

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

OFFIZIELLER PARTNER VON
GERMANY'S NEXT
topmodel

Unterföhring, Juli 2014

Opel Adam

Begleitforschung "Germany's next Topmodel" (Staffel 9)



Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

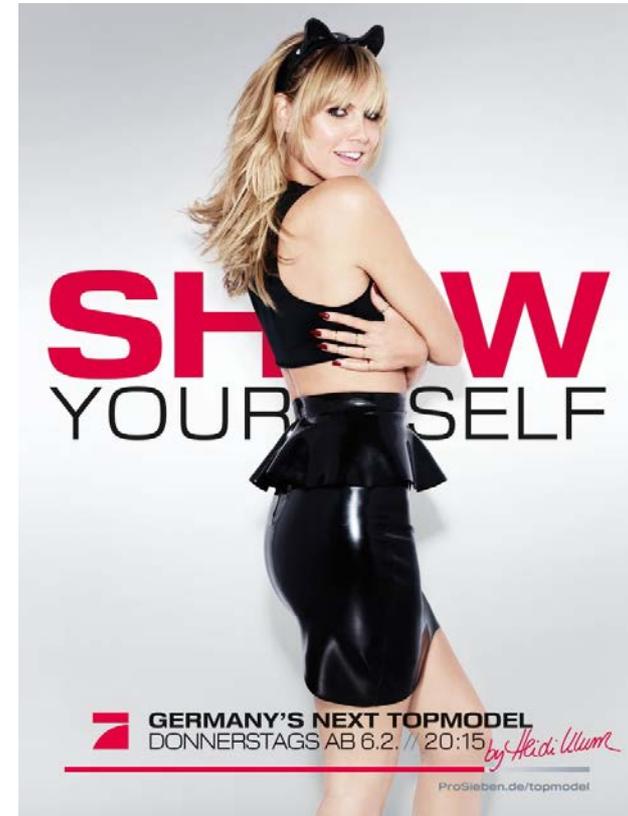
Daten zur Sendungsnutzung

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sponsoring und Product Placement

Fazit



Steckbrief

| | |
|---------------------------|---|
| Durchführung | SevenOne Media / Advertising Research |
| Erhebungsform | Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens |
| Grundgesamtheit | User von ProSieben.de |
| Auswahlverfahren | Zufallsstichprobe über AdServer |
| Stichprobe | n = 3.125 |
| Befragungszeitraum | 02. Februar 2014 - 12. Mai 2014 |
| Inhalte | Bekanntheit, Werbeerinnerung, Sponsor Erinnerung, Sponsorfitting, Erinnerung und Bewertung Placement, Nutzung „Germany´s next Topmodel“ |

Verschiedene Sehergruppen

In den folgenden Auswertungen werden vier Gruppen dargestellt:

Stammseher GNT*

Hohe Kontaktwahrscheinlichkeit und Mehrfachkontakte

Onlinekontakte (Gesamt)

Kontaktgruppe mit sämtlichen gebuchten Werbemitteln

Display Ad

Kontaktgruppe mit Display-Werbemitteln

Video Ad

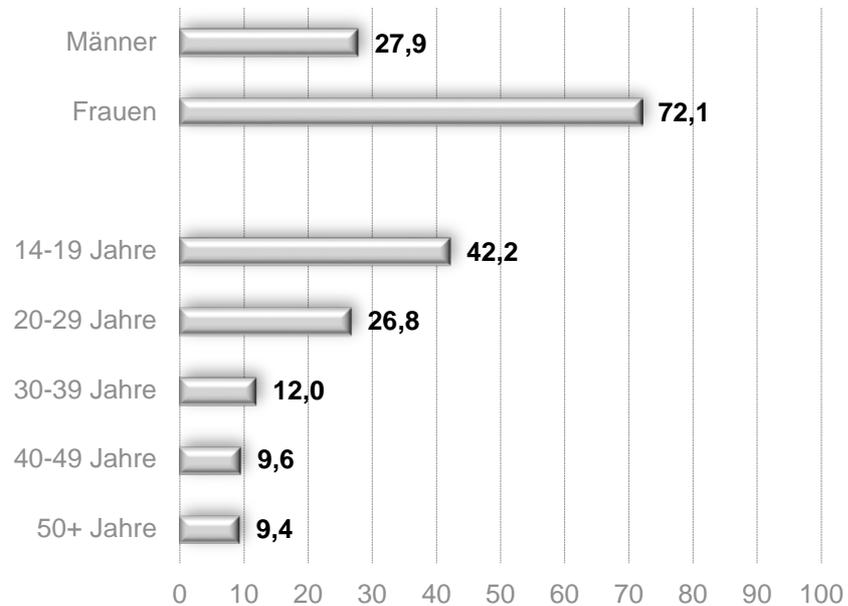
Kontaktgruppe mit Video-Werbemitteln

* Stammseher sind per Definition alle Befragten, die angeben, mindestens jede zweite Folge der neunten Staffel von „Germany’s next Topmodel“ gesehen zu haben.



Zielgruppenauftritt

Struktur der Befragten Angaben in Prozent



Basis: User von ProSieben.de
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Sendungsnutzung

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sponsoring und Product Placement

