

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

ING  DiBa

TOLERANCE  
DAY 

Berlin, August 2011

# ING-DiBaTolerance Day-Sponsoring

Ergebnisse der Begleitforschung



---

**Steckbrief**

---

**Bewertung Aktion Tolerance Day**

---

**Awareness**

---

**Image**

---

**Fazit**

---

<b>Grundgesamtheit</b>	<p><b>Testgruppe:</b> Deutschsprachige Personen zwischen 20 und 49 Jahren, die mindestens eine Sendung auf ProSieben am 8. April 2011 zwischen 17.00 und 23.00 Uhr gesehen haben</p> <p><b>Kontrollgruppe:</b> Deutschsprachige Personen zwischen 20 und 49 Jahren, die keine der o.g. Sendung gesehen haben</p>
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsauswahl im Rahmen des forsa omninet-Panels.
<b>Erhebungsform</b>	Inhouse-Onlinebefragung am PC oder per Set-Top-Box am TV-Bildschirm anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Stichprobe</b>	Testgruppe n=280; Kontrollgruppe n= 103
<b>Feldzeit</b>	Testgruppe: 08.-09.04.2011 Kontrollgruppe: 07.-08.04.2011 vor 17Uhr

---

---

**Steckbrief**

---

**Bewertung Aktion „Tolerance Day“**

---

**Awareness**

---

**Image**

---

