

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE

München, Juli 2016

# Opel Adam

Begleitforschung der Kooperation mit „Germany's Next Topmodel“



SIXX

GOLD

MAXX

# Agenda

**Steckbrief Onsite-Befragung**

**Daten zur Nutzung des Online-Bereichs**

**Markenbekanntheit und Werbeerinnerung**

**Kaufbereitschaft**

**Integration**

**Fazit**

# Steckbrief

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	User von ProSieben.de u.a.
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsstichprobe über AdServer
<b>Stichprobe</b>	n = 4.569
<b>Befragungszeitraum</b>	04. Februar 2016 - 15. Mai 2016
<b>Inhalte</b>	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Kaufbereitschaft, Sponsor Erinnerung, Erinnerung Placements, Nutzung „Germany´s next Topmodel“

# Verschiedene Kontaktgruppen

In den folgenden Auswertungen werden drei Gruppen dargestellt:

Ohne Onlinekontakte

Kein Kontakt mit Online-Werbemitteln

Onlinekontakte

Kontaktgruppe mit Online-Werbemitteln (teilw. differenziert nach Kontaktdosis)

Stammseher GNT\*

Hohe Kontaktwahrscheinlichkeit mit TV und Online

\* mind. jede zweite Sendung

# Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Nutzung des Online-Bereichs