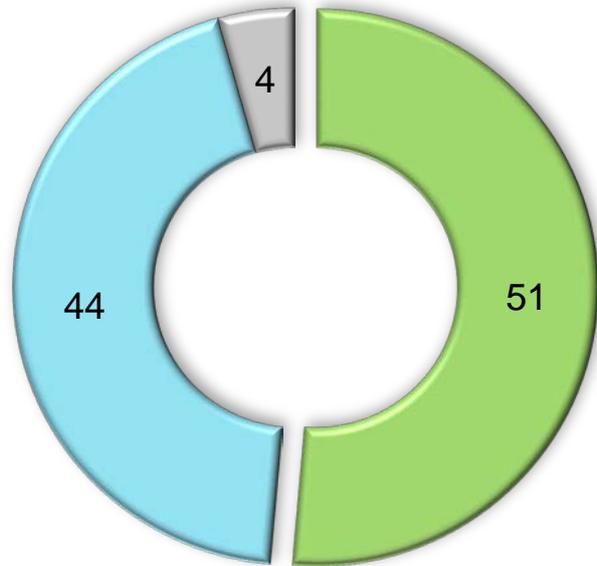
Fazit



Gut die Hälfte kennt den Online-Bereich

Bekanntheit des Online-Bereichs GNT

Angaben in Prozent

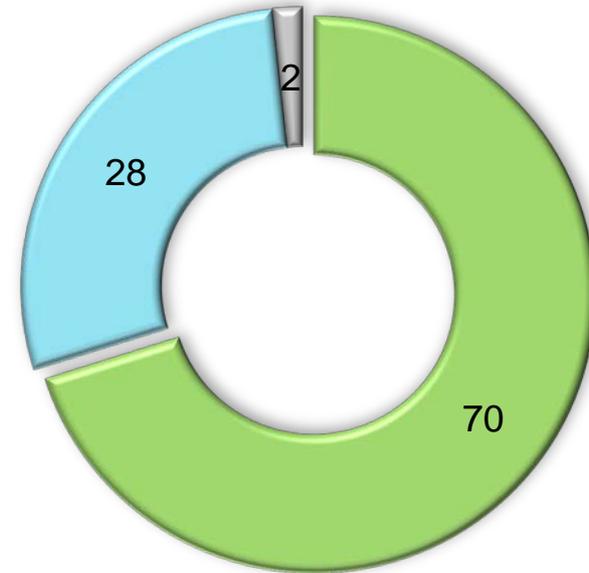


■ ja ■ nein ■ weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de
Quelle: SevenOne Media

Besuch des Online-Bereichs GNT

Angaben in Prozent



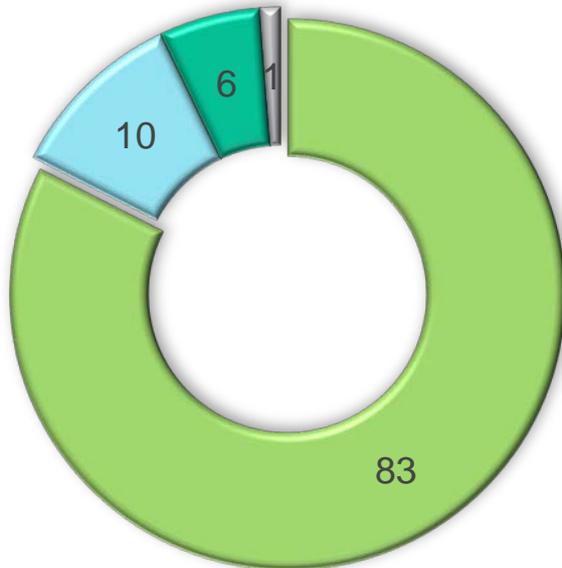
■ ja ■ nein ■ weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de, die den Online-Bereich kennen
Quelle: SevenOne Media

Sehr viele sehen online ganze Folgen

Nutzung ganzer Folgen auf der Website GNT

Angaben in Prozent

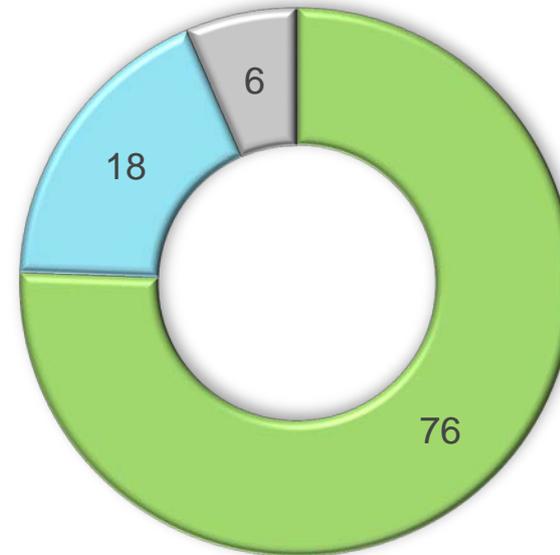


- ja
- nein, kann es mir aber vorstellen
- nein, und habe es auch nicht vor
- weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de, die den Online-Bereich schon einmal besucht haben
Quelle: SevenOne Media

Gründe für die Nutzung ganzer Folgen

Angaben in Prozent



- sehe mir Folgen im Internet an, die ich im TV verpasst habe
- sehe mir Folgen ausschließlich immer im Internet an
- weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de, die bereits ganze Folgen angesehen haben
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Sendungsnutzung

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sponsoring und Product Placement