**Fazit**

# Der ProSieben Tolerance Day“

Enjoy Difference. Start Tolerance



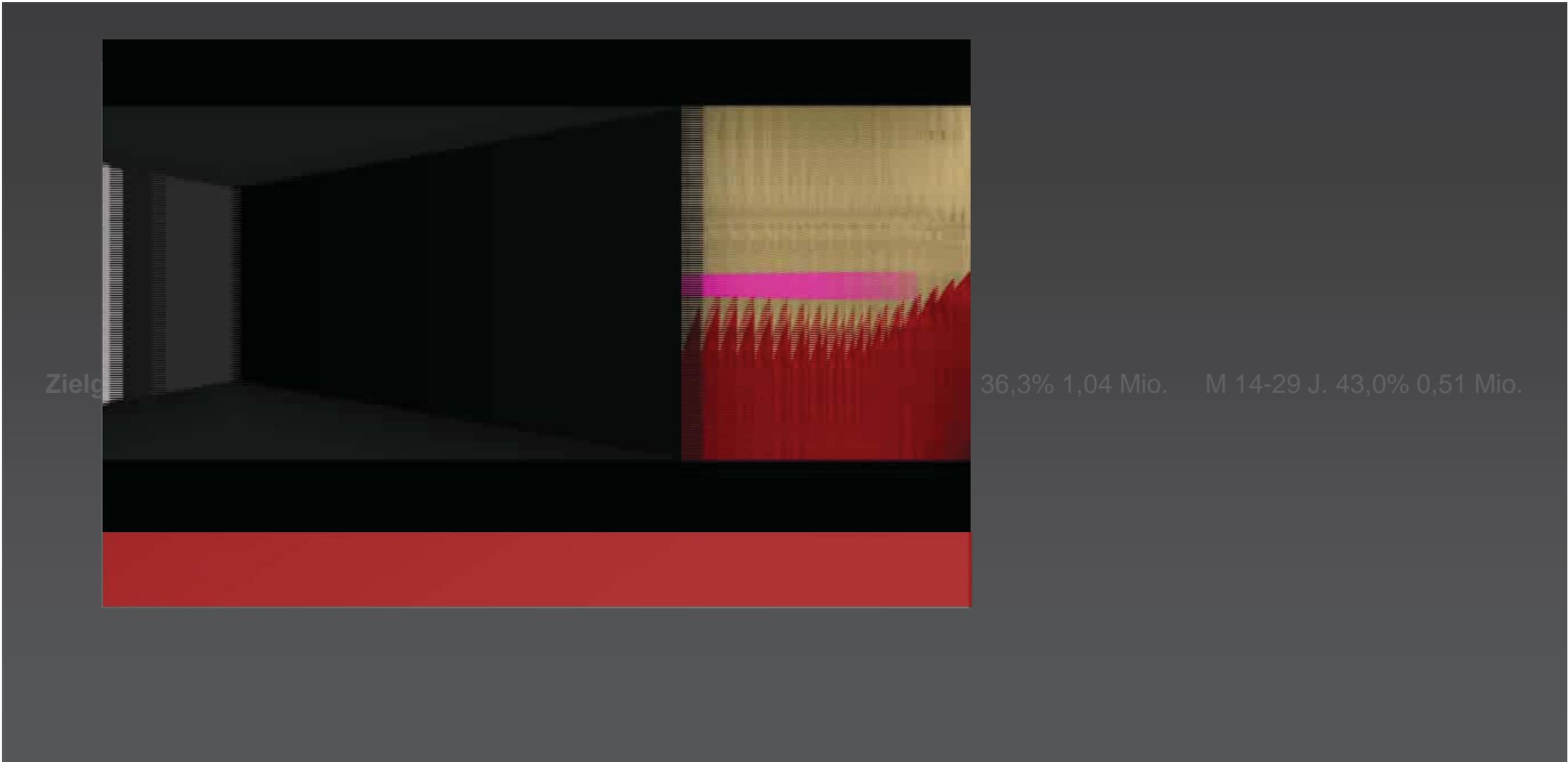
## Der „Tolerance Day“ auf ProSieben

Wir machen Yoga und Fernreisen, genießen exotische Speisen und vernetzen uns via Facebook oder anderen Netzwerken mit der ganzen Welt.

Doch wie gehen wir mit fremden Kulturen, Bräuchen und Meinungen im eigenen Land um? Und wo liegen die Grenzen des Tolerierbaren?

Als erster TV-Sender greift ProSieben das Thema Toleranz auf und ruft am 08.04. den **Tolerance Day** aus: mit zahlreichen Berichten in den ProSieben-Magazinen, dem Spielfilm-Highlight „Die Welle“ (DEA), der eigens produzierten Dokumentation „Der große Toleranz-Test“ (DEA) und einer umfassenden Social Campaign mit den Sendergesichtern, die flankierend vom 25.03. bis zum 30.04. zu sehen ist.







Zielg

9 J. 36,3% 1,04 Mio. M 14-29 J. 43,0% 0,51 Mio.

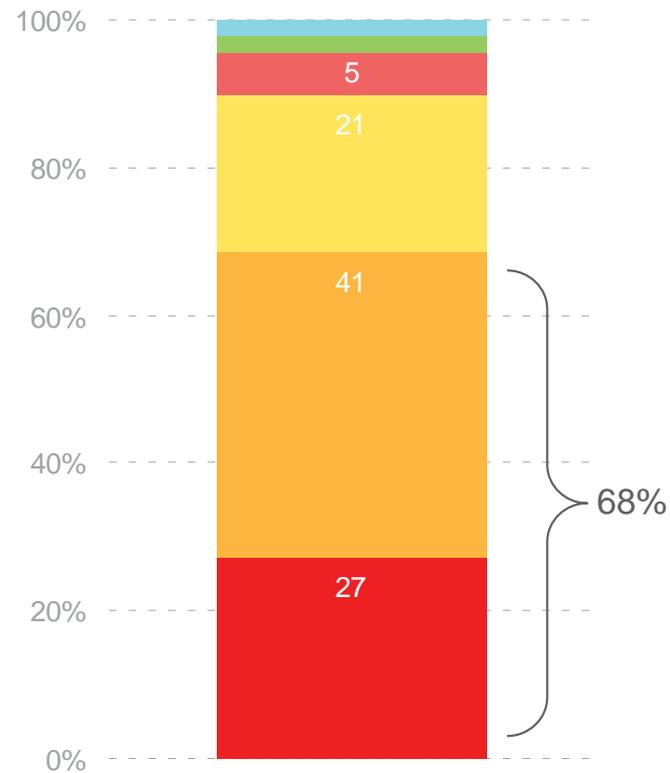
## Marktanteil und Reichweite „Die Welle“ Angaben in Prozent und Mio.

Zielgruppe	Marktanteil	Reichweite
E 14-49 J.	20,4%	2,38 Mio.
E 14-29 J.	36,3%	1,04 Mio.
M 14-29 J.	43,0%	0,51 Mio.