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

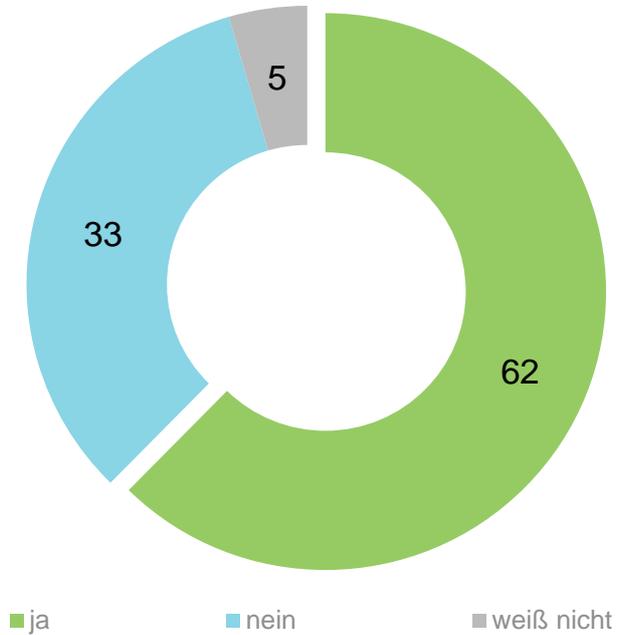
Kaufbereitschaft

Integration

Fazit

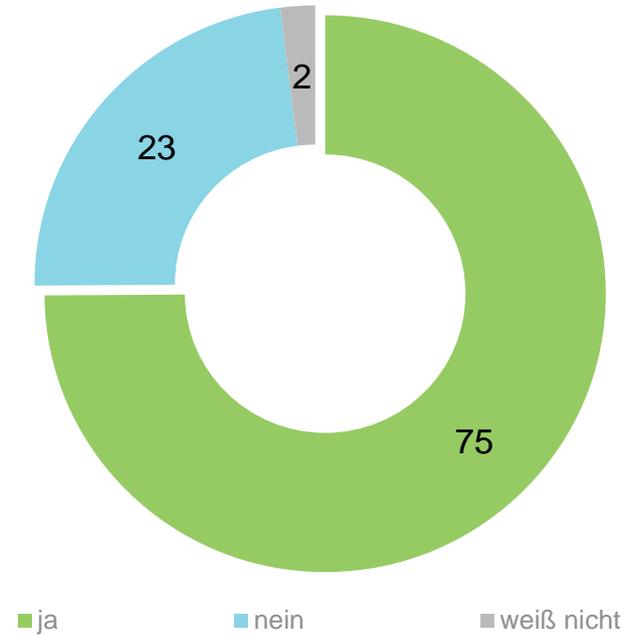
# 62 Prozent kennen den Online-Bereich

**Bekanntheit des Online-Bereichs GNT**  
Angaben in Prozent



Basis: User von ProSieben.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

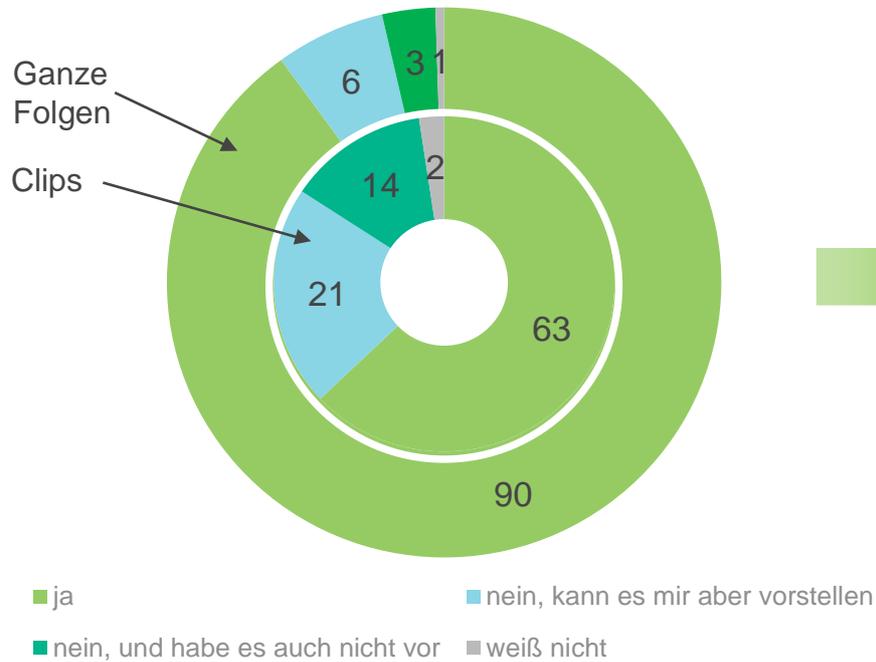
**Besuch des Online-Bereichs GNT**  
Angaben in Prozent



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

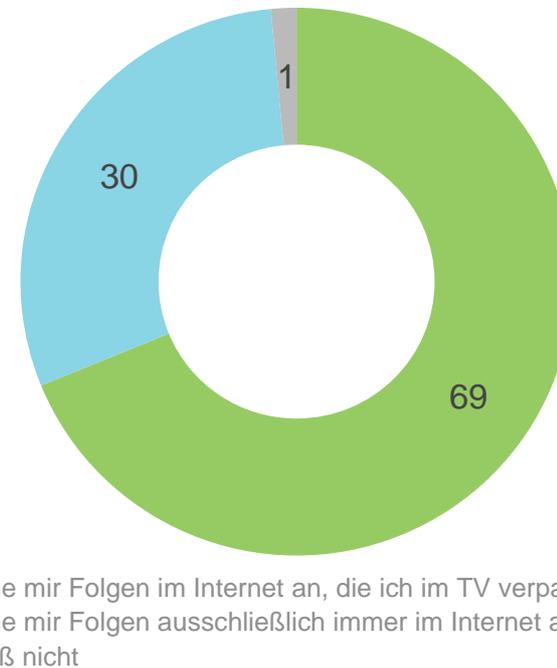
# Sehr viele sehen online ganze Folgen, meist wenn im TV verpasst

**Nutzung ganzer Folgen/Clips auf der Website GNT**  
Angaben in Prozent



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

**Gründe für die Nutzung ganzer Folgen**  
Angaben in Prozent



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

# Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Nutzung des Online-Bereichs