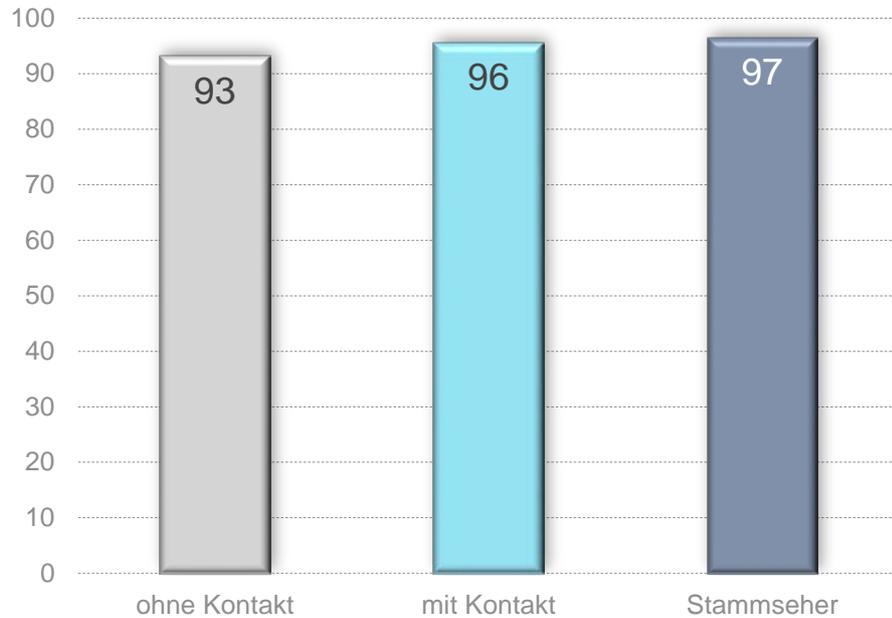
Fazit



Auch der Hersteller profitiert vom Engagement

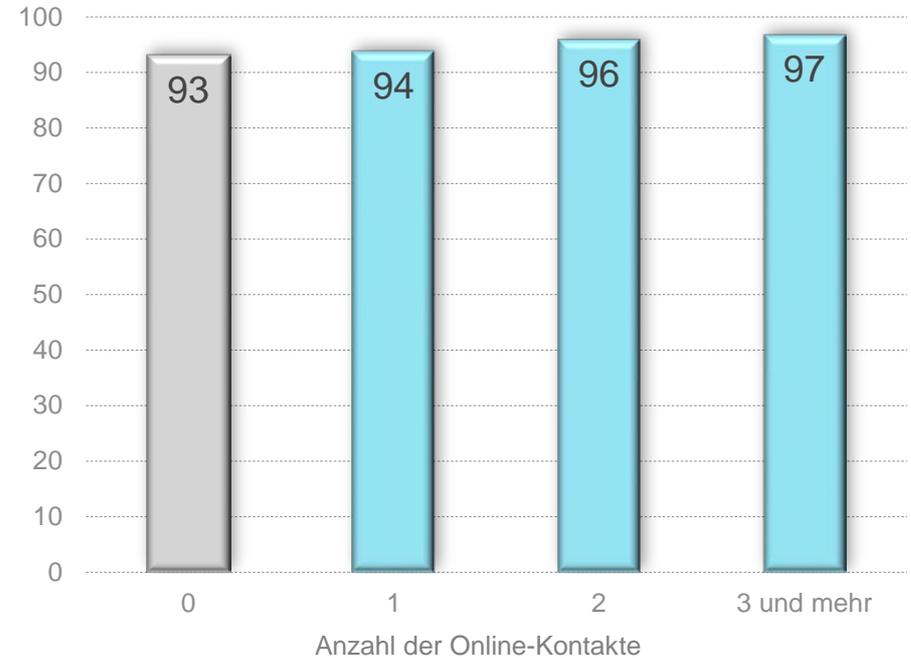
Markenbekanntheit Opel

Angaben in Prozent



Markenbekanntheit Opel

Angaben in Prozent



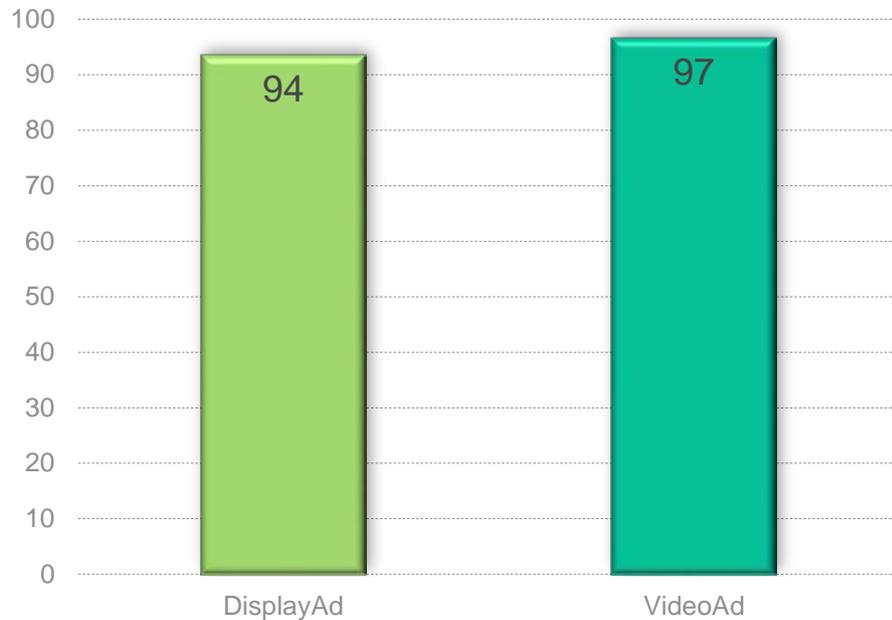
Jetzt geht es um das Thema Autos. Sie sehen hier eine Reihe von Autoherstellern. Bitte kreuzen Sie an, welche Sie davon kennen, und sei es auch nur dem Namen nach. .

Basis: User von ProSieben.de

Quelle: SevenOne Media. *Heavy User alle Medien: Personen, die mind. gelegentlich Infos zur Sendung über TV und Internet und mind. selten über mobile Anwendungen abrufen.

Auch der Hersteller profitiert vom Engagement

Markenbekanntheit Opel Angaben in Prozent

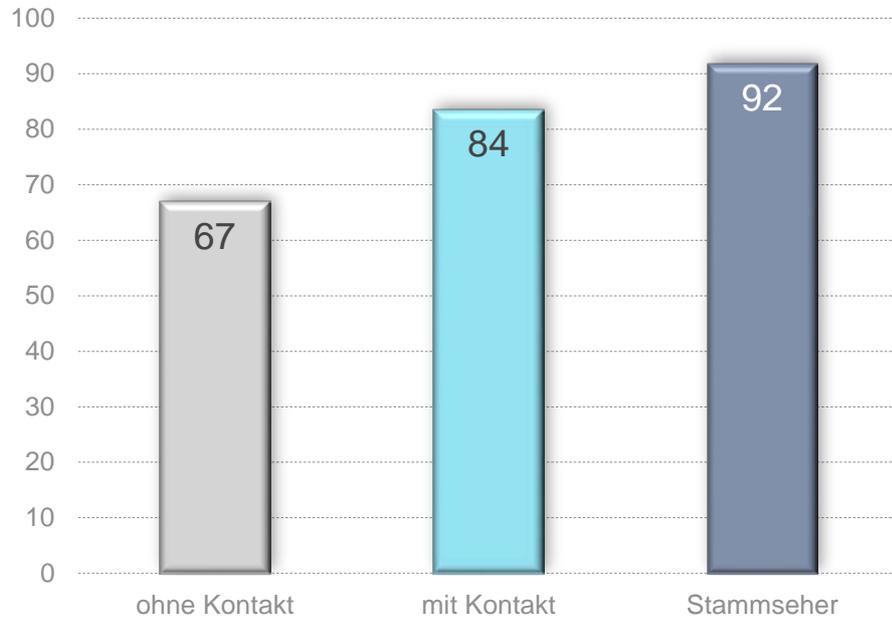


Jetzt geht es um das Thema Autos. Sie sehen hier eine Reihe von Autoherstellern. Bitte kreuzen Sie an, welche Sie davon kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.
Basis: User von ProSieben.de
Quelle: SevenOne Media