Basis: Alle Fernsehhaushalte, Fernsehpanel D+EU, 08.04.2011 („Die Welle“, 20:15-22:15 Uhr)  
Zielgruppe: Basis E 14-49 Jahre (falls nichts anderes angegeben)  
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung / TV Scope / SevenOne Media



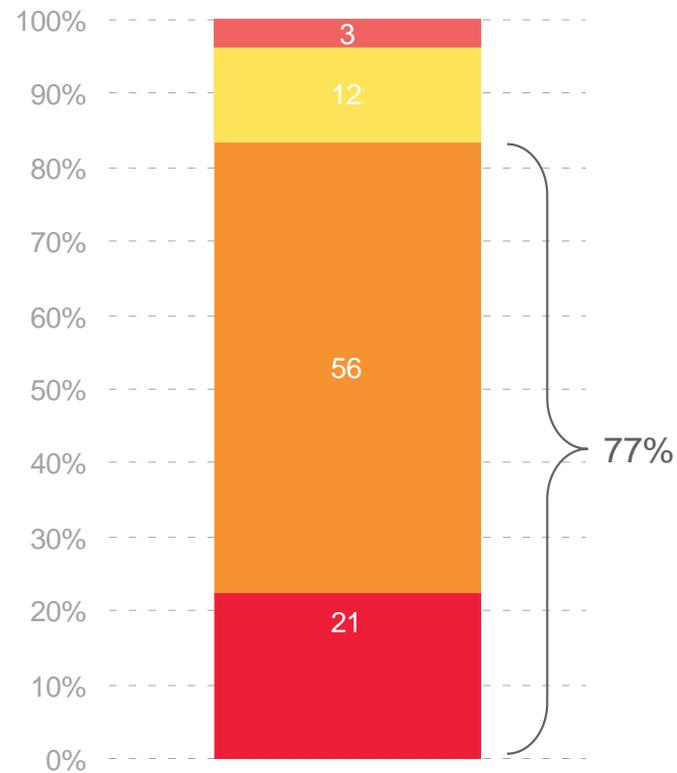
## Gefallen Aktion Tolerance Day Angaben in Prozent



■ 1 sehr gut ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 sehr schlecht

ProSieben hat das Thema Toleranz aufgegriffen und am 08.04. den „Tolerance Day“ ausgerufen: ...“. Wie gefällt Ihnen diese Aktion alles in allem?  
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)  
Quelle: forsa | SevenOne Media

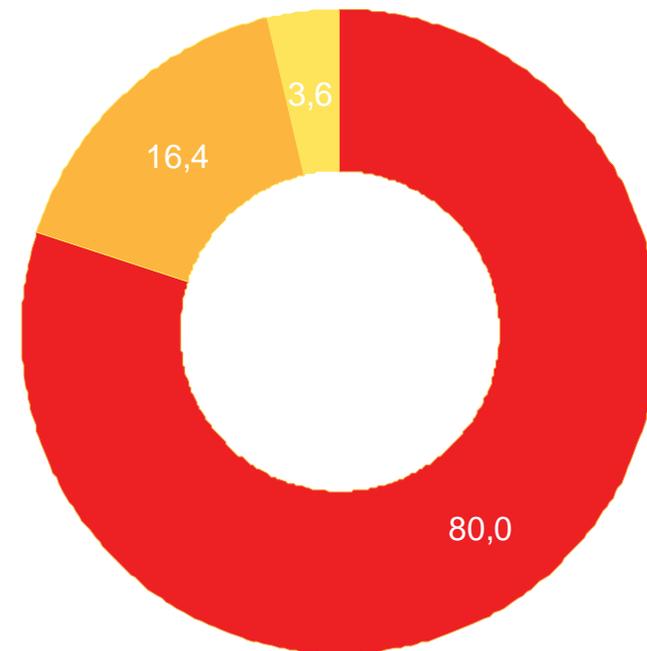
## Fitting Aktion Tolerance Day & ProSieben Angaben in Prozent



■ sehr gut ■ gut ■ weniger gut ■ gar nicht

Wie gut passt Ihrer Meinung nach so eine Aktion zu ProSieben?  
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)  
Quelle: forsa. | SevenOne Media

## Beurteilung weiterer Aktionen auf ProSieben Angaben in Prozent



- finde ich (eher) gut, würde ich befürworten
- finde ich eher überflüssig
- weiß nicht

Wie würden Sie es finden, wenn ProSieben in Zukunft häufiger sein Programm einen Tag lang einem bestimmten gesellschaftlich wichtigen Thema widmen würde?  
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)  
Quelle :forsa. | SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Bewertung Aktion Tolerance Day**