**Markenbekanntheit und Werbeerinnerung**

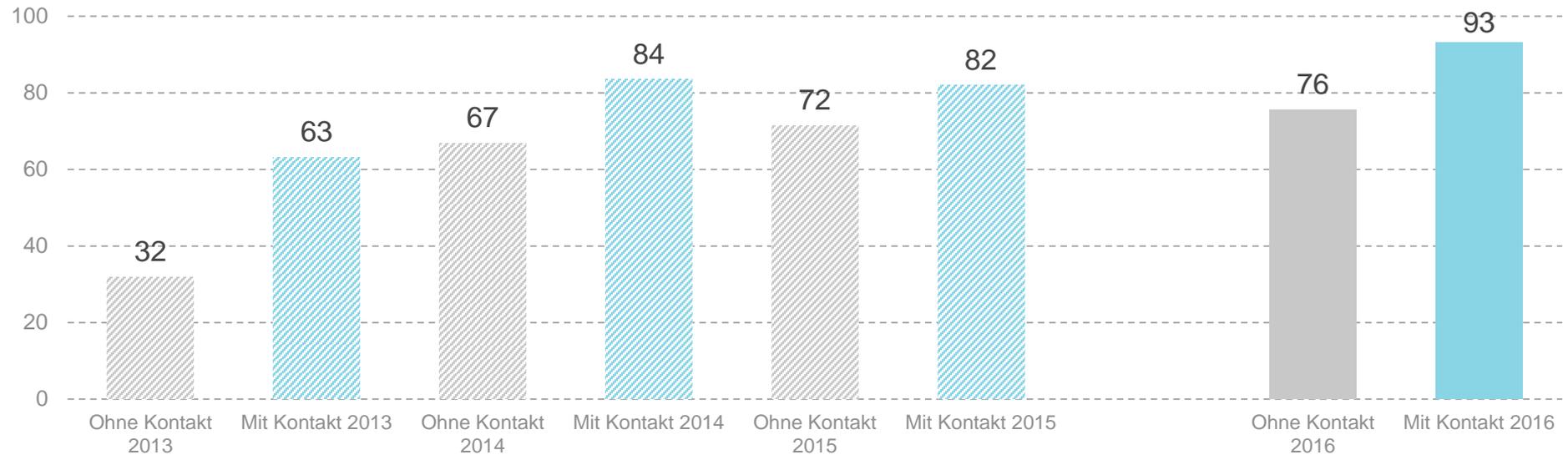
Kaufbereitschaft

Integration

Fazit

# Kontinuierliche Bekanntheitssteigerung

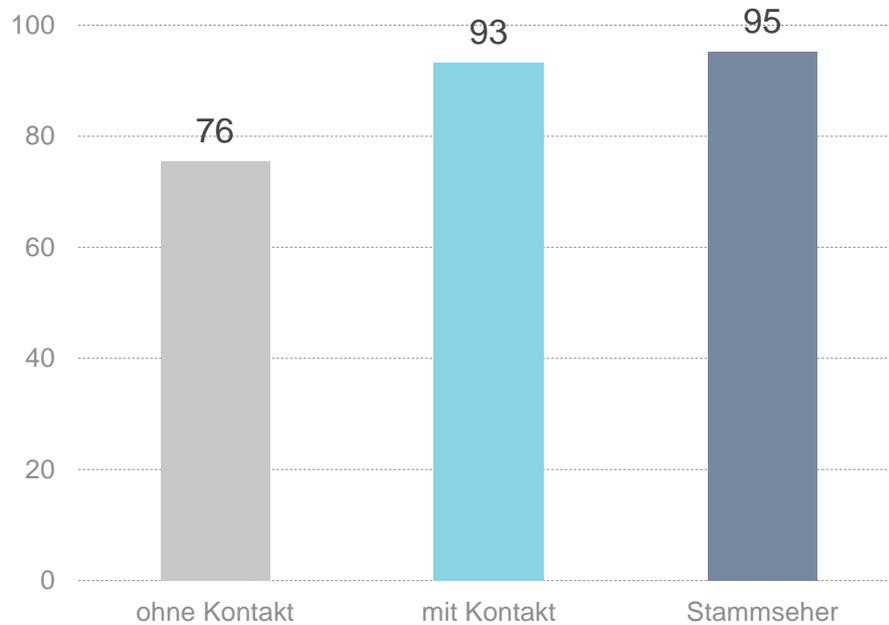
## Markenbekanntheit Opel Adam Angaben in Prozent



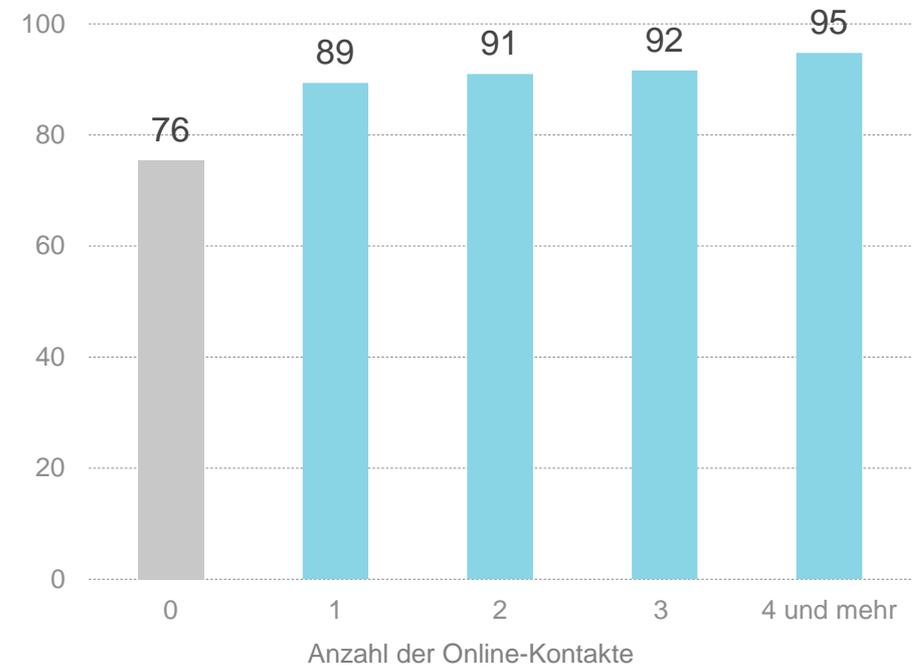
Sie haben angegeben, dass Sie Opel kennen. Kennen Sie das Kleinwagen-Modell Adam?  
Basis: User von ProSieben.de u.a., Kenner von Opel  
Quelle: SevenOne Media.

