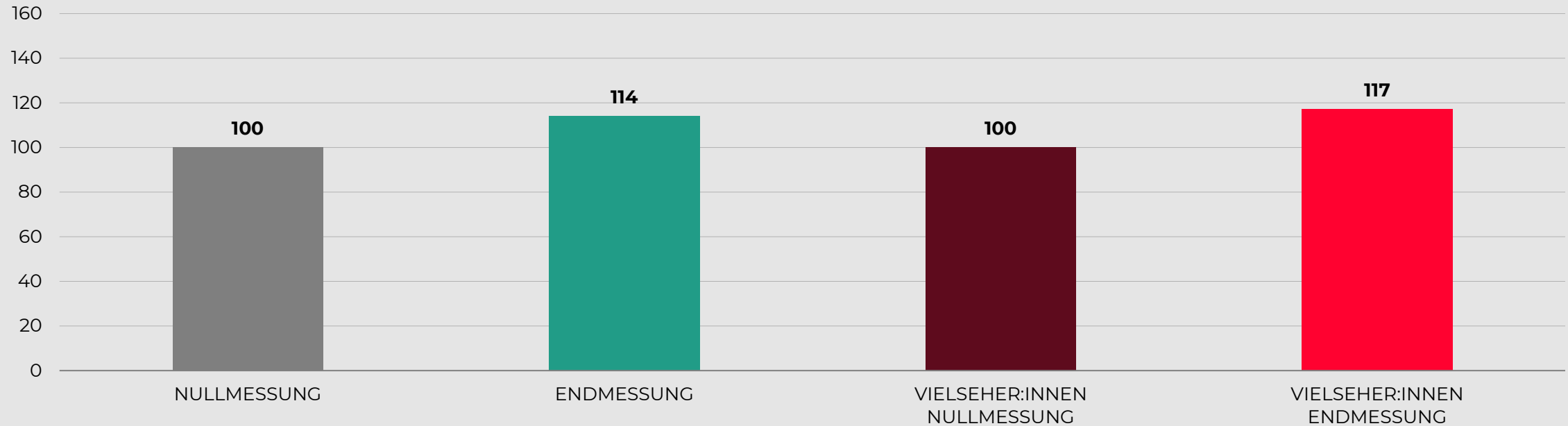
Angaben als Index



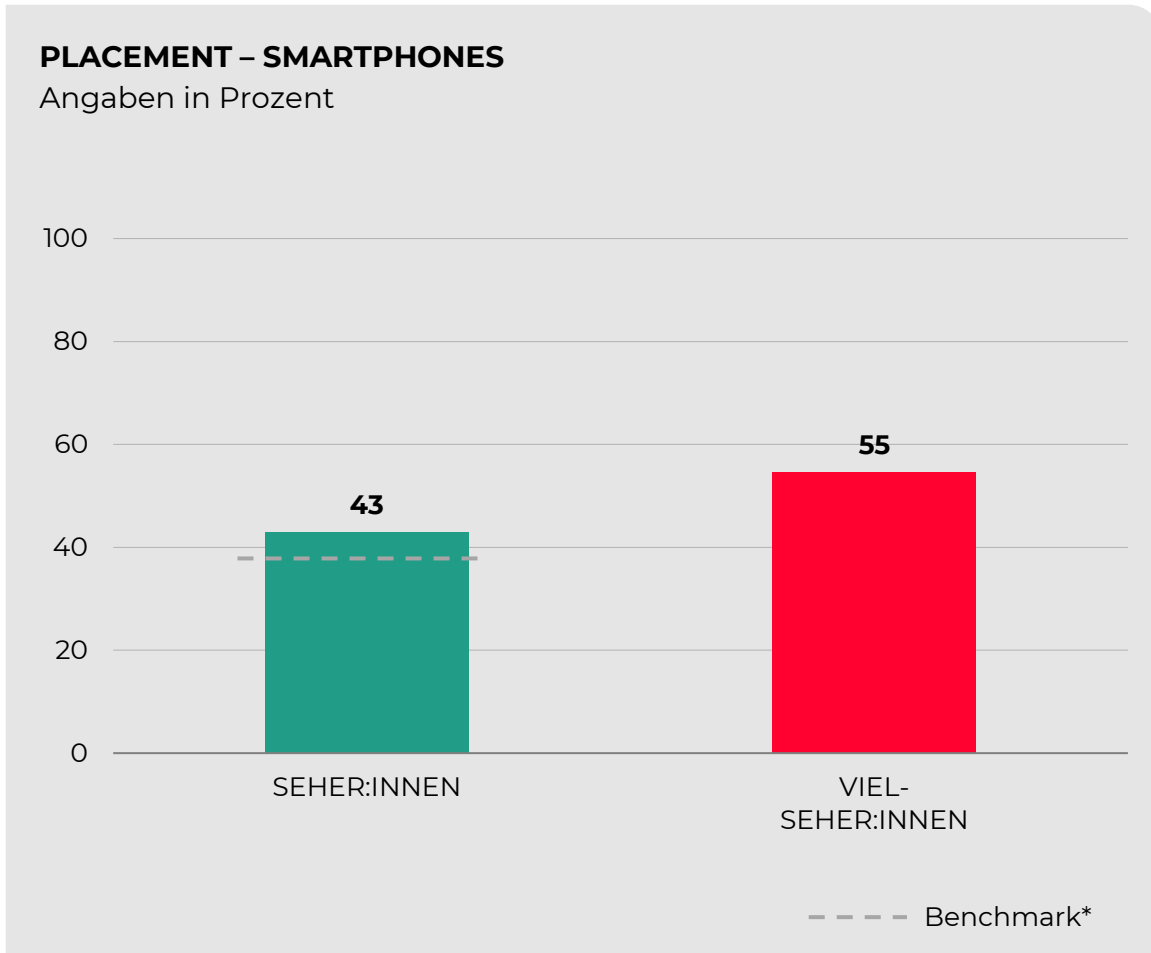
# KAUFBEREITSCHAFT NIMMT IM ZEITVERLAUF ZU

## KAUFBEREITSCHAFT SAMSUNG GALAXY Z FLIP 4

Angaben als Index, Top2 (ja, sicher / ja, vielleicht)



# DAS PLACEMENT WIRD GUT ERINNERT



# PLACEMENTS WAREN EIN INTERESSANTER VERBRAUCHERHINWEIS

## BEWERTUNG PLACEMENT SAMSUNG

Angaben in Prozent (Top2)

...waren ein interessanter Hinweis für den Verbraucher.

...passten gut zur Sendung.

...haben mir gefallen.