---

**Awareness**

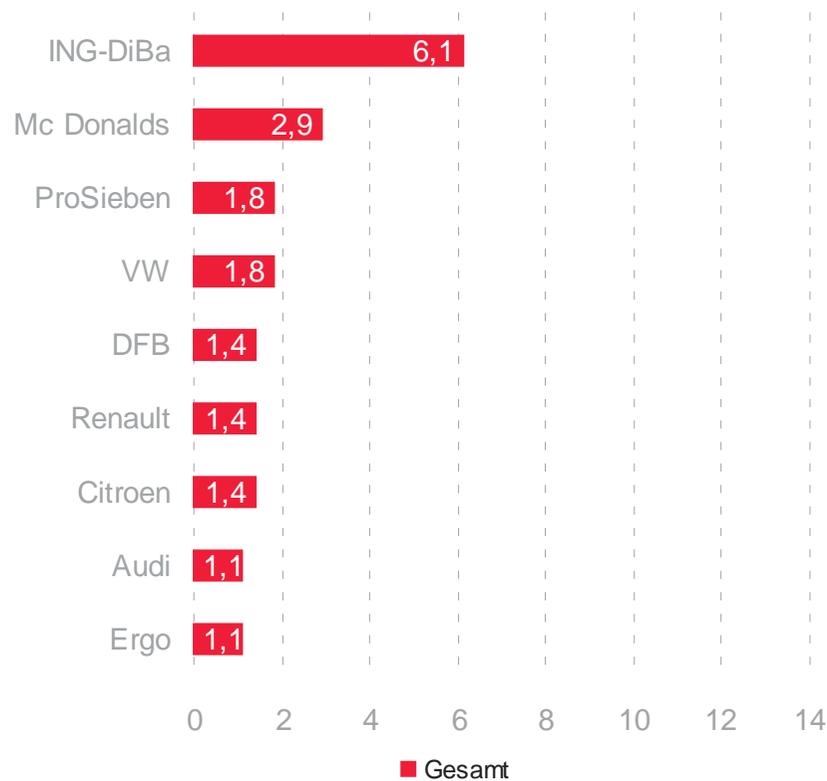
---

**Image**

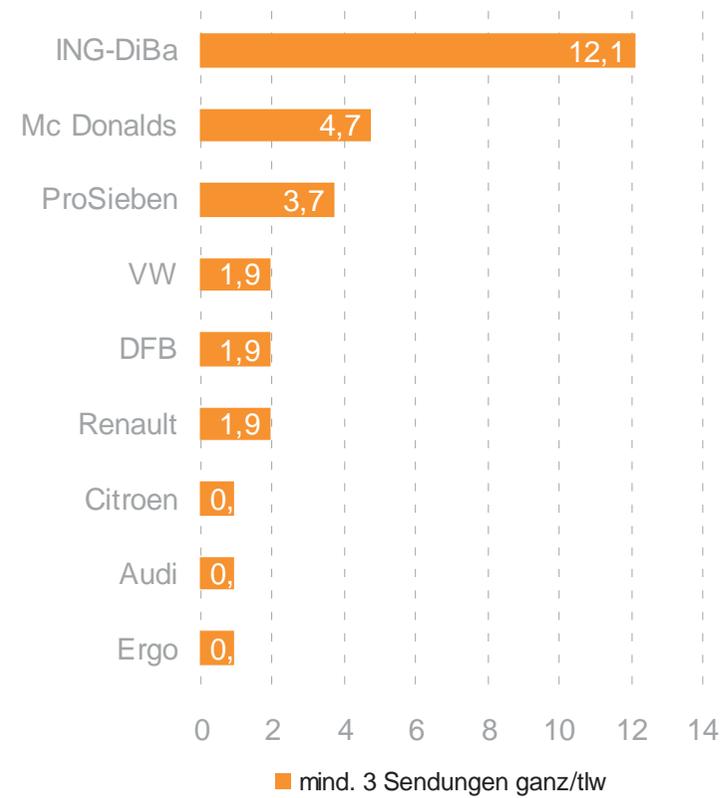
---

**Fazit**

**Ungestützte Werbeerinnerung**  
Angaben in Prozent (Nennungen > 1 Prozent)



**Ungestützte Werbeerinnerung**  
Angaben in Prozent (Nennungen > 1 Prozent)

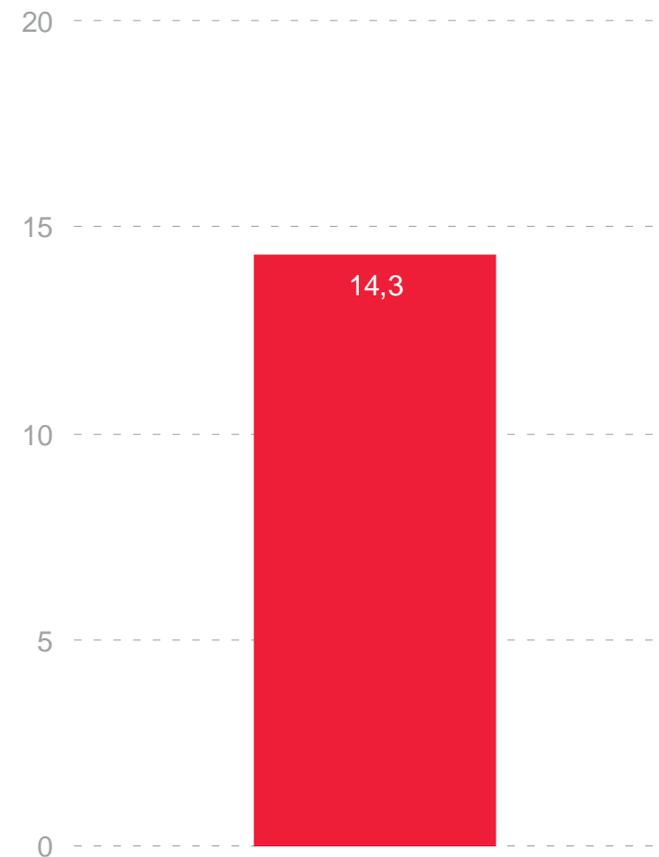


Können Sie sich noch erinnern, für welche Produkte und Marken rund um die Sendungen und dem Spielfilm geworben wurde? Bitte geben Sie alle Marken/Produkte an, die Ihnen einfallen.