# Höchste Bekanntheit bei Stammsehern und Personen mit vielen Kontakten

**Markenbekanntheit Opel Adam**  
Angaben in Prozent



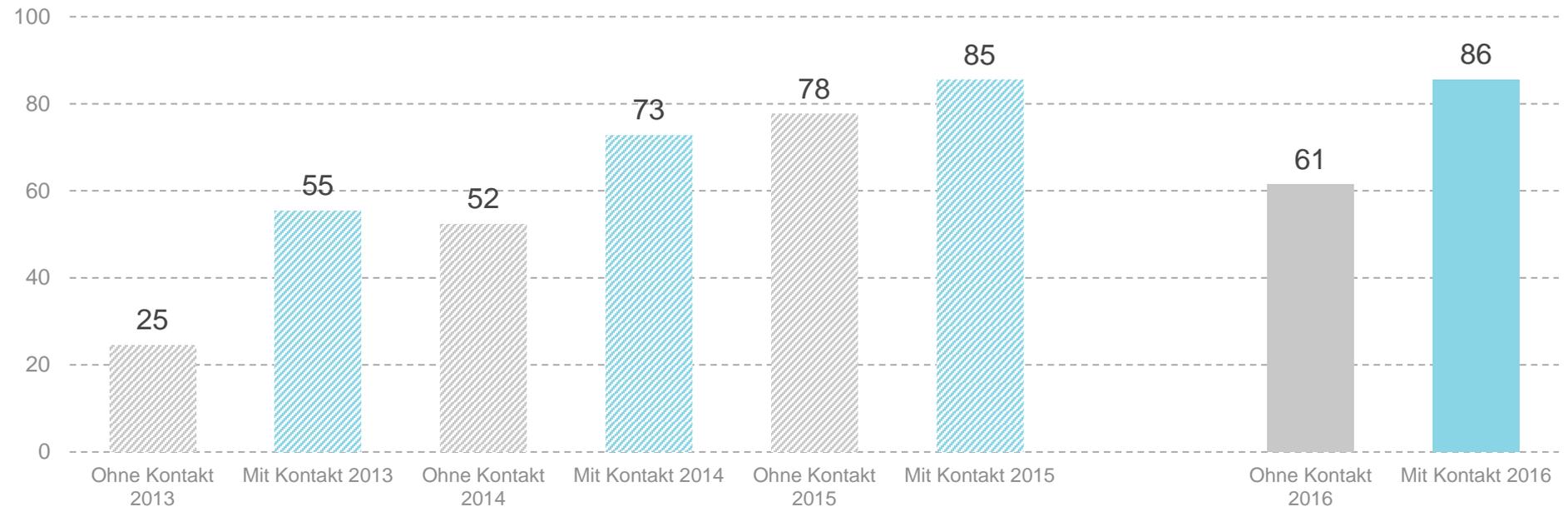
**Markenbekanntheit Opel Adam**  
Angaben in Prozent



Sie haben angegeben, dass Sie Opel kennen. Kennen Sie das Kleinwagen-Modell Adam?  
Basis: User von ProSieben.de u.a., Kenner von Opel  
Quelle: SevenOne Media.

