

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE

München, Januar 2017

Bacardi

Onsite-Befragung



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

Fazit

Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User des SevenOne Netzwerks
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n=1.092
Befragungszeitraum	17.10. bis 31.12.2016
Inhalte	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Markenimage, Kaufbereitschaft
Werbemittel	Pre- und MidRolls

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

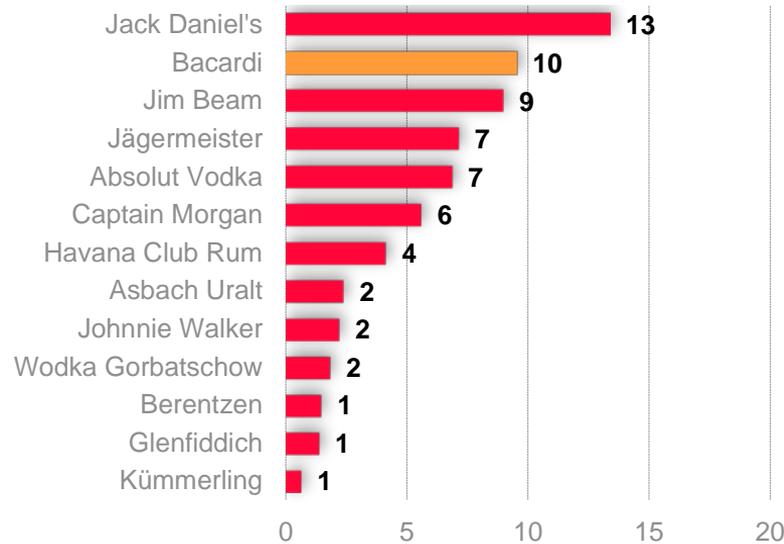
Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

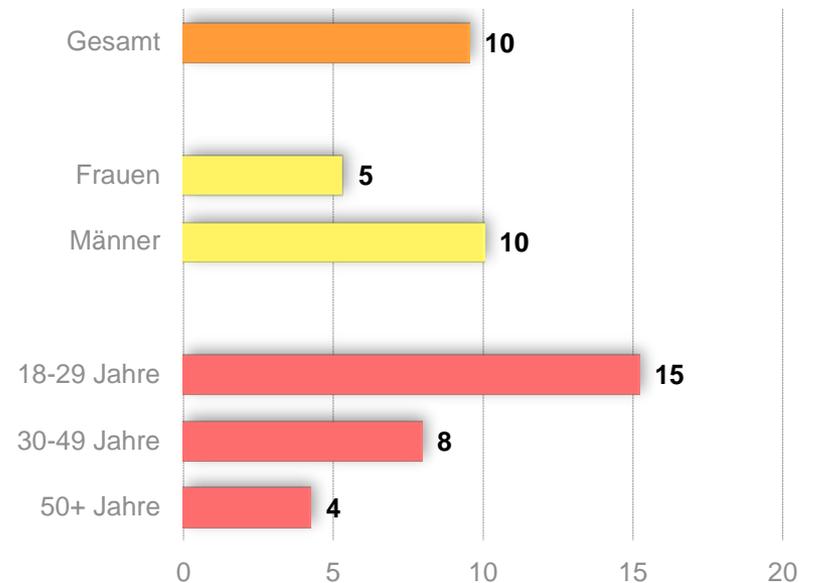
Fazit

Spontane Bekanntheit bei zehn Prozent

Ungestützte Markenbekanntheit Spirituosen Angaben in Prozent



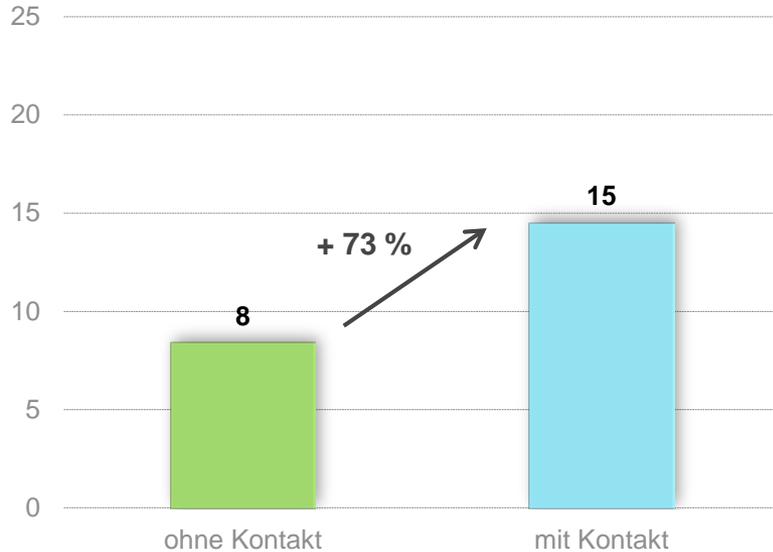
Ungestützte Markenbekanntheit Bacardi Angaben in Prozent