Basis: Erwachsene 20-49J (n=280) Quelle: forsa. | SevenOne Media



## Ungestützte Sponsor Erinnerung Angaben in Prozent

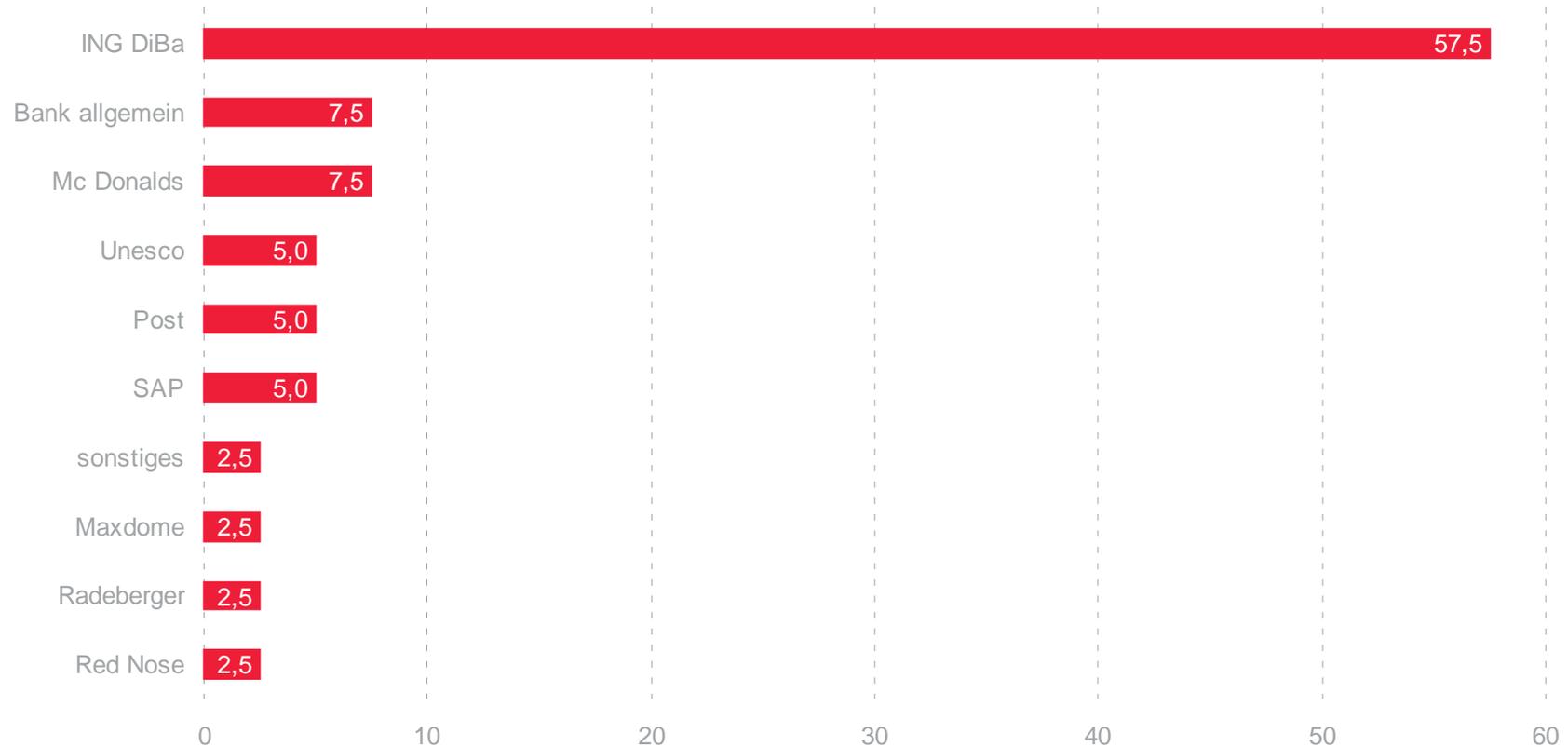


Ist Ihnen beim „Tolerance Day“ auf ProSieben ein Programmsponsor aufgefallen, also ein Unternehmen, das den „Tolerance Day“ präsentiert?

Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)

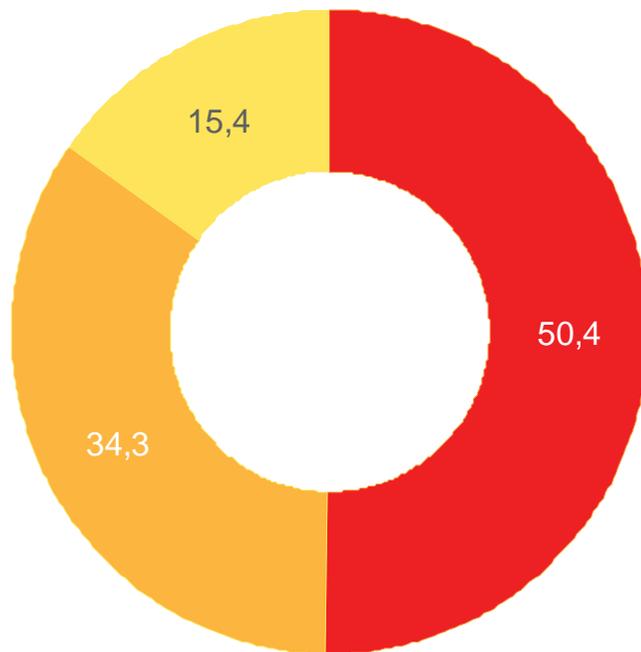
Quelle: forsa. | SevenOne Media

## Ungestützte Sponsorerinnerung Angaben in Prozent



Welches Unternehmen ist das?  
Basis: Erwachsene 20-49J, die sich ungestützt an einen Sponsor erinnern konnten (n=40)  
Quelle: forsa. | SevenOne Media

## Bildgestützte Sponsor Erinnerung Angaben in Prozent



■ ja   ■ nein   ■ weiß nicht/bin mir unsicher



Der „Tolerance Day“ auf ProSieben wurde von ING-DiBa präsentiert. Auf den folgenden Seiten sehen Sie ein paar Ausschnitte des Sponsorhinweises. Ist Ihnen der Sponsorhinweis von ING-DiBa bei den Sendungen rund um den „Tolerance Day“ aufgefallen?  
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280); Quelle: forsa. | SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Bewertung Aktion Tolerance Day**