# Online-Kontakte pushen Werbeerinnerung deutlich

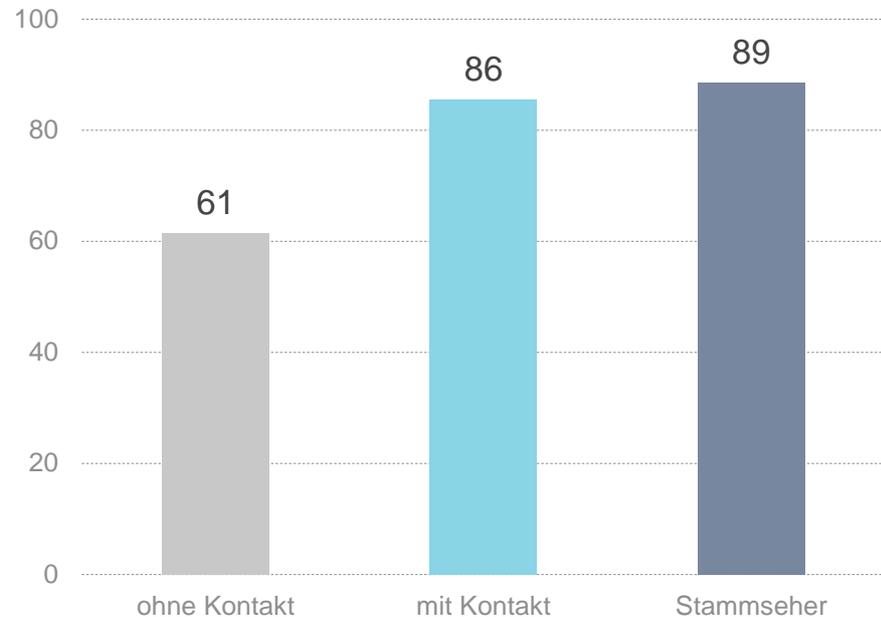
## Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent



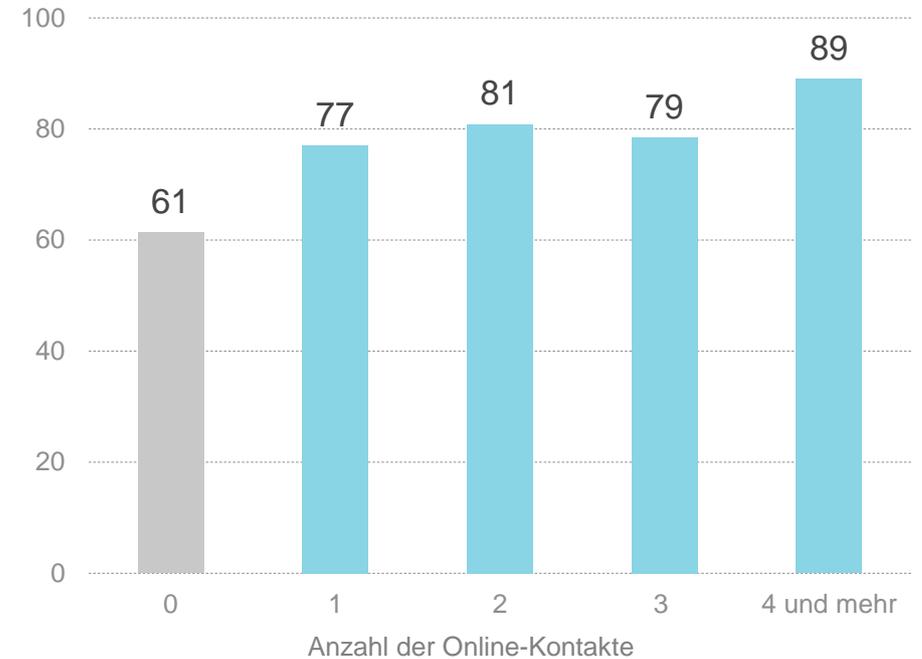
Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? Bitte kreuzen Sie alle Modelle an, für die Sie Werbung gesehen haben.  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen  
Quelle: SevenOne Media