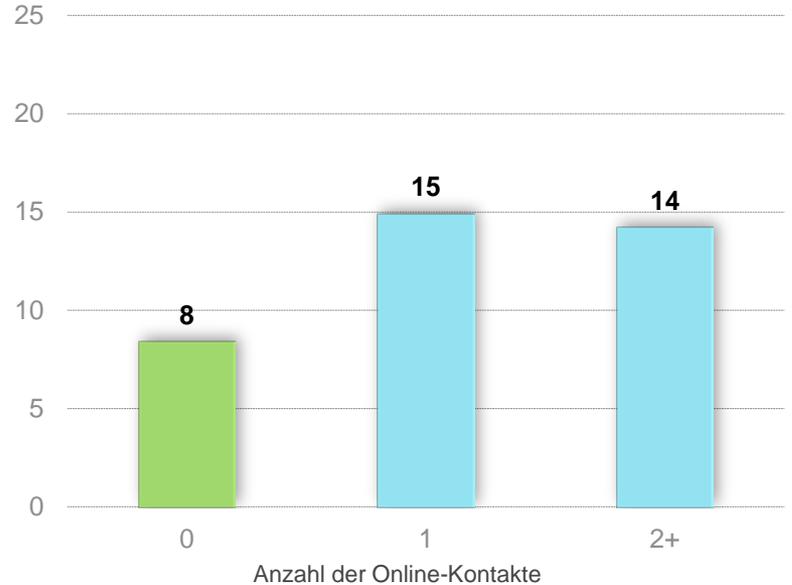
Frage: Jetzt geht es um Spirituosen. Welche Marken aus diesem Bereich fallen Ihnen spontan ein?
Basis: User des SevenOne Netzwerks
Quelle: SevenOne Media

Bekanntheit steigt mit Online-Kontakten

Ungestützte Markenbekanntheit Bacardi
Angaben in Prozent



Ungestützte Markenbekanntheit Bacardi
Angaben in Prozent

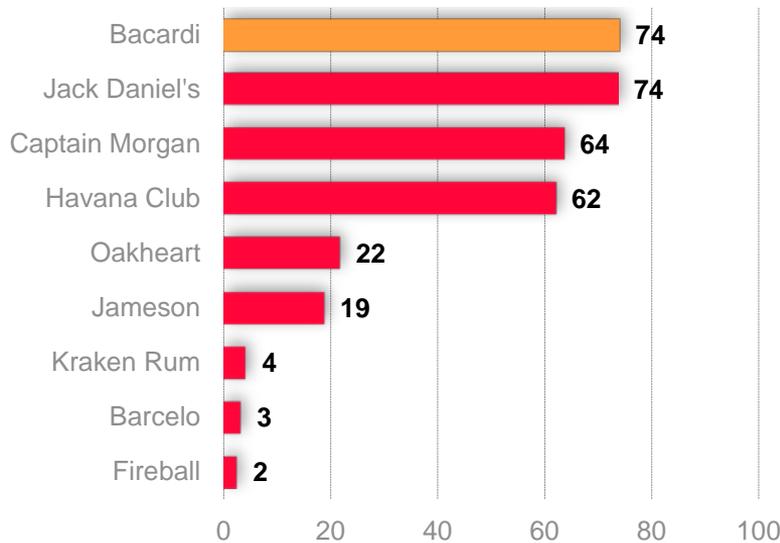


Frage: Jetzt geht es um Spirituosen. Welche Marken aus diesem Bereich fallen Ihnen spontan ein?
Basis: User des SevenOne Netzwerks
Quelle: SevenOne Media