---

**Awareness**

---

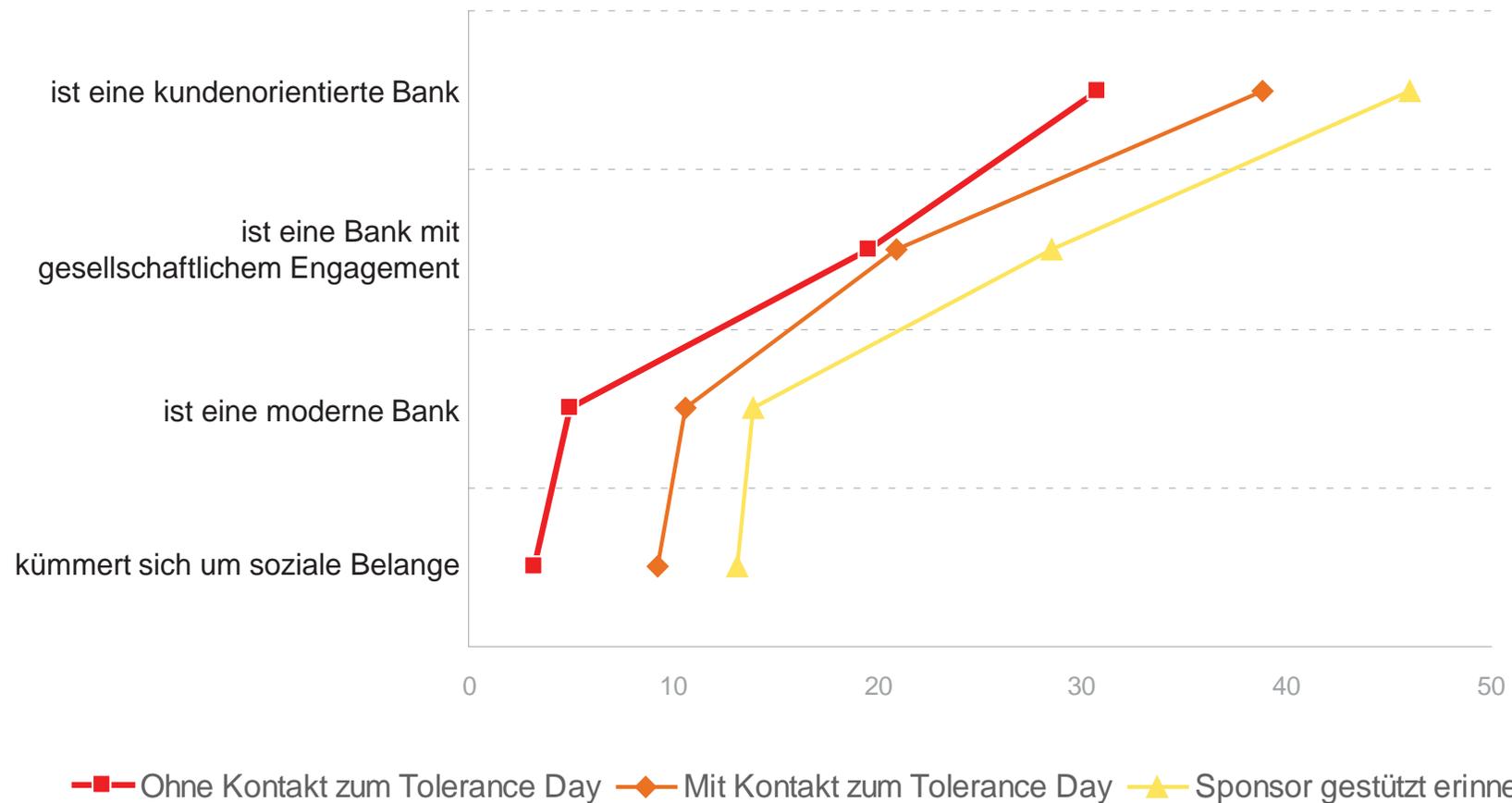
**Image**

---

**Fazit**

## Imageprofil ING-DiBa

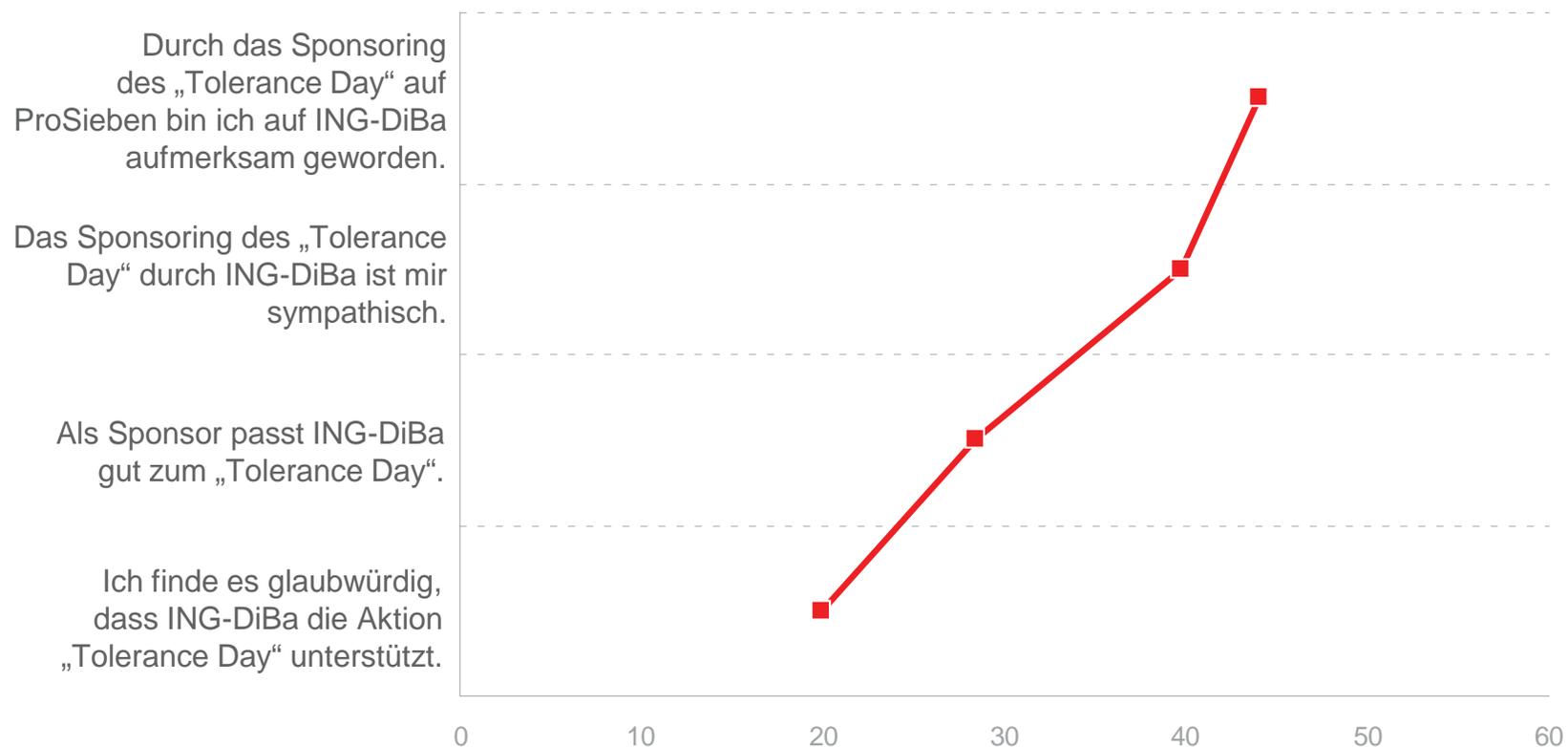
Angaben in Prozent (TopTwo= stimme voll und ganz zu / stimme zu)



Im Folgenden sind einige Aussagen zur ING-DiBa aufgeführt. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit diese Aussagen Ihrer Meinung nach auf die ING-DiBa zutreffen.  
 Basis: Erwachsene 20-49 Jahre, die ING-DiBa zumindest dem Namen nach kennen (n=273)  
 Quelle: forsa | SevenOne Media

## Aussagen zum Sponsoring

Angaben in Prozent (TopTwo= stimme voll und ganz zu / stimme zu)



„Sie haben ja gerade angegeben, dass Ihnen der Sponsorhinweis von ING-DiBa zum „Tolerance Day“ aufgefallen ist. Sie sehen auf den nächsten Seiten einige Aussagen dazu. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie den Aussagen zustimmen. Basis: Erwachsene 20-49 Jahre, die sich gestützt an den Sponsorhinweis erinnern [n=141]  
Quelle: forsa | SevenOne Media

- Die Aktion „Tolerance Day“ kassiert von mehr als zwei Drittel der Befragten Bestnoten
- Hohe Aufmerksamkeit für ING-DIBa
- Markenzuordnung funktioniert hervorragend
- Das Imageprofil von ING-DIBa erlebt einen **signifikanten Shift um bis zu zehn Prozentpunkten besonders bei den Imagewerten „gesellschaftlichen Engagement“ und „kümmert sich um soziale Belange“**. Toller Erfolg des Sponsorings!
- Berücksichtigt man, dass ING-DIBa durch langjährige Werbepräsenz bereits über ein ausgeprägtes Image verfügt und sich Images in der Regel nur sehr schwerfällig bewegen, sind diese Ergebnisse besonders bemerkenswert.

---

## Lucia Rizzo

Research Manager

SevenOne Media GmbH

Betastr. 10i

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-41 83

Fax +49 (0) 89/9507-941 83

[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)

lucia.rizzo@sevenonemedia.de