

The background is a dark field filled with a grid of small red and cyan dots. A path of these dots starts from the top center and curves downwards and to the right, creating a sense of movement and depth.

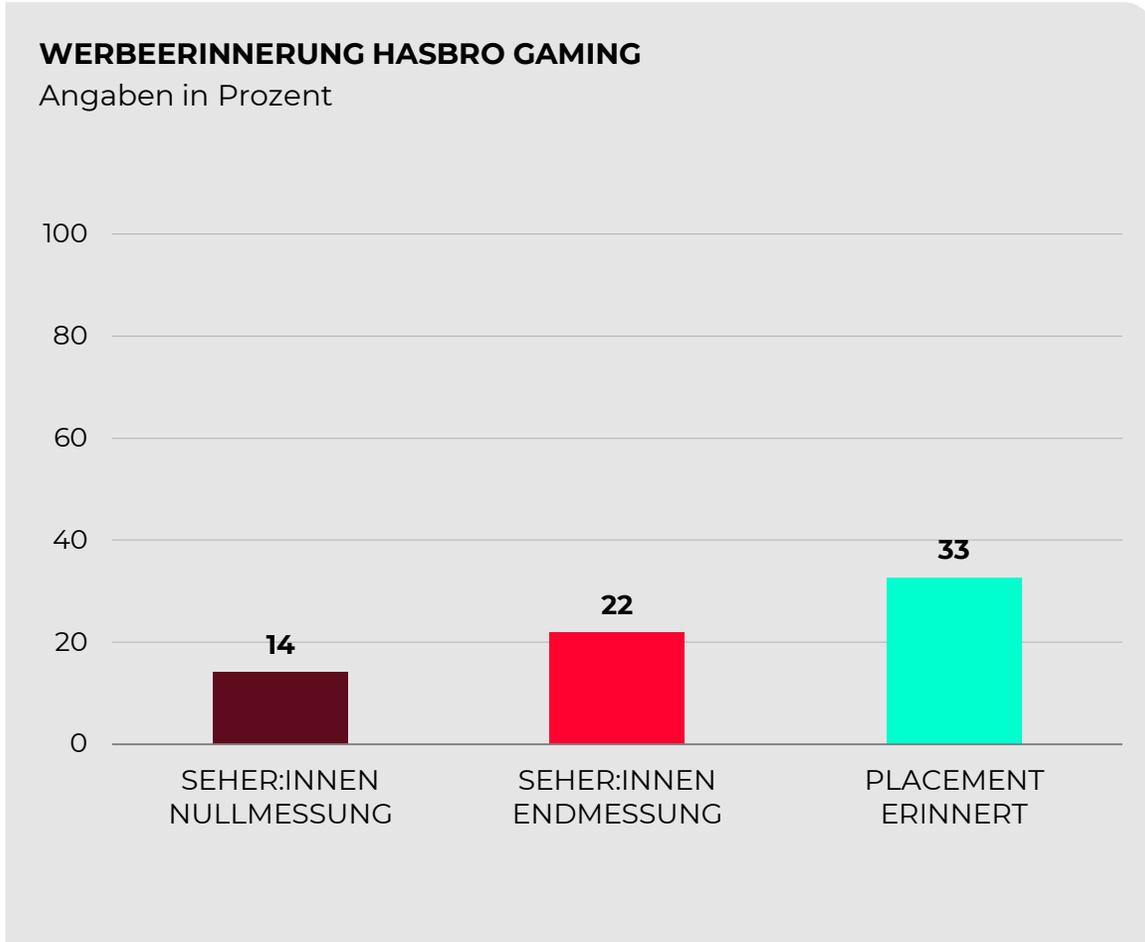
HASBRO GAMING – THE VOICE KIDS 2021

Begleitforschung Placements

STECKBRIEF

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Erwachsene 18-49 Jahre, strukturgleich nach Alter und Geschlecht je Messung
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogen
Zeitraum	Nullmessung: 18.-21. Februar 2021 // Endmessung: 06.-09. April 2021
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.170 / Teilstichprobe Seher:innen: n = 449 Endmessung: n = 1.095 / Teilstichprobe Seher:innen: n = 437
Wirkungsmaße	Gestützte Werbeerinnerung, Image Hasbro, Placementerinnerung, Bewertung Placement