Drei Viertel der Befragten kennen Bacardi

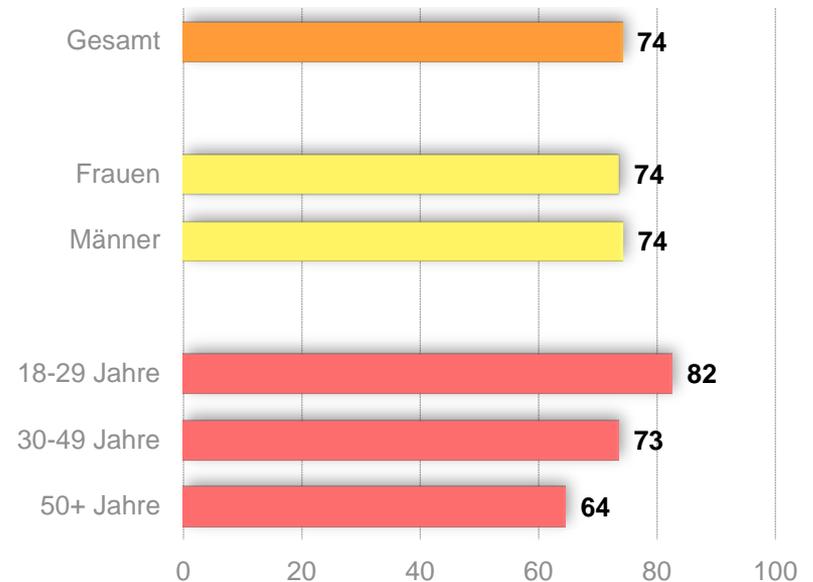
Gestützte Markenbekanntheit Spirituosen

Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit Bacardi

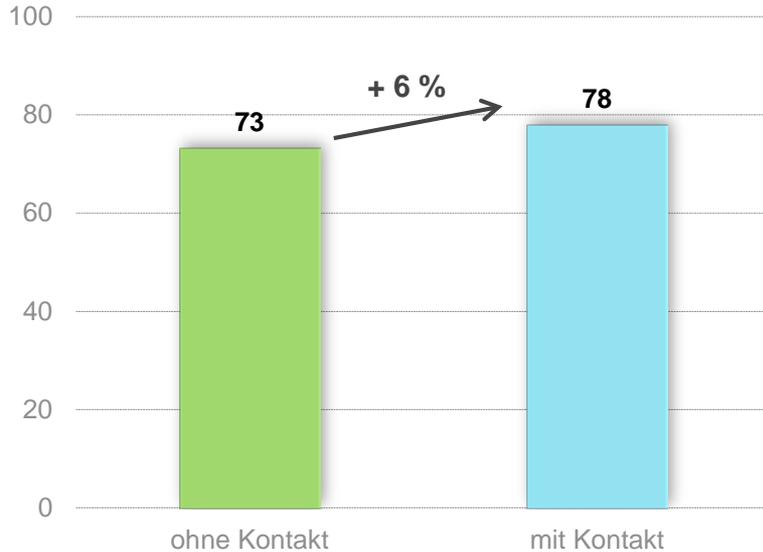
Angaben in Prozent



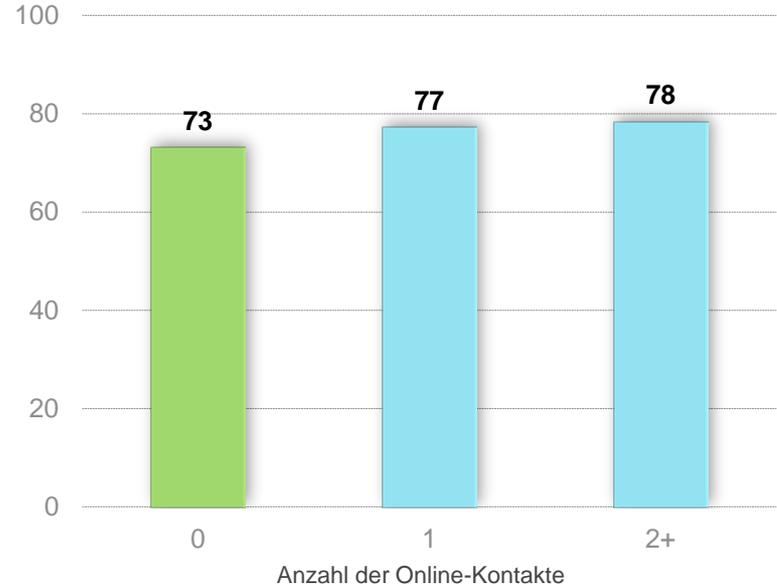
Frage: Sie sehen nun eine Reihe von Spirituosenmarken. Bitte kreuzen Sie alle Marken an, von denen Sie schon gehört haben, auch wenn Sie die Spirituosenmarke eben schon genannt haben.
Basis: User des SevenOne Netzwerks
Quelle: SevenOne Media

Die gestützte Bekanntheit legt noch leicht zu

Gestützte Markenbekanntheit Bacardi
Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit Bacardi
Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen nun eine Reihe von Spirituosenmarken. Bitte kreuzen Sie alle Marken an, von denen Sie schon gehört haben, auch wenn Sie die Spirituosenmarke eben schon genannt haben.
Basis: User des SevenOne Netzwerks
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