Markenbekanntheit für den Adam steigt mit Kontakten und Involvement deutlich

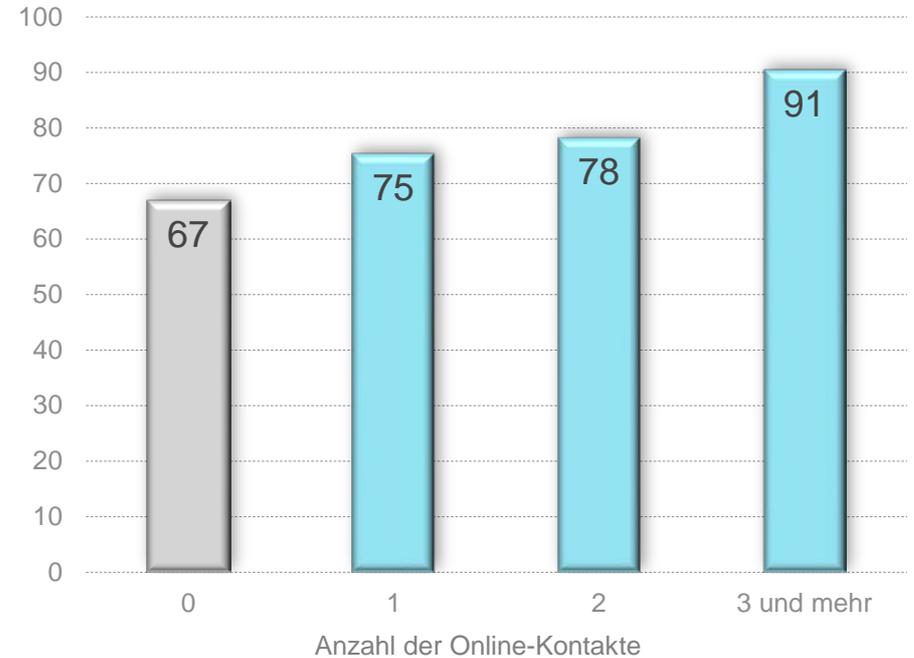
Markenbekanntheit Opel Adam

Angaben in Prozent



Markenbekanntheit Opel Adam

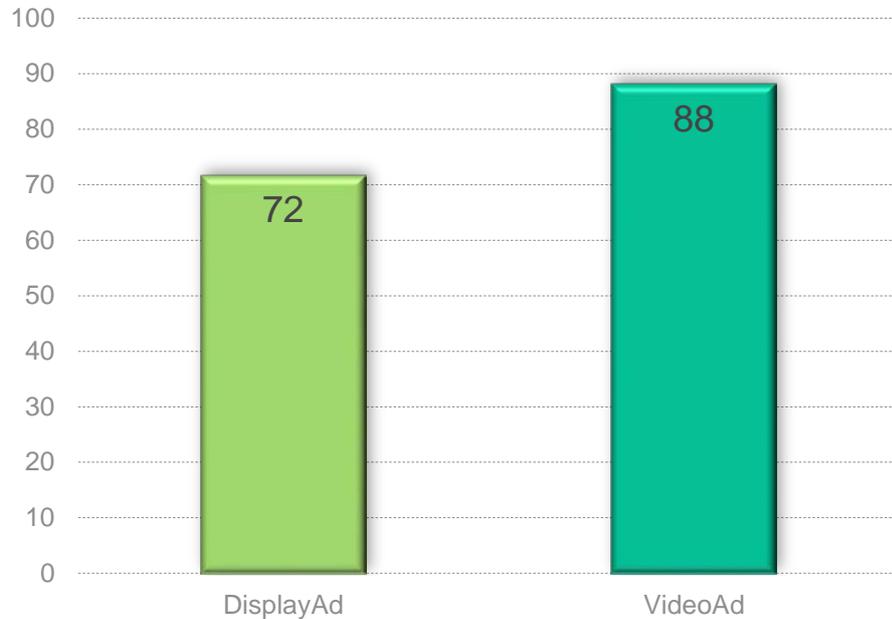
Angaben in Prozent



Sie sehen nun einige Modelle von Kleinwagen. Kreuzen Sie bitte diejenige an, die Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.
Basis: User von ProSieben.de
Quelle: SevenOne Media.

VideoAd-Kontakte zahlen mehr auf die Bekanntheit des Adam ein

Markenbekanntheit Opel Adam Angaben in Prozent



Sie sehen nun einige Modelle von Kleinwagen. Kreuzen Sie bitte diejenige an, die Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.
Basis: User von ProSieben.de
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Sendungsnutzung