# Kampagne bei hohen Kontaktdosen extrem präsent

**Werbeerinnerung Opel Adam**  
Angaben in Prozent



**Werbeerinnerung Opel Adam**  
Angaben in Prozent

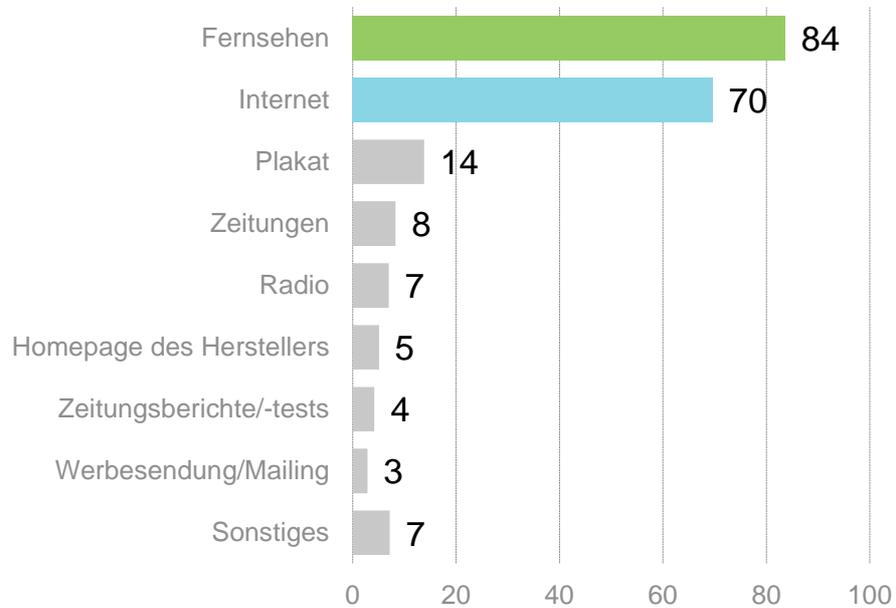


Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? Bitte kreuzen Sie alle Modelle an, für die Sie Werbung gesehen haben.  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen  
Quelle: SevenOne Media

# TV und Internet werden klar als Werbemedien wahrgenommen

## Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



In welchem Medium haben Sie Werbung für Opel Adam gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die sich an Werbung für Opel Adam erinnern  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Nutzung des Online-Bereichs

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

**Kaufbereitschaft**

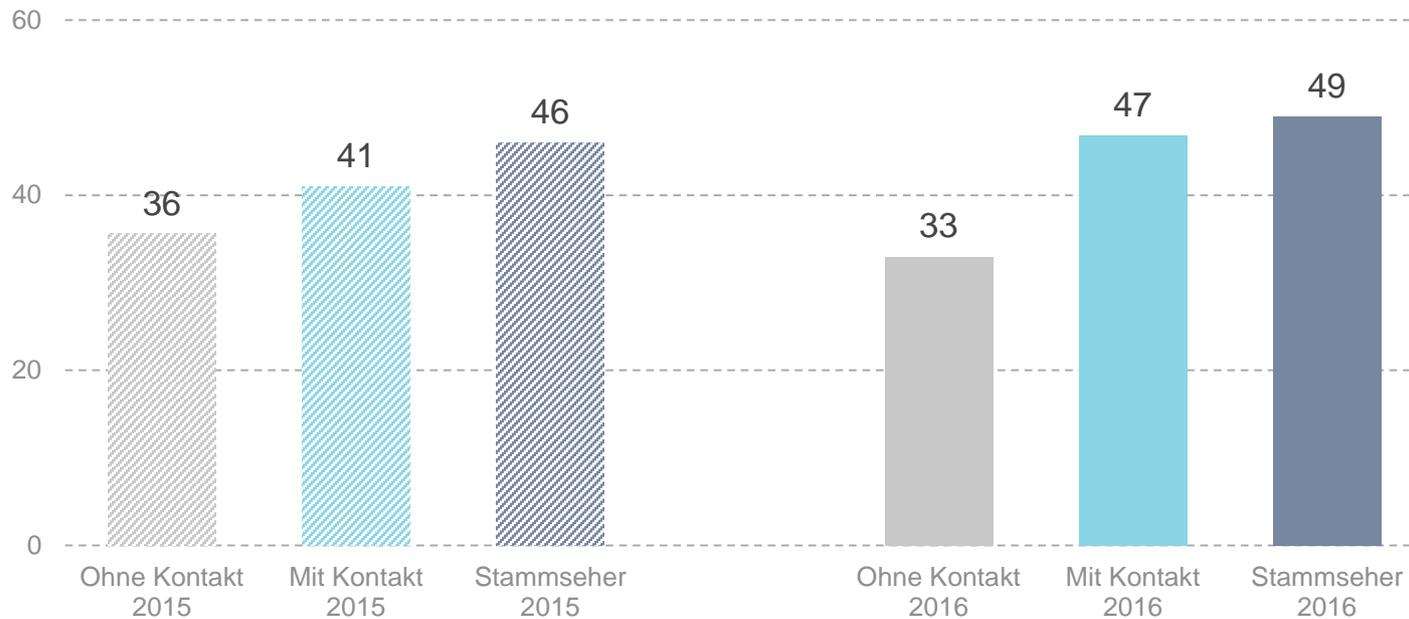
Integration

Fazit

# Hohes Interesse bei Stammsehern und Personen mit Online-Kontakt

## Kaufbereitschaft Opel Adam

Angaben in Prozent (TopTwo: ja, sicher / ja, vielleicht)



Mal angenommen, Sie planen in den nächsten zwei Jahren, sich einen Kleinwagen anzuschaffen. Käme bei einem Kleinwagenkauf ein Opel Adam für Sie in Betracht?

Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen

Quelle: SevenOne Media

# Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Nutzung des Online-Bereichs

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

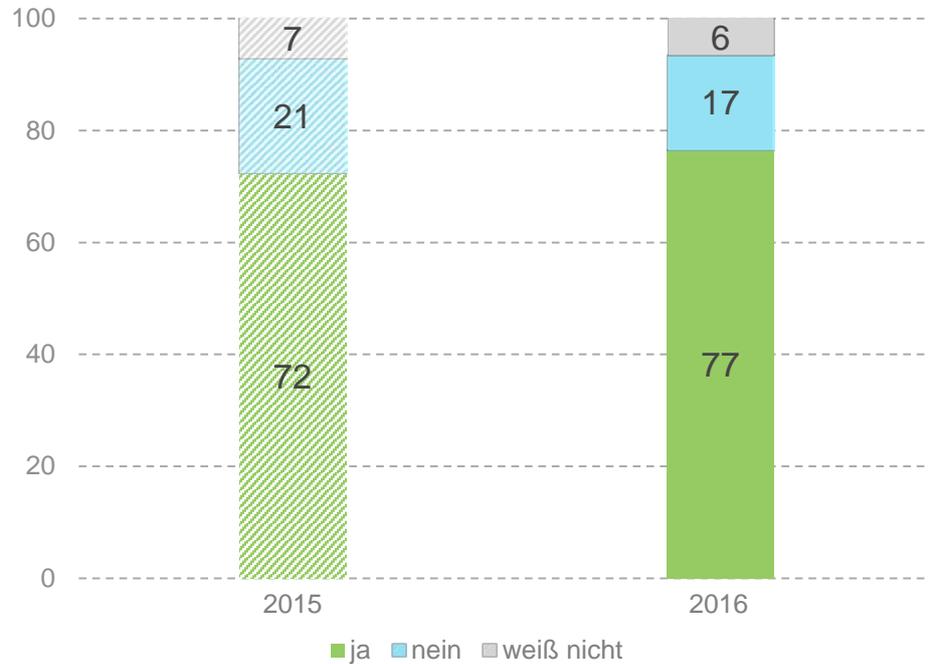
**Integration**

Fazit

# Sehr hoher Sponsorrecall und gutes Fitting

## Sponsorerinnerung Opel Adam

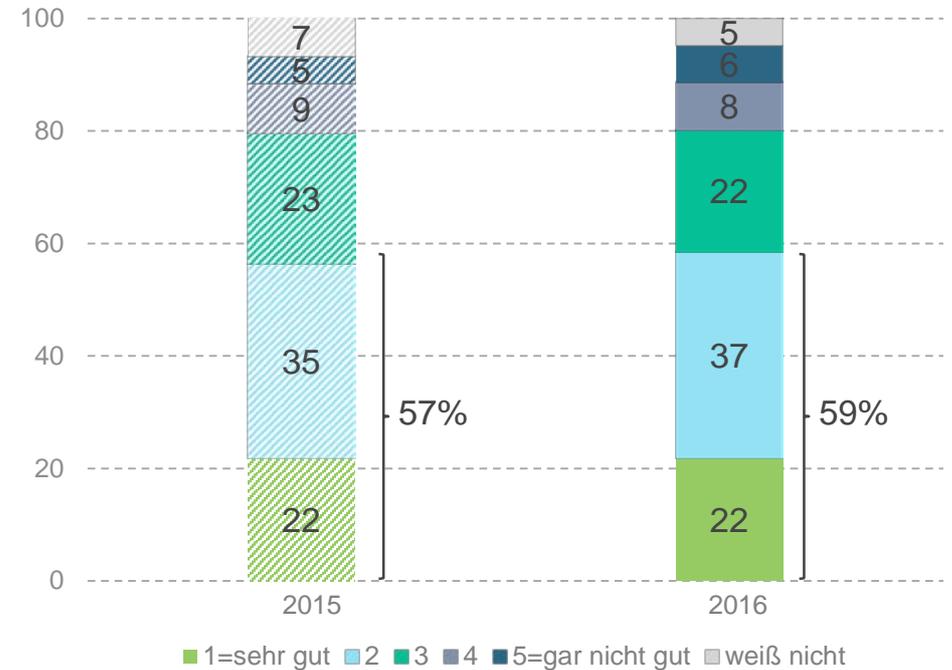
Angaben in Prozent



Haben Sie bemerkt, dass Opel Adam diesen Online-Bereich präsentiert?  
 Basis: User von ProSieben.de u.a., die den Online-Bereich kennen  
 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 u.a., die das Sponsoring erinnern. Quelle: SevenOne Media

# Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Nutzung des Online-Bereichs

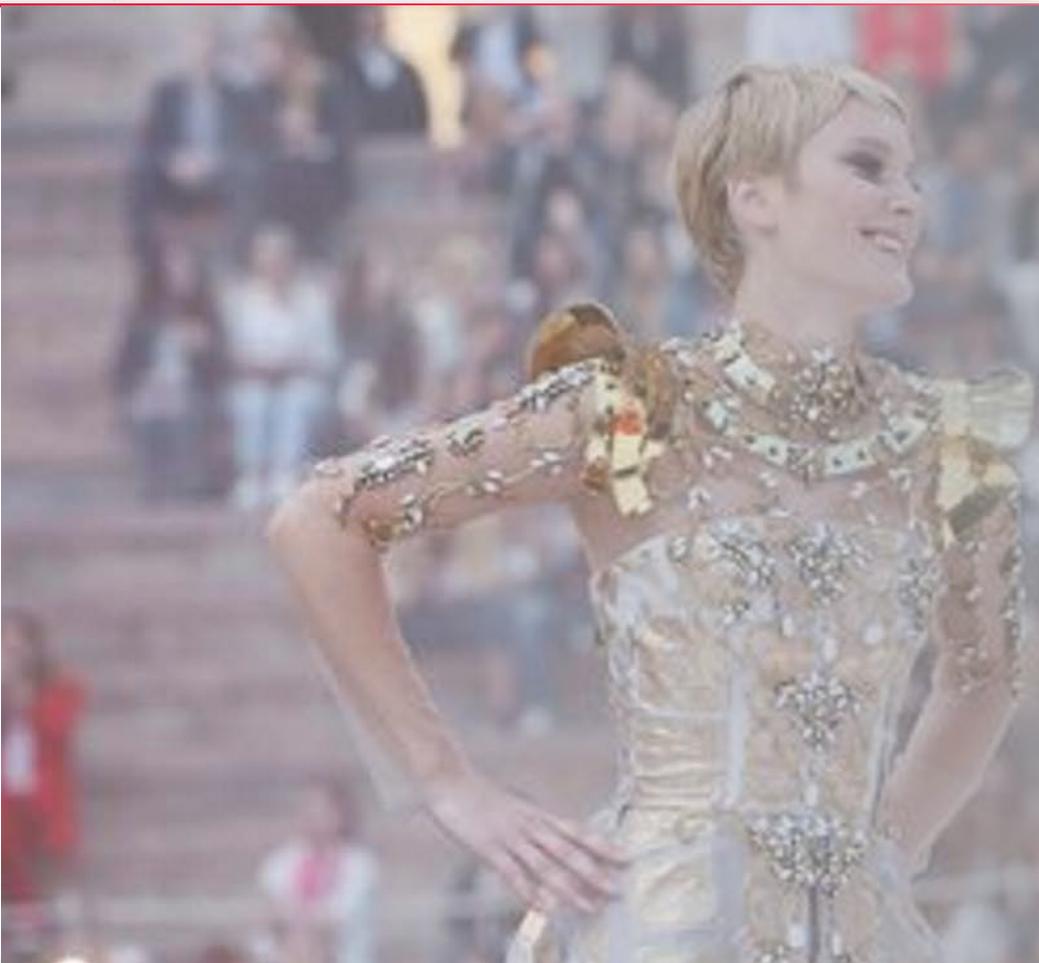
Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

Integration

**Fazit**

## Engagement ist auch im vierten Jahr sehr erfolgreich



- **Hohe Markenbekanntheit** – steigt mit Involvement
- **Top Werbeerinnerung** – vor allem bei Seherinnen
- Klares **Branding als Sponsor**
- Sehr gutes **Fitting** zur Sendung
- **Hohes Kaufpotenzial** – affin in der Zielgruppe
- Starke ergänzende **Wirkung der Online-Kontakte**
- **Hohes Involvement** der Fans in den Online-Bereich
- Weiterhin **positive Entwicklung** zu Vorjahren

# Kontakt

---

## Johanna Teichmann

Head of Advertising Research

SevenOne Media GmbH

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-41 85

Fax +49 (0) 89/9507-941 85

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

[johanna.Teichmann@sevenonemedia.de](mailto:johanna.Teichmann@sevenonemedia.de)

---

## Jennifer Osterhold

Research Manager

SevenOne Media GmbH

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

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

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

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

[jennifer.osterhold@sevenonemedia.de](mailto:jennifer.osterhold@sevenonemedia.de)