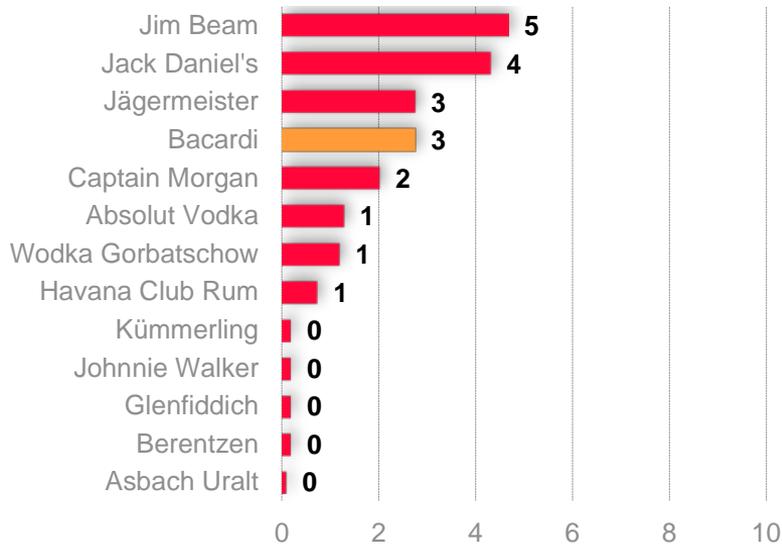
Markenimage und Kaufbereitschaft

Fazit

Ungestützte Werbeerinnerung höher bei jungen Usern

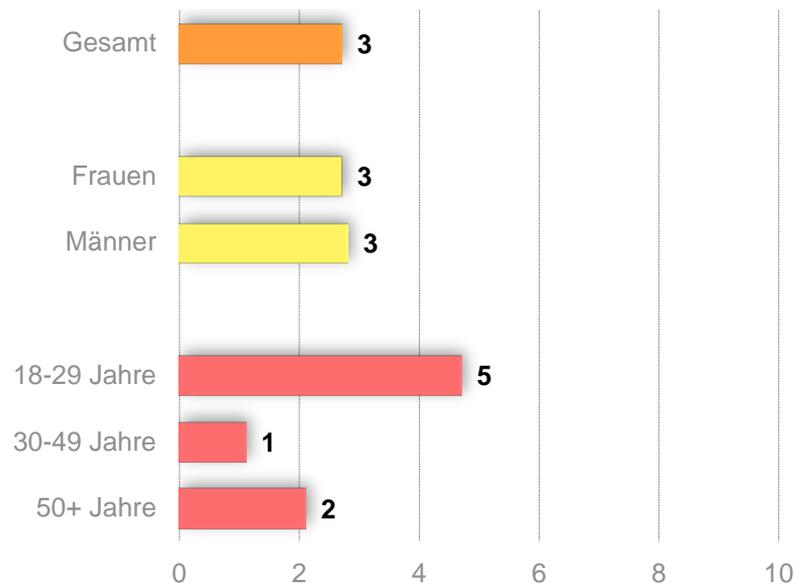
Ungestützte Werbeerinnerung Spirituosen

Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung Bacardi

Angaben in Prozent

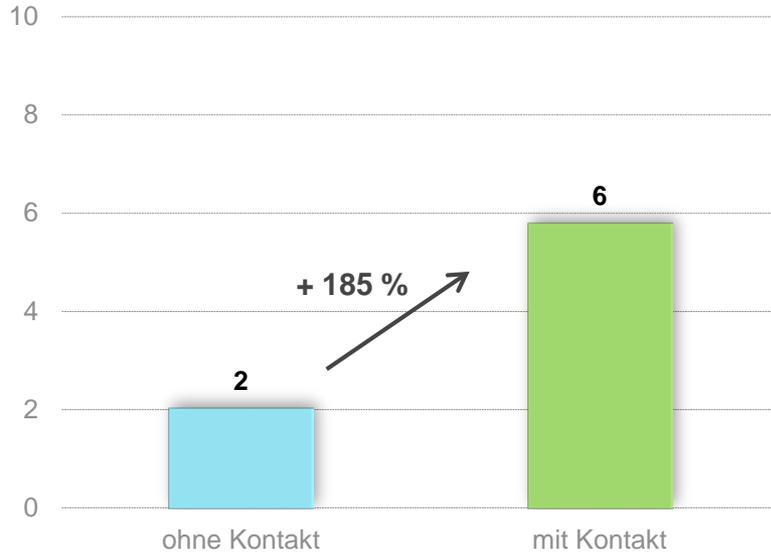


Frage: Und für welche Marken aus dem Bereich Spirituosen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört? Bitte notieren Sie wieder alle Marken, die Ihnen einfallen.
Basis: User des SevenOne Netzwerks
Quelle: SevenOne Media

Die ungestützte Erinnerung profitiert sichtlich von den Online-Kontakten

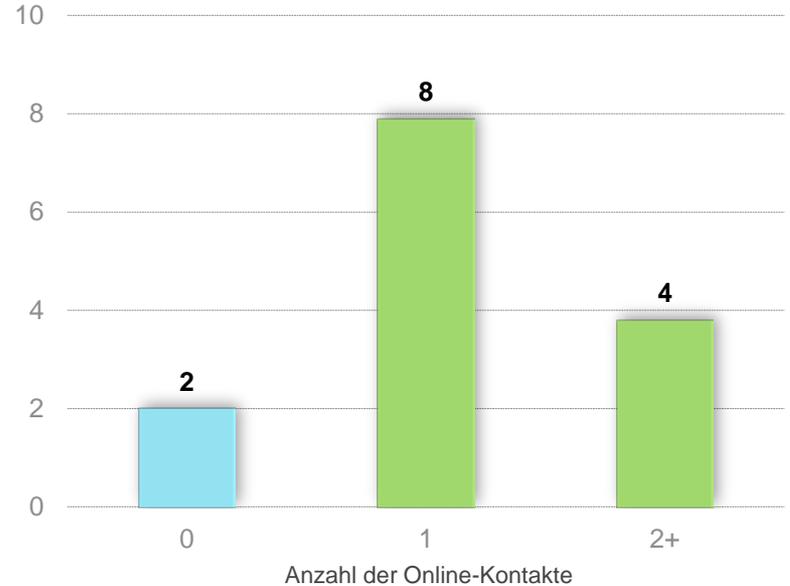
Ungestützte Werbeerinnerung Bacardi

Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung Bacardi

Angaben in Prozent

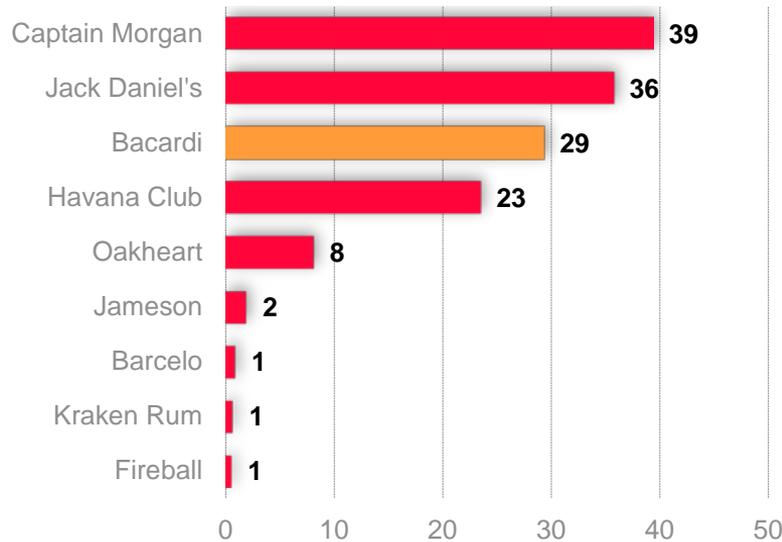


Frage: Und für welche Marken aus dem Bereich Spirituosen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört? Bitte notieren Sie wieder alle Marken, die Ihnen einfallen.
Basis: User des SevenOne Netzwerks
Quelle: SevenOne Media