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

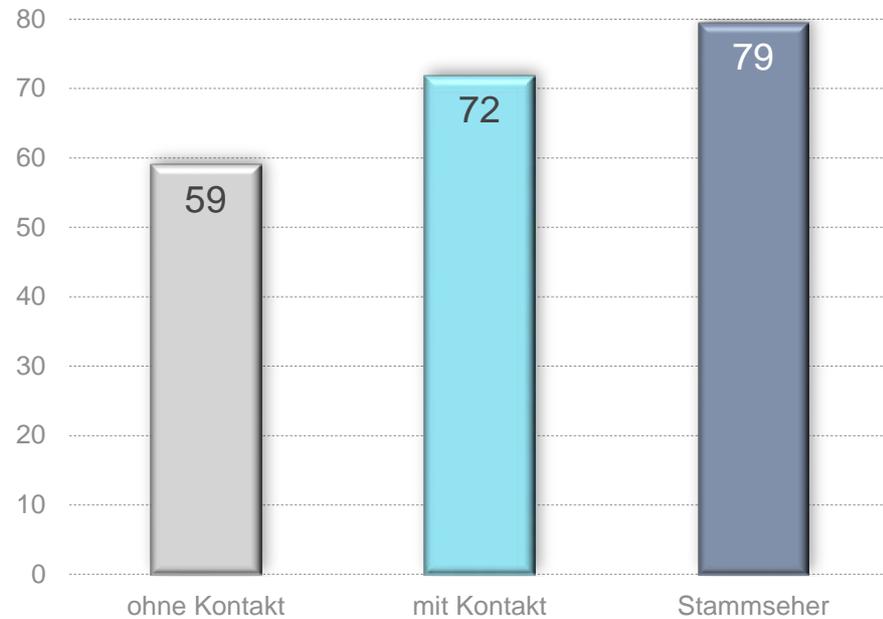
Sponsoring und Product Placement

Fazit

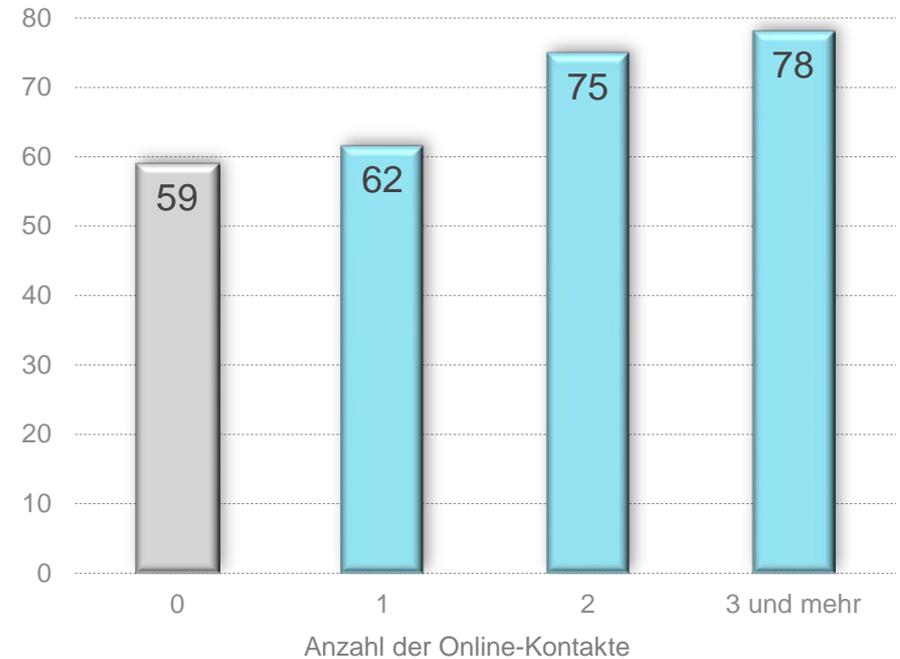


Werbung für den Adam fährt auch auf die Dachmarke ab

Werbeerinnerung Opel
Angaben in Prozent



Werbeerinnerung Opel
Angaben in Prozent



Und für welche der folgenden Autohersteller haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