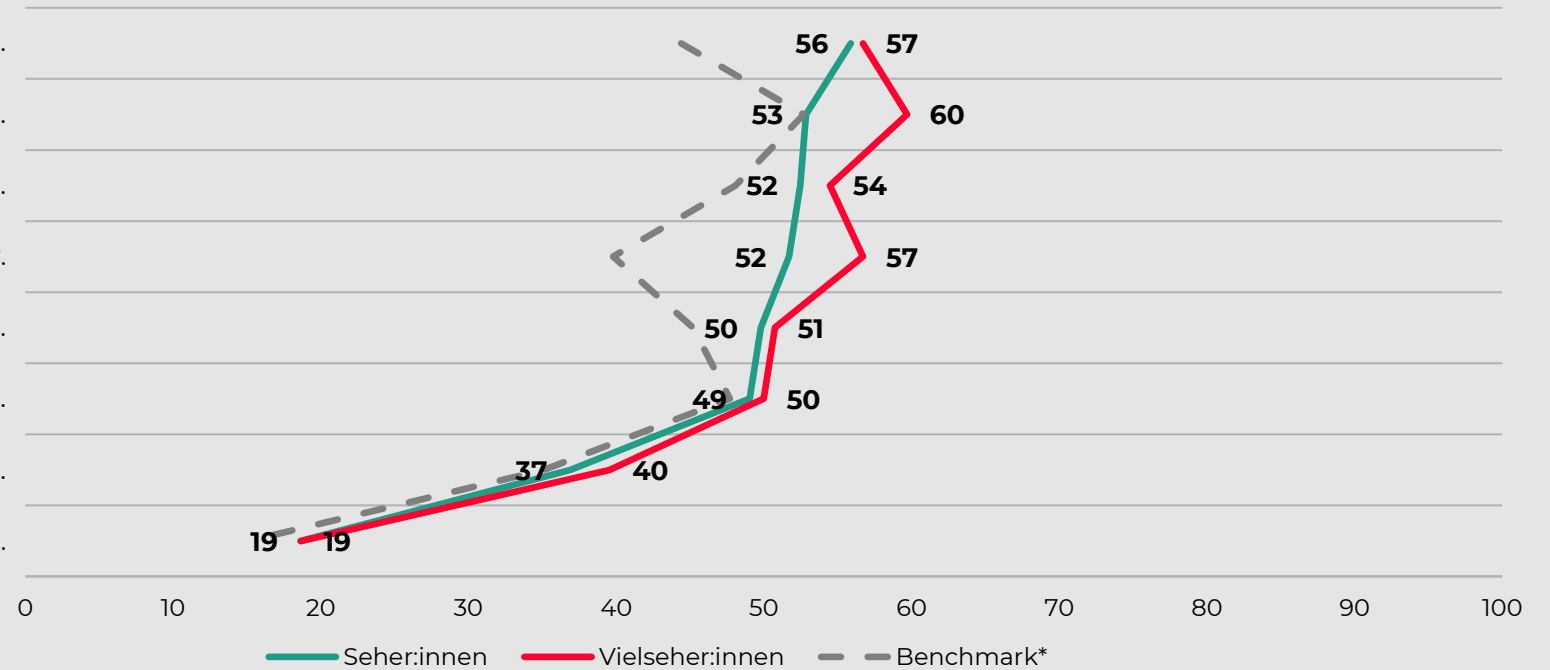
...waren innovativ.

...machten neugierig.

...wirkten glaubwürdig.

...machten die Sendung authentisch.

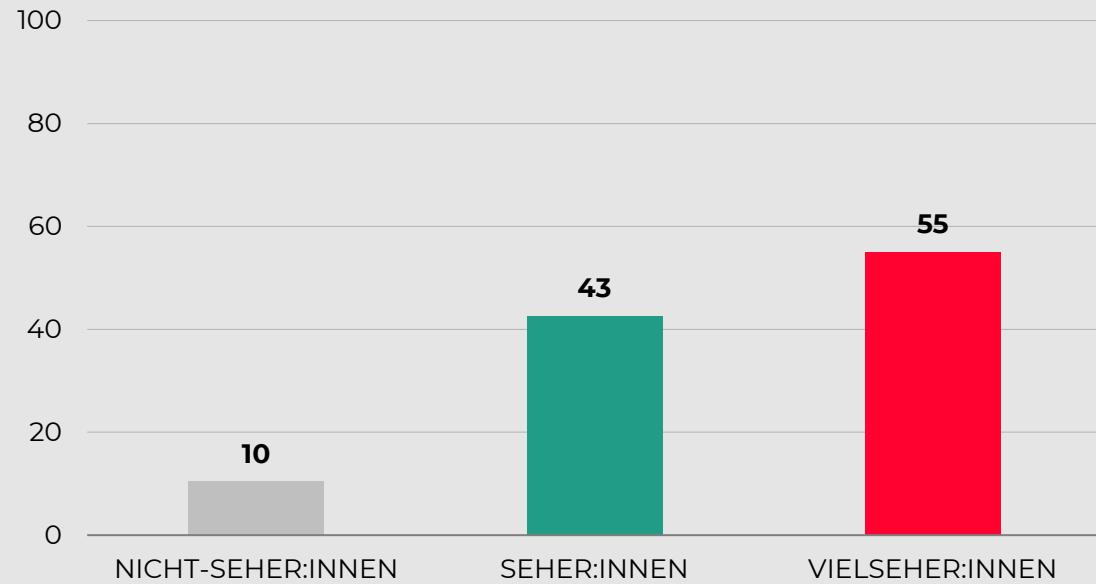
...waren störend.