Jeder Dritte erinnert sich gestützt an Werbung für Bacardi

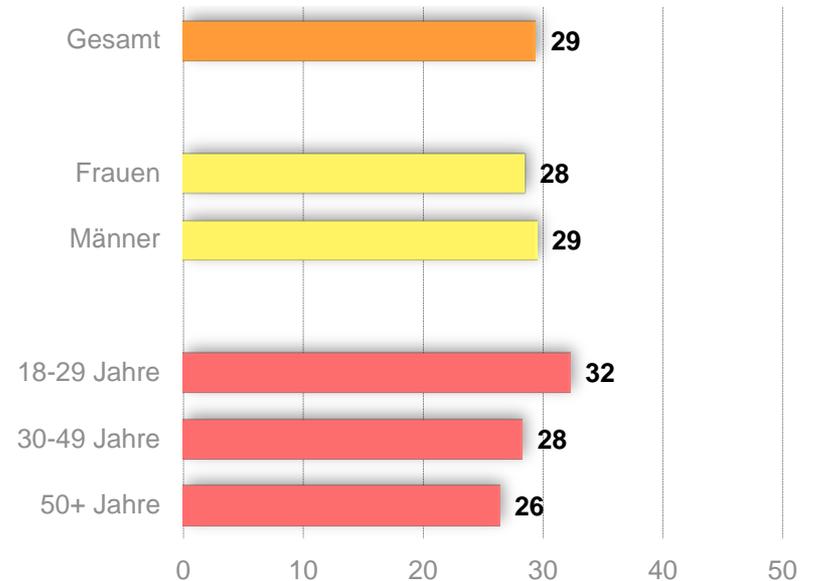
Gestützte Werbeerinnerung Spirituosen

Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung Bacardi

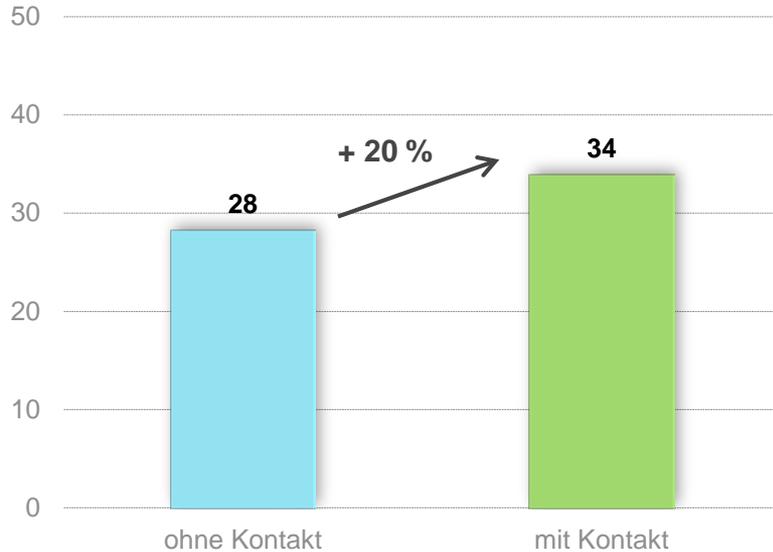
Angaben in Prozent



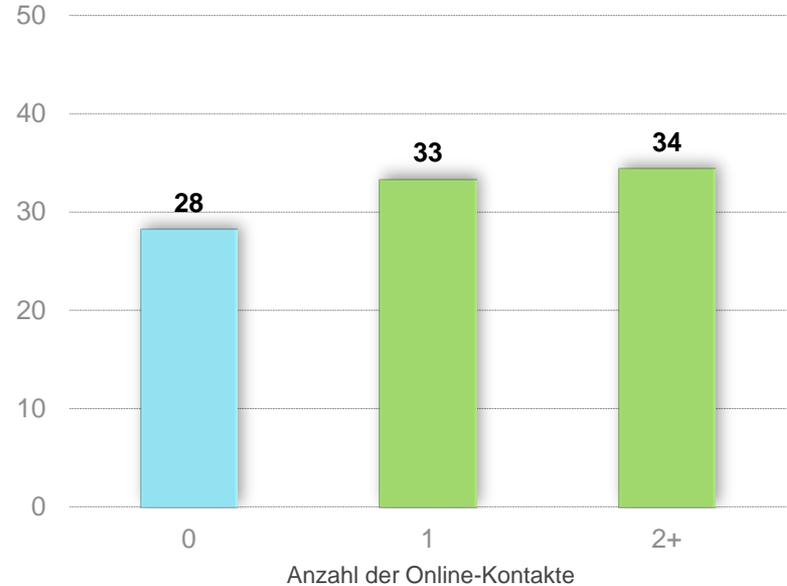
Frage: Und für welche der folgenden Spirituosenmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die eine der Marken kennen
Quelle: SevenOne Media

Mehr Online-Kontakte – bessere Werbeerinnerung

Gestützte Werbeerinnerung Bacardi
Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung Bacardi
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Spirituosenmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die eine der Marken kennen
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