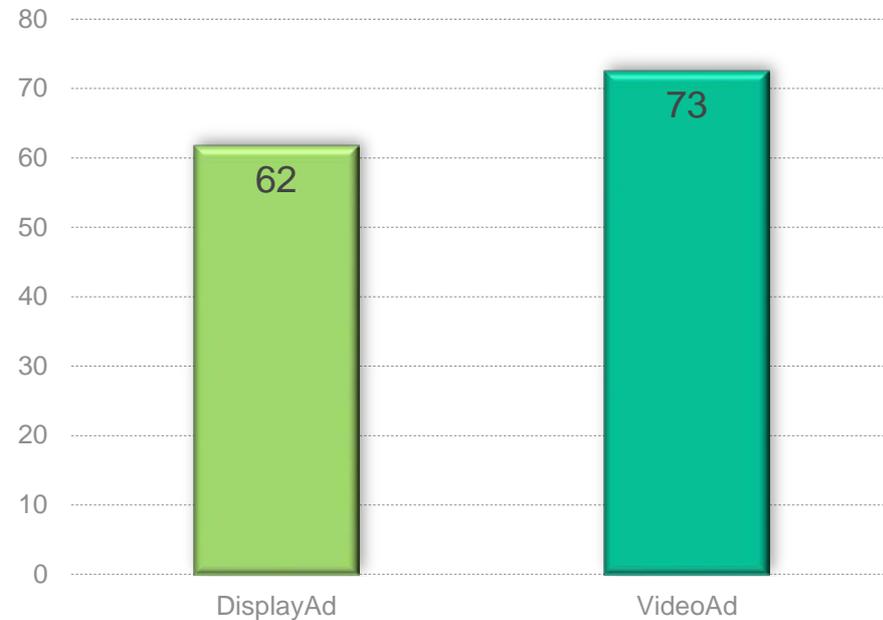
Basis: User von ProSieben.de

Quelle: SevenOne Media

VideoAds pushen die Werbeerinnerung

Werbeerinnerung Opel

Angaben in Prozent



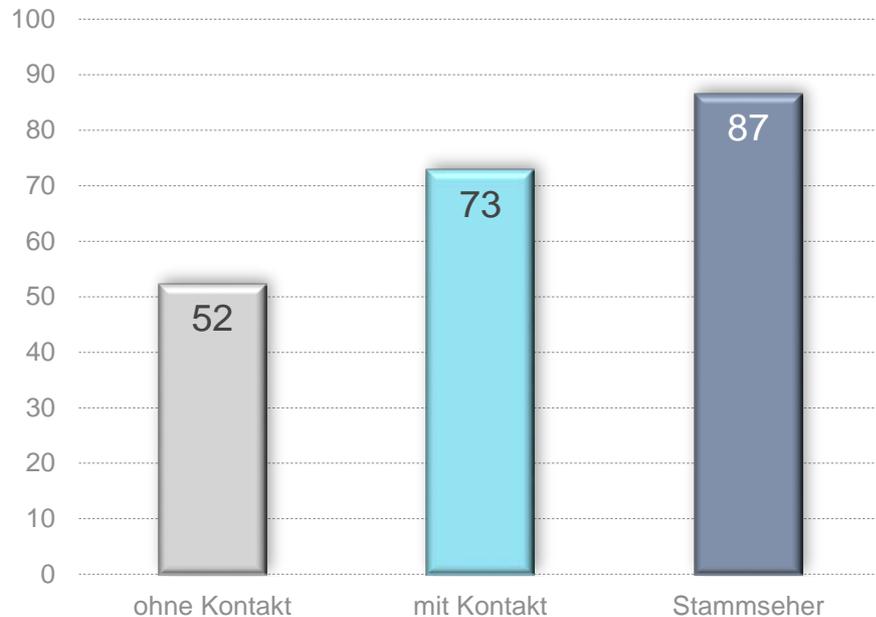
Und für welche der folgenden Autohersteller haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

Basis: User von ProSieben.de

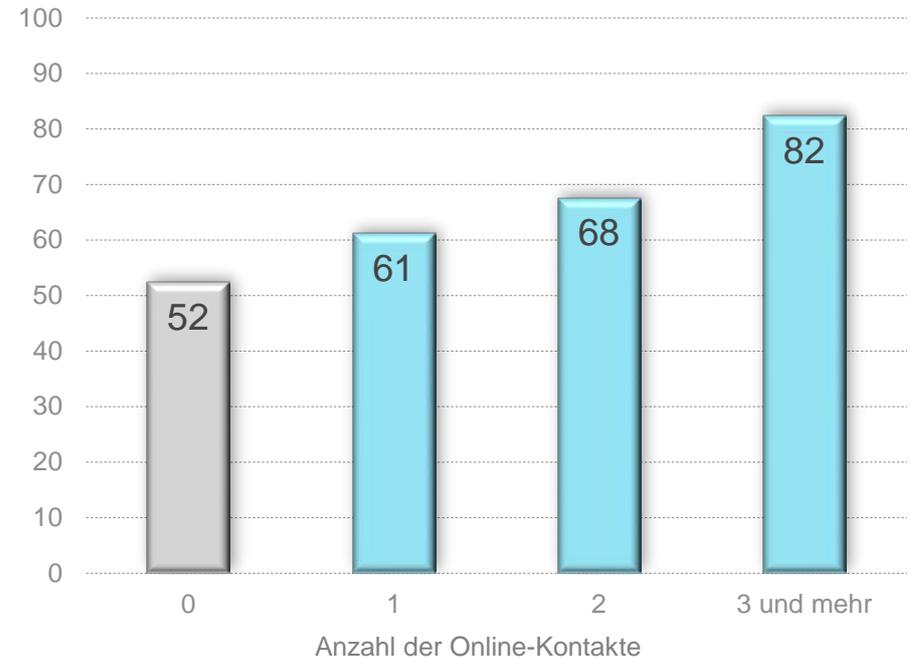
Quelle: SevenOne Media

Werbeerinnerung bei Stammsehern und häufig kontaktierten auf sehr hohem Niveau

Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent



Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent



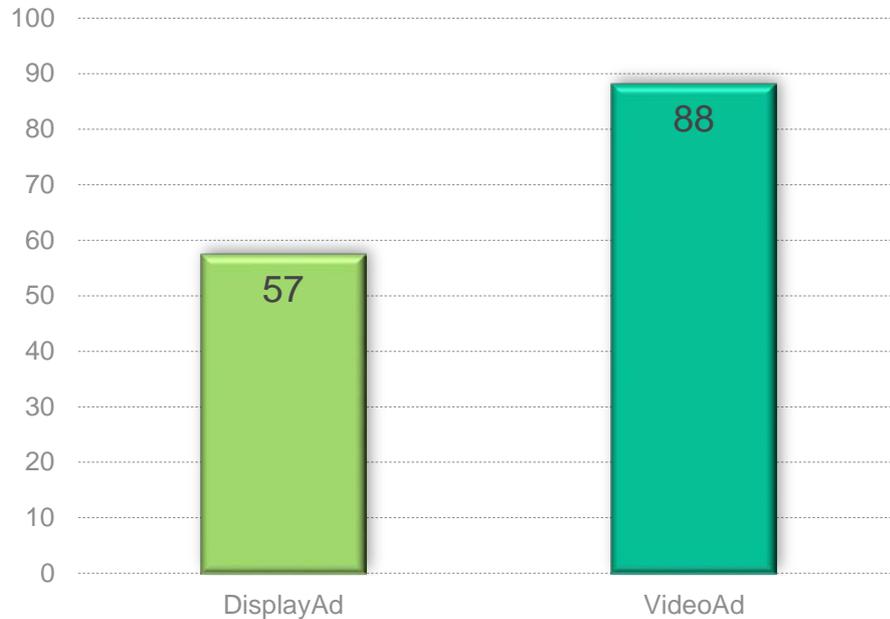
Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? Bitte kreuzen Sie alle Modelle an, für die Sie Werbung gesehen haben.

