

Unterföhring, Juni 2014

Hochland: Toast it!

Begleitforschung via Connected TV



SIXX

MyVideo

GOLD

Agenda

Steckbrief und allgemeine Anmerkungen

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sympathie und Kaufbereitschaft

Fazit

Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	SmartTV-Onlinebefragung über Connected TV anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
Auswahlverfahren	Einladung über die Kachel auf der Startleiste
Stichprobe	n = 5.902 (ProSieben: n=2.899, Sat.1: n=1.844, kabel eins: n=959, sixx: n=200)
Befragungszeitraum	22. April bis 04. Juni 2014
Inhalte	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Sympathie, Kaufbereitschaft

Verschiedene Nutzergruppen

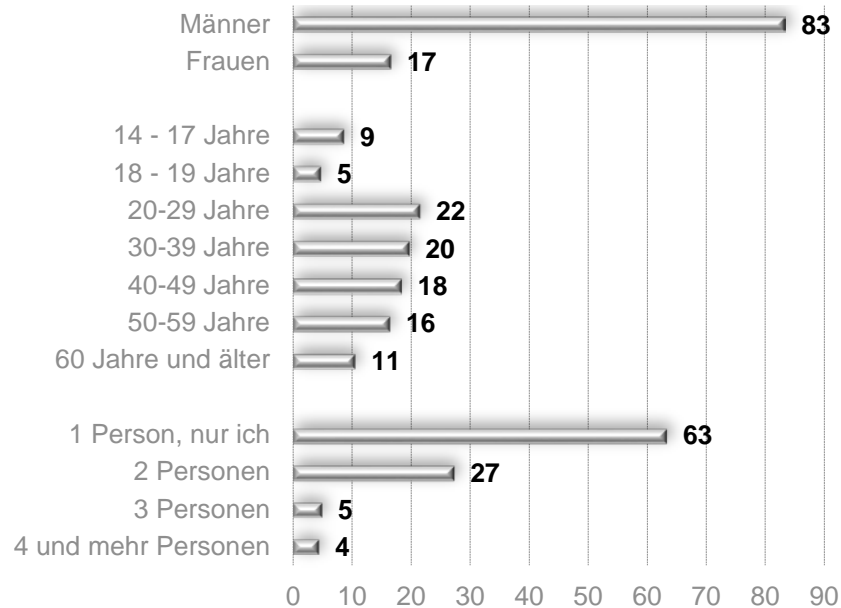
In den folgenden Auswertungen werden fünf Gruppen dargestellt:

ohne Kontakt	kein gemessener Kontakt zu Connected TV-Werbemitteln
mit Kontakt PreRoll	Kontaktgruppe PreRoll
Nullmessung	Messung vor Kampagnenstart
Zwischenmessung HbbTV only	Zwischenmessung während der Buchung „Connected TV only“
Hauptmessung	Messung während der regulären TV- und begleitenden Kampagne in Connected TV

Zielgruppenauftritt

Demografie

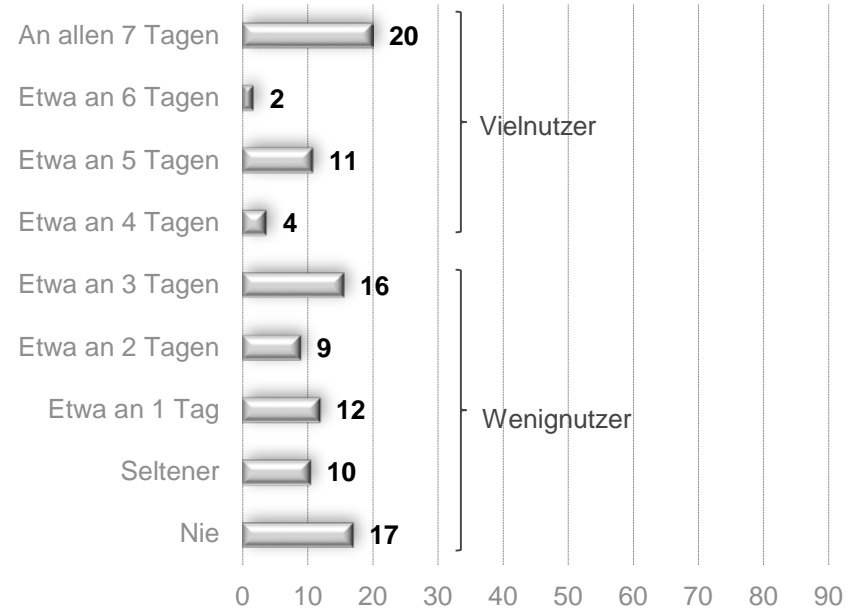
Angaben in Prozent



Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
Quelle: SevenOne Media

Nutzungshäufigkeit RedButton

Angaben in Prozent



Frage: An wie vielen der 7 Wochentage haben Sie den RedButton gedrückt, um auf das Zusatzangebot des Senders zu gelangen? Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx. Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief und allgemeine Anmerkungen