# BIS ZU 55 PROZENT ERINNERN SICH AN WEITERE WERBEMAßNAHMEN

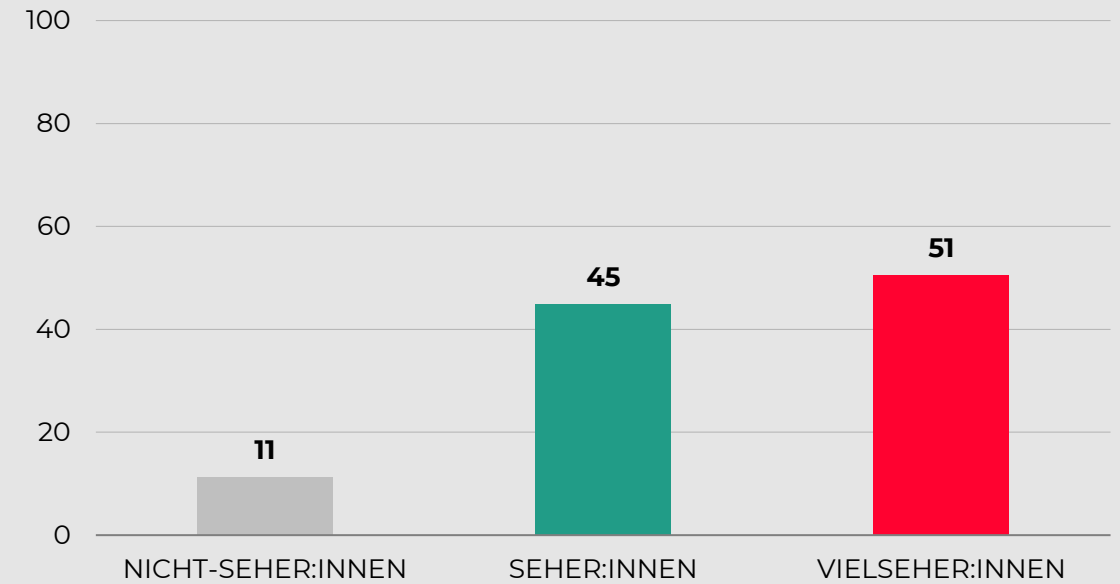
## RECOGNITION BRANDED CONTENT

Angaben in Prozent



## RECOGNITION CUT IN

Angaben in Prozent



# KEY FACTS

- Die Bekanntheit des Samsung Galaxy Z Flip 4 steigt sowohl im Zeitverlauf als auch mit dem Involvement.
- Ebenso verhält es sich mit der Kaufbereitschaft, Vielseher:innen sind nach Abschluss des Engagements häufiger bereit das Smartphone zu kaufen.
- 56 Prozent erinnern sich an das Placement bzw. die Ausstattungen in der Sendung. Das Placement Produkt Smartphone (43 Prozent) wird deutlich häufiger erinnert als die Ausstattungsprodukte (27 bis 29 Prozent).
- Insgesamt waren die integrierten Produkte ein interessanter Hinweis für die Verbraucher und haben gut in die Sendung gepasst. Dabei liegt die Bewertung auf oder über Benchmarkniveau.

## Fazit

Die Marken-KPIs des Samsung Galaxy Z Flip 4 profitieren von dem Engagement bei The Voice of Germany. Das Placement wird auf Anhieb gut erinnert und auch überdurchschnittlich gut bewertet.



Advertising and Media Research

# JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

[jennifer.osterhold@seven.one](mailto:jennifer.osterhold@seven.one)