Basis: User von ProSieben.de

Quelle: SevenOne Media

VideoAds zahlen in hohem Maße auf die Werbeerinnerung ein

Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent



Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? Bitte kreuzen Sie alle Modelle an, für die Sie Werbung gesehen haben.
Basis: User von ProSieben.de
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

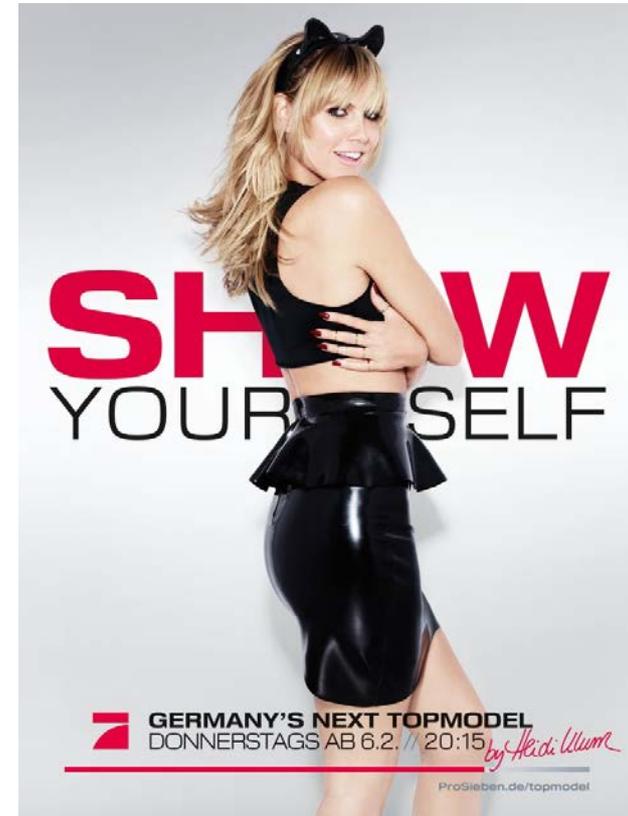
Daten zur Sendungsnutzung

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

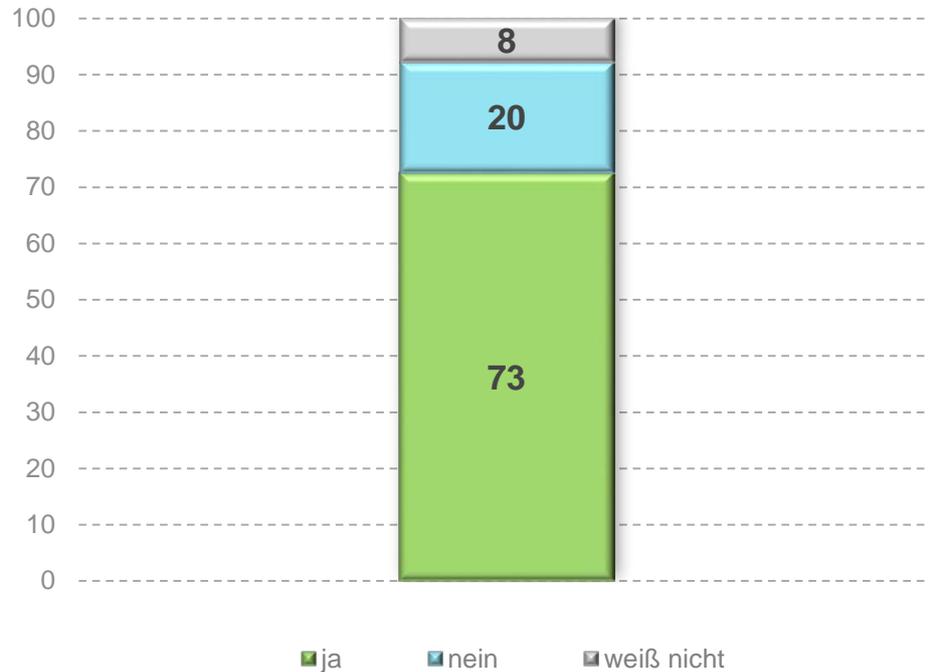
Sponsoring und Product Placement

Fazit



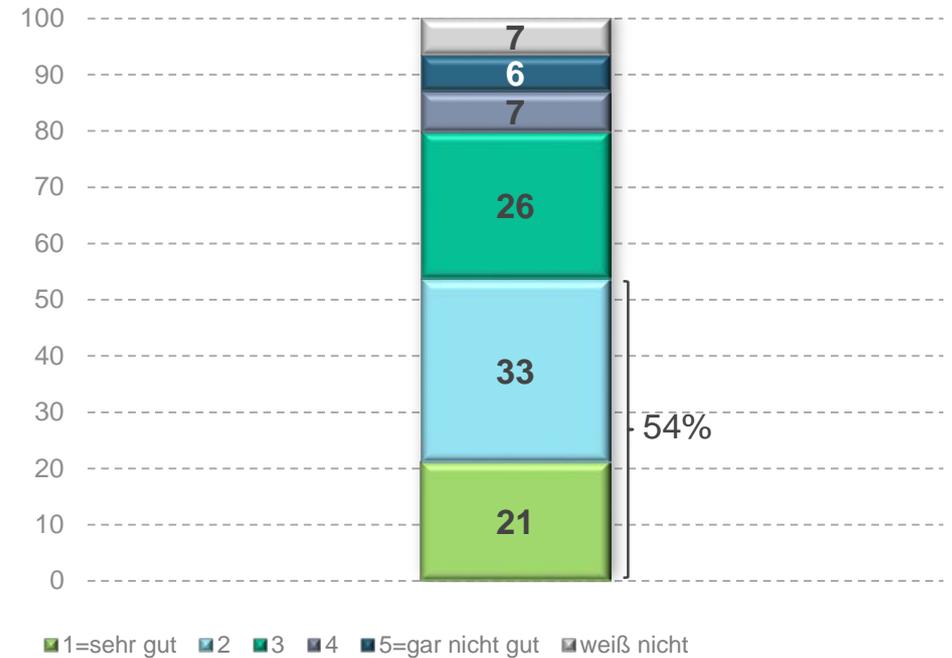
Sehr hoher Sponsorrecall; mehr als die Hälfte empfindet die Kooperation als passend

Sponsorerinnerung Opel Adam
Angaben in Prozent



Haben Sie bemerkt, dass Opel Adam diesen Online-Bereich präsentiert?
Basis: User von ProSieben.de, die die Sendung mind. selten sehen
Quelle: SevenOne Media