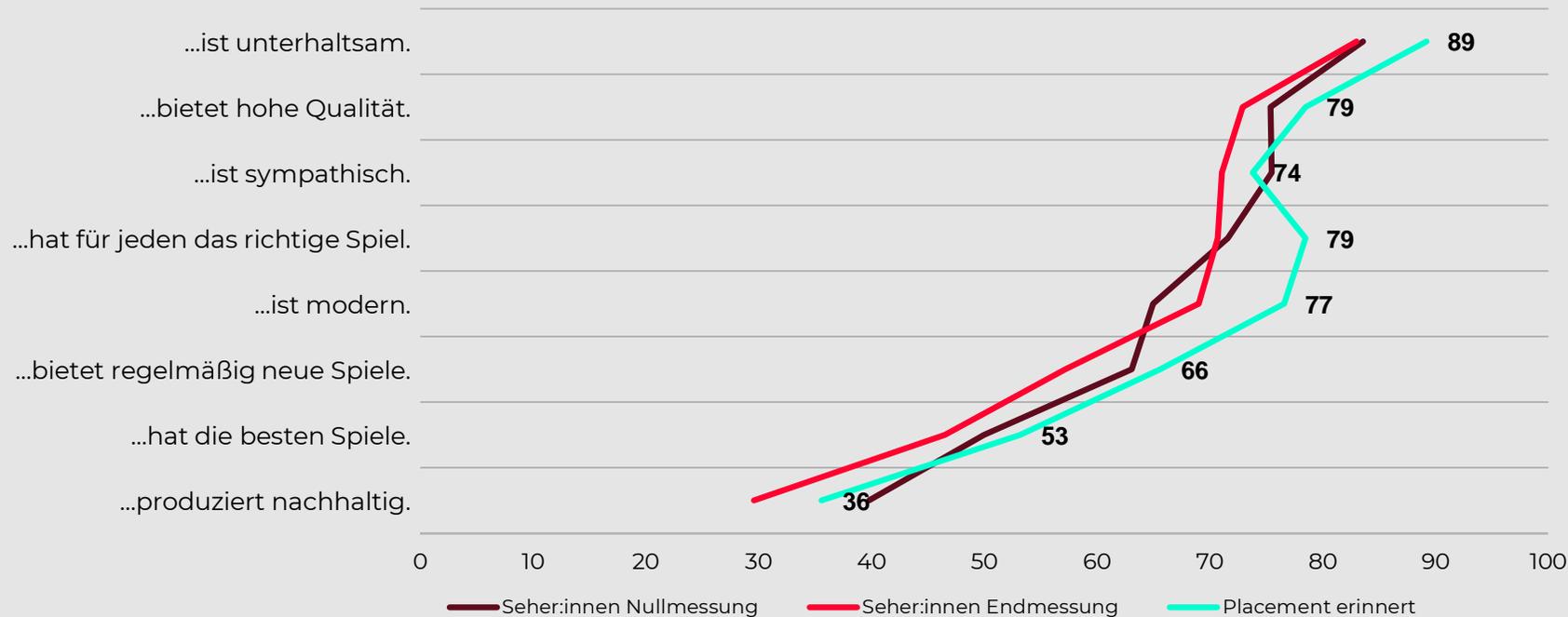
WERBEERINNERUNG STEIGT IM ZEITVERLAUF



PLACEMENTERINNERER:INNEN SEHEN HASBRO NOCH POSITIVER

IMAGE HASBRO GAMING

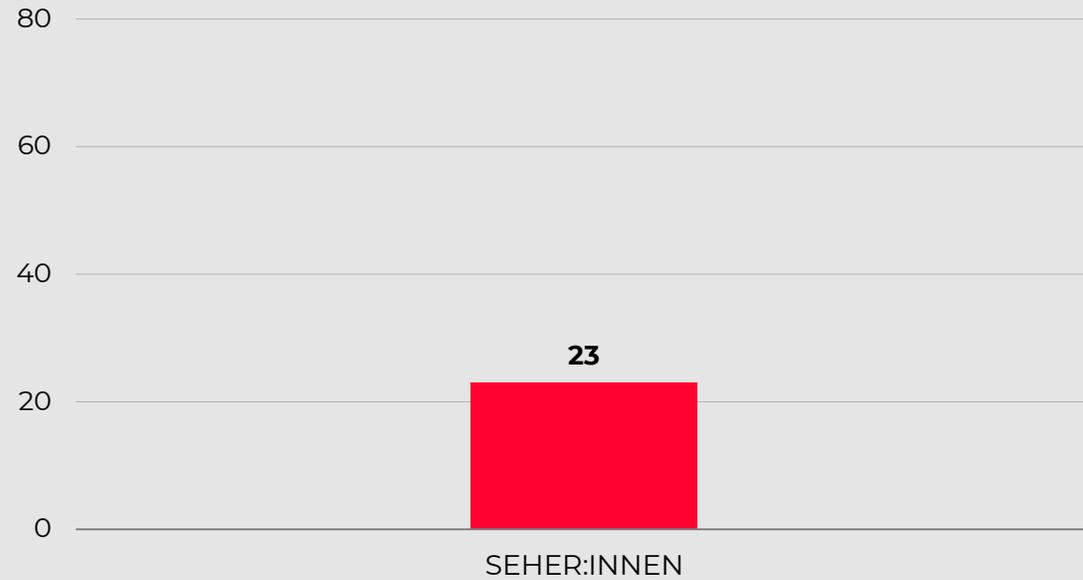
Angaben in Prozent (Top2), ohne KA-Option