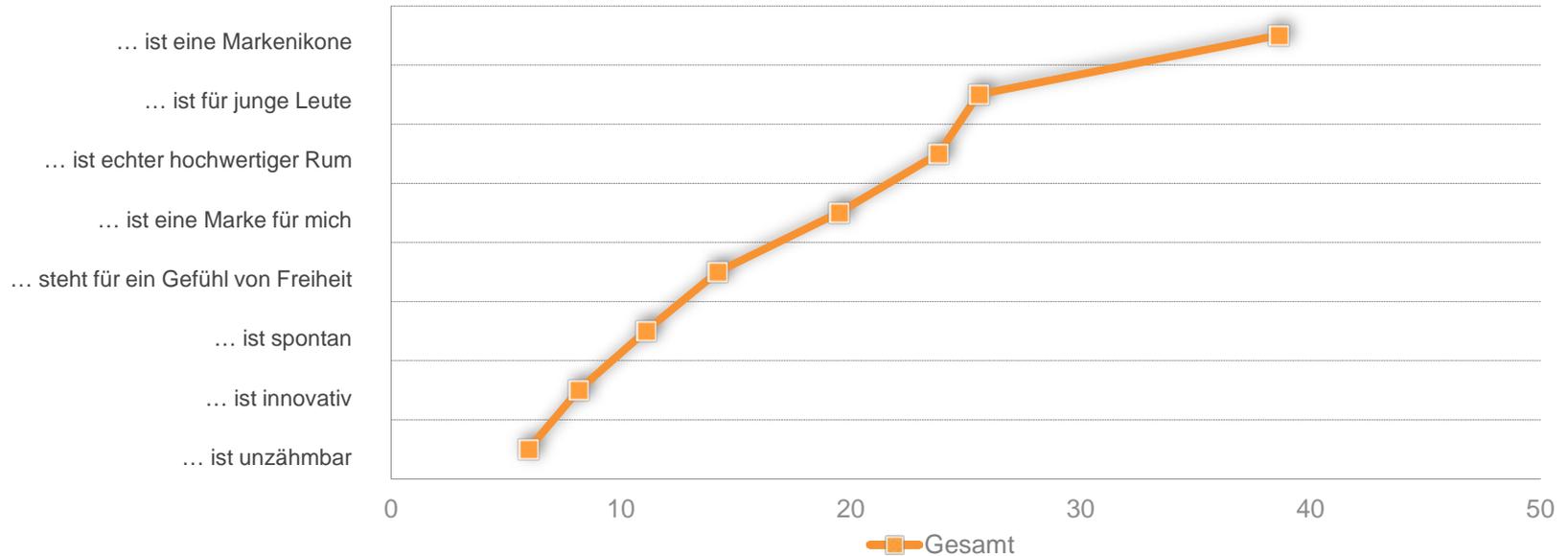
Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

Fazit

Bacardi ist vor allem eine Markenkone und ein Getränk für junge Leute

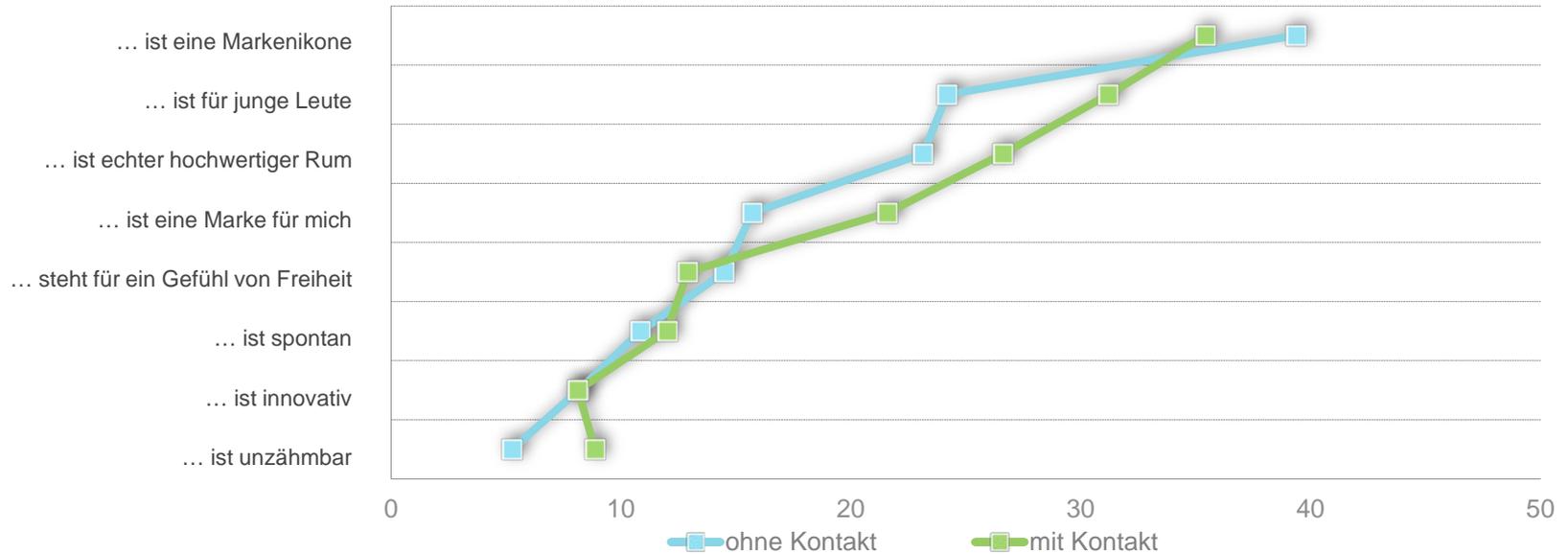
Markenimage Bacardi (TopTwo) Angaben in Prozent