Markenbekanntheit

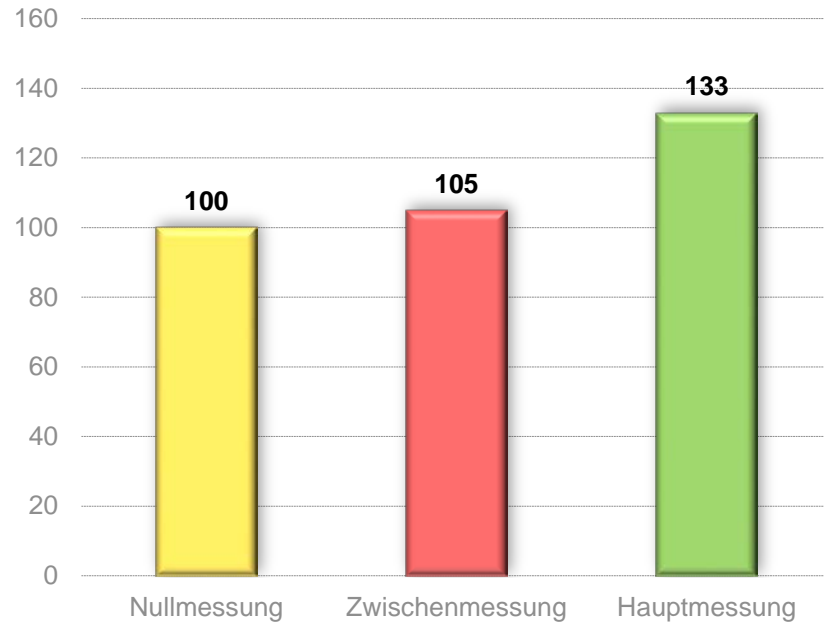
Werbeerinnerung

Sympathie und Kaufbereitschaft

Fazit

Steigende Bekanntheit im Kampagnenverlauf

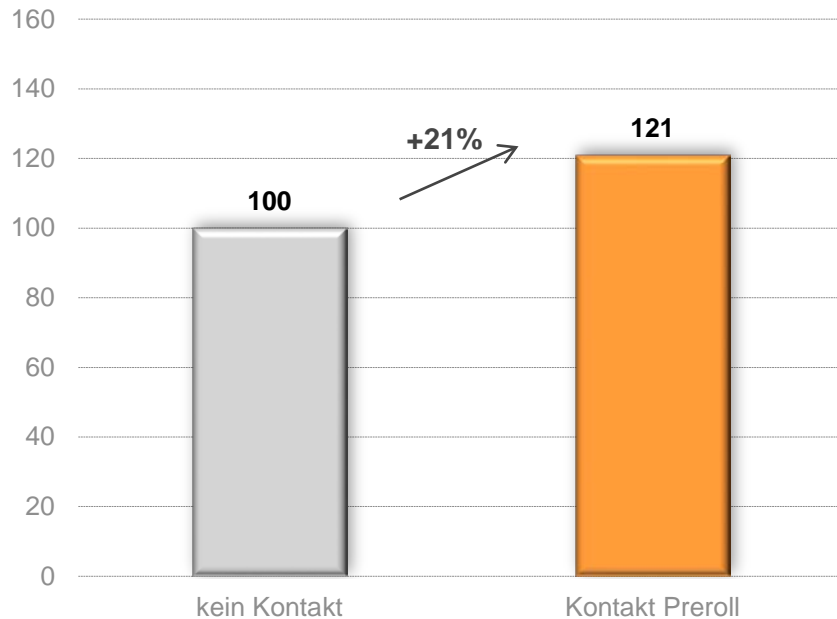
Gestützte Markenbekanntheit nach Messzeitpunkt; Angaben in Indizes