23 PROZENT ERINNERN SICH AN DAS PLACEMENT VON HASBRO GAMING

GESTÜTZTE PLACEMENTERINNERUNG – HASBRO GAMING

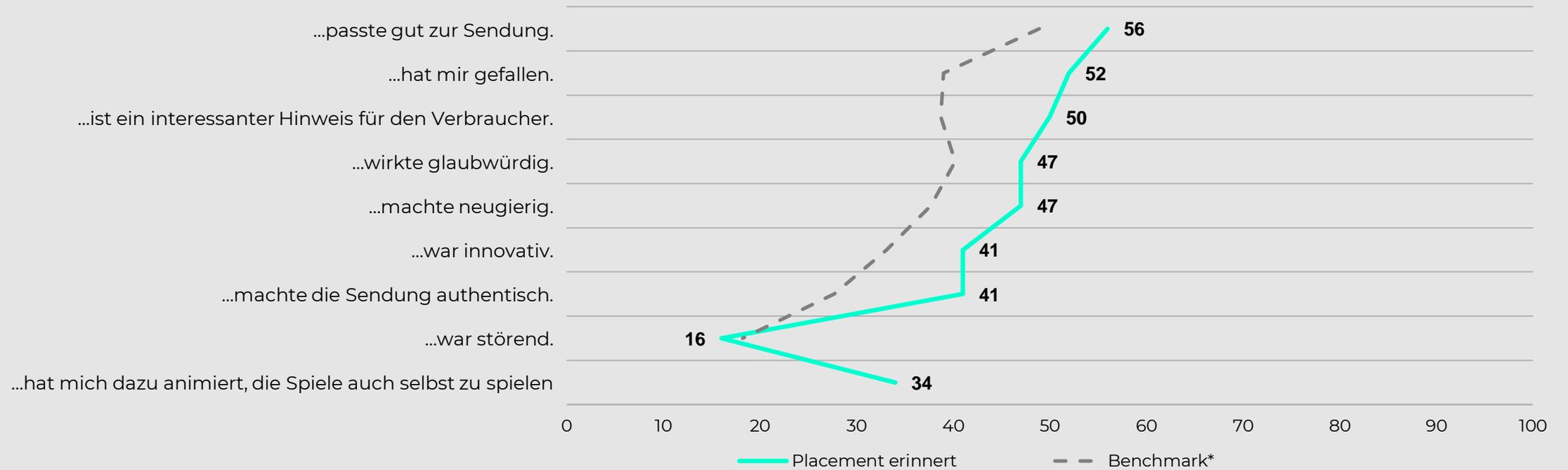
Angaben in Prozent



PLACEMENT WIRD DEUTLICH ÜBER BENCHMARK BEWERTET

BEWERTUNG PLACEMENT – HASBRO GAMING

Angaben in Prozent (Top2)



KEY FACTS

- Die Werbeerinnerung für den Spielehersteller steigt im Zeitverlauf und mit dem Involvement - ein Drittel der Placementerinnerer:innen kann sich auch an Werbung für Hasbro Gaming erinnern.
- Insgesamt genießt Hasbro Gaming ein sehr positives Image, wobei das Placement einen guten Einfluss auf die Bewertung hat.
- Knapp ein Viertel erinnert sich an die Placements von Hasbro Gaming. Diese werden insgesamt sehr positiv und deutlich über der Benchmark bewertet. Insbesondere passen die Placements gut zur Sendung und haben den Seher:innen gefallen.

Fazit

Die Einbindung der Spiele-Ecke kommt gut bei den Befragten an. Insbesondere die Werbeerinnerung profitiert von der Integration. Das Placement selbst wird durch seine sehr native Einbindung zwar nicht überdurchschnittlich gut erinnert, es wird jedoch überaus gut bewertet und schärft das Image der Marke.

Advertising and Media Research

JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

jennifer.osterhold@seven.one