Frage: Nun sehen Sie einige Aussagen, mit denen man die Marke Bacardi beschreiben könnte. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie diesen Aussagen zustimmen. (5-stufige Skala)
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die Bacardi kennen
Quelle: SevenOne Media

Online-Kontakte verbessern das Image der Marke

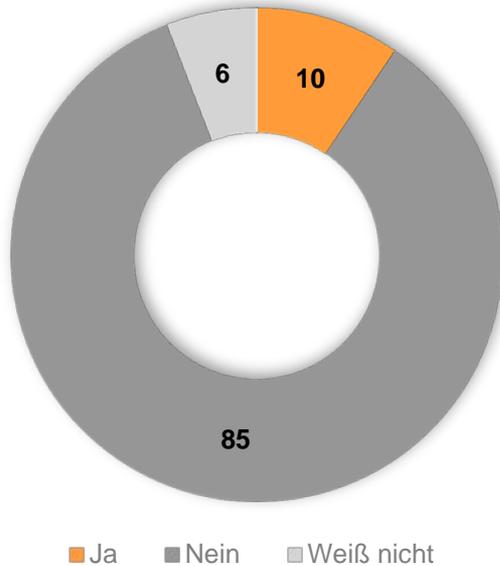
Markenimage Bacardi (TopTwo) Angaben in Prozent



Frage: Nun sehen Sie einige Aussagen, mit denen man die Marke Bacardi beschreiben könnte. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie diesen Aussagen zustimmen. (5-stufige Skala)
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die Bacardi kennen
Quelle: SevenOne Media

Rund 10 haben Bacardi Carta Blanca bereits gekauft

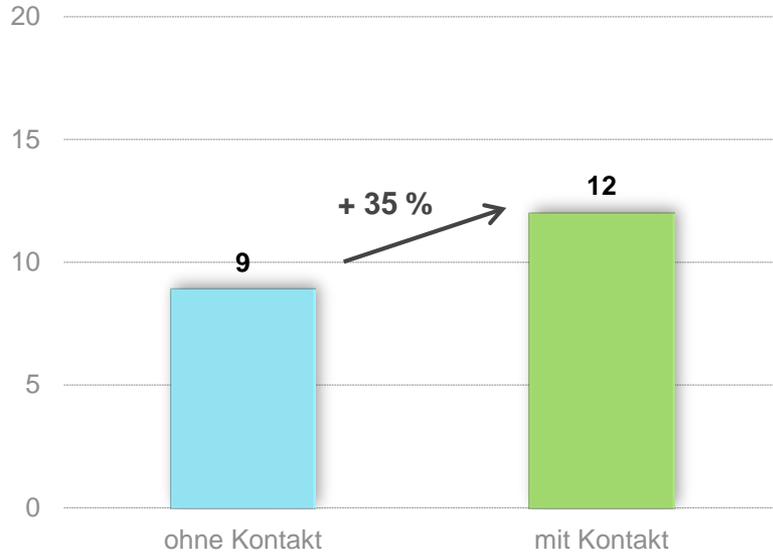
Kauf Carta Blanca Angaben in Prozent



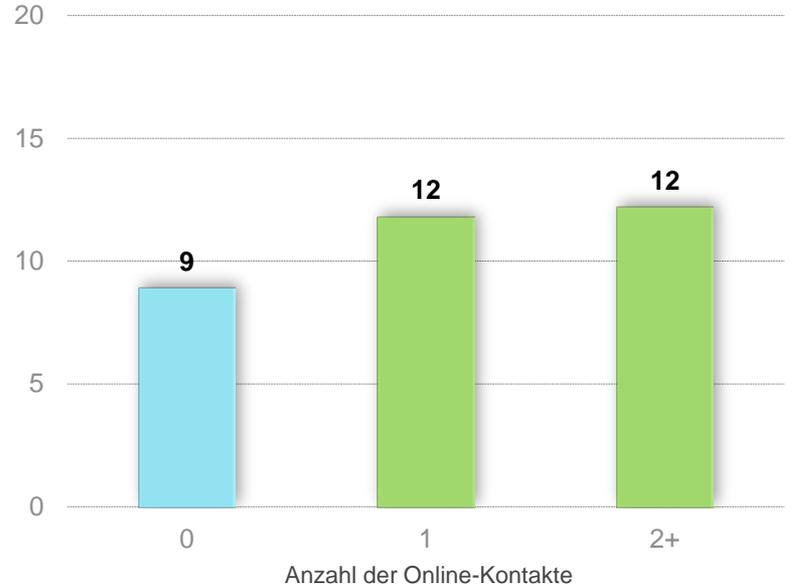
Frage: Haben Sie schon mal Bacardi Carta Blanca gekauft?
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die Bacardi kennen
Quelle: SevenOne Media