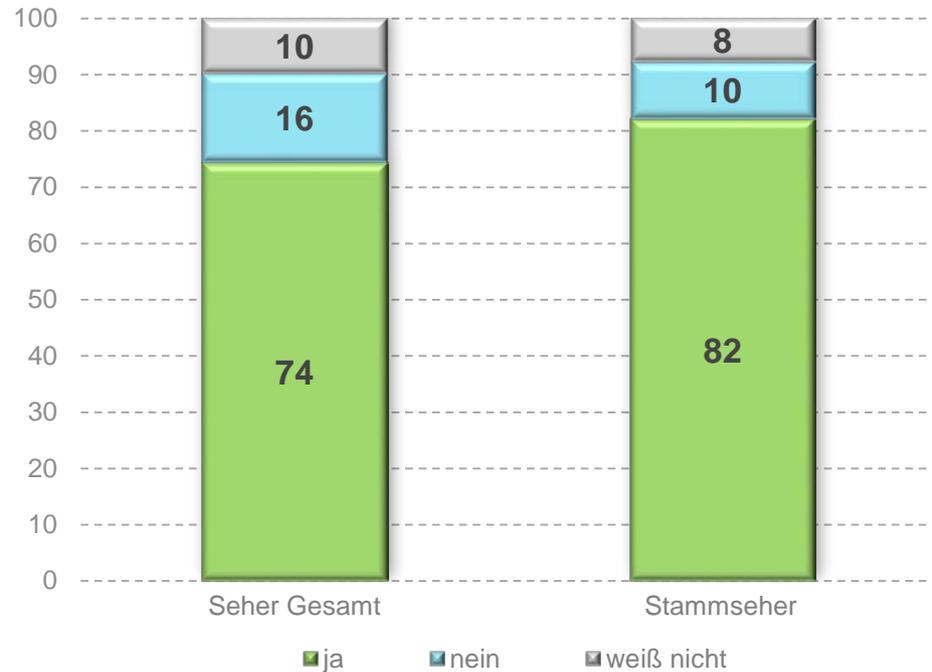
Sponsorfitting Opel Adam
Angaben in Prozent



Wie gut passt Ihrer Meinung nach Opel Adam als Sponsor des Online-Bereichs zu 'Germany's next Topmodel by Heidi Klum'?
Basis: User von ProSieben.de, die das Sponsoring erinnern. Quelle: SevenOne Media

Auch die Produktplatzierungen sind der Mehrheit der Zuschauer aufgefallen

Erinnerung Product Placement Angaben in Prozent

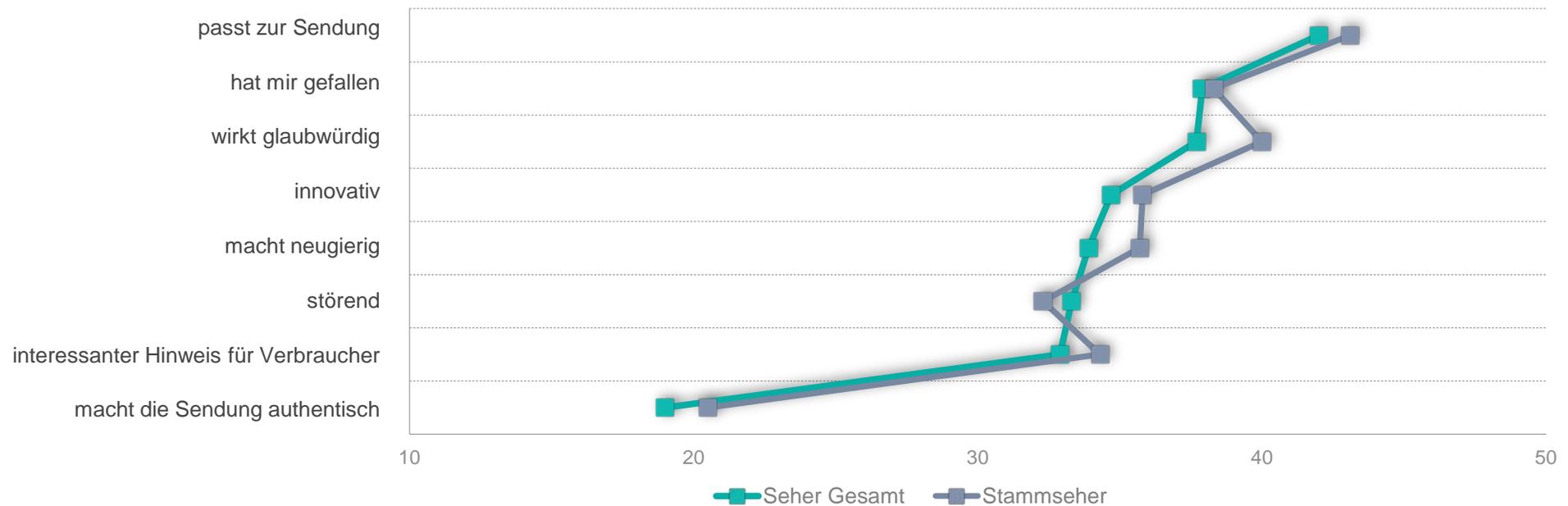


[...] Können Sie sich an einen oder mehrere Auftritte des Opel Adam während der Sendung erinnern?
Basis: User von ProSieben.de, die die Sendung mind. selten sehen. Quelle: SevenOne Media

Placements passen zur Sendung, gefallen und sind glaubwürdig

Bewertung der Produktplatzierungen

Angaben in %, Top Two (trifft voll und ganz zu/trifft eher zu)



Sie sehen hier einige Aussagen dazu, dass Opel-Adam-Modelle während der Sendung zu sehen waren. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie diesen Aussagen zustimmen.
Basis: User von ProSieben.de, die sich an die Placements erinnern
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Sendungsnutzung

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sponsoring und Product Placement

Fazit



Rundum gelungenes und wirksames Engagement

- Wirkungsplus bei **drei und mehr Online-Kontakten**
- Überproportionale Werte bei **Stammsehern**
- **Top Bewertung der Placements und hohe Sponsor Erinnerung**

→ Die hervorragend umgesetzten Sponsorings und Produktplatzierungen im Rahmen eines Erfolgsformats mit passgenauer Zielgruppe sowie die umfassende crossmediale Kampagne haben Bekanntheit und Beliebtheit des Opel Adam noch weiter ausgebaut