User mit Werbekontakt haben bereits öfter Bacardi Carta Blanca gekauft

Kauf Carta Blanca
Angaben in Prozent



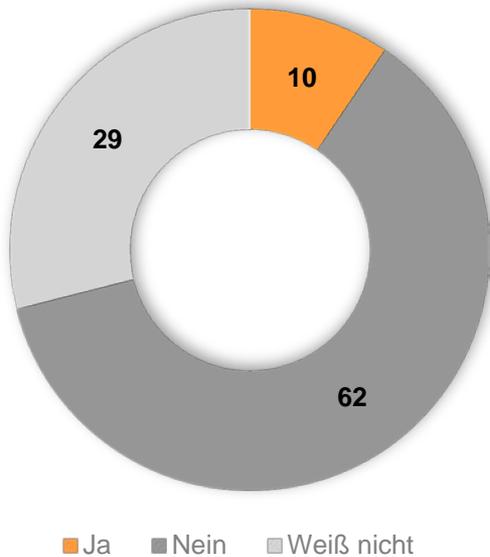
Kauf Carta Blanca
Angaben in Prozent



Frage: Haben Sie schon mal Bacardi Carta Blanca gekauft?
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die Bacardi kennen
Quelle: SevenOne Media

Die Kaufbereitschaft von Bacardi Carta Blanca liegt bei 10 Prozent

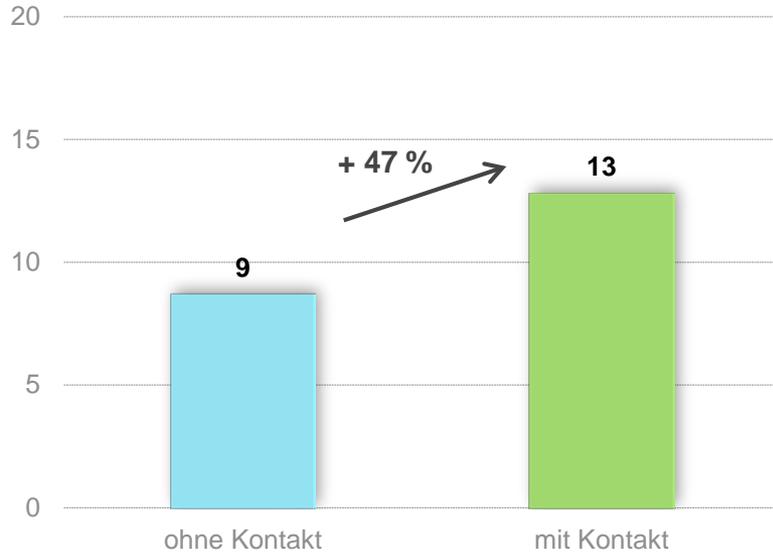
Kaufbereitschaft Carta Blanca Angaben in Prozent



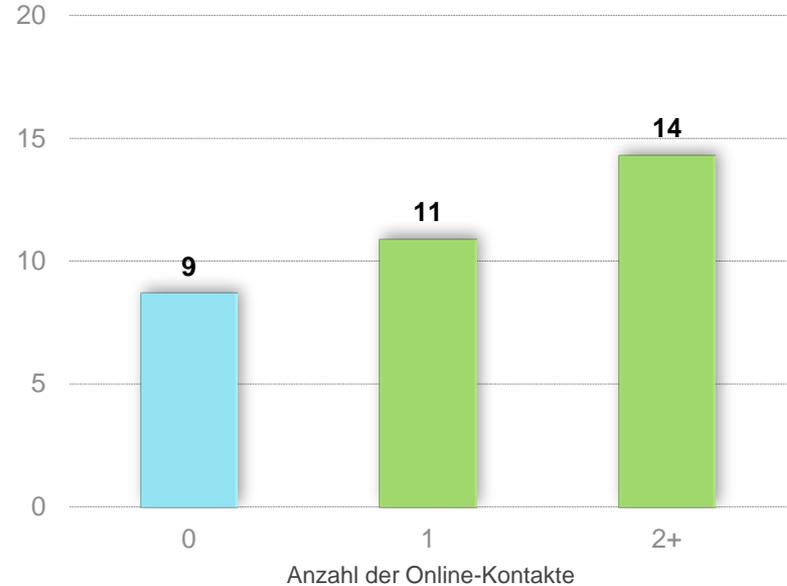
Frage: Können Sie sich vorstellen, Bacardi Carta Blanca zu kaufen?
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die Bacardi Carta Blanca noch nicht gekauft haben
Quelle: SevenOne Media

Kaufbereitschaft profitiert sichtlich von den Online-Kontakten

Kaufbereitschaft Carta Blanca
Angaben in Prozent



Kaufbereitschaft Carta Blanca
Angaben in Prozent



Frage: Können Sie sich vorstellen, Bacardi Carta Blanca zu kaufen?
Basis: User des SevenOne Netzwerks, die Bacardi Carta Blanca noch nicht gekauft haben
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

Fazit

Fazit

- Markenbekanntheit und Werbeerinnerung steigen in Abhängigkeit der Online-Kontakte deutlich an.
- Werbung wird hauptsächlich im Fernsehen und Internet wahrgenommen.
- Barcardi wird vor allem als eine Markenkone gesehen, die junge Leute anspricht und besonders hochwertig ist. Die Online-Kontakte schärfen das Image noch, insbesondere im Hinblick auf die Ansprache junger Leute.
- Bacardi Carta Blanca ist noch nicht sehr bekannt. Entsprechend niedrig fällt auch der Anteil der Käufer / Kaufbereiten aus. Die Online-Kampagne steigert jedoch deutlich die Kaubereitschaft.

Kontakt

Franziska Rochau

Senior Research Manager

SevenOne Media

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-43 52

Fax +49 (0) 89/9507-943 52

www.sevenonemedia.de

franziska.rochau@sevenonemedia.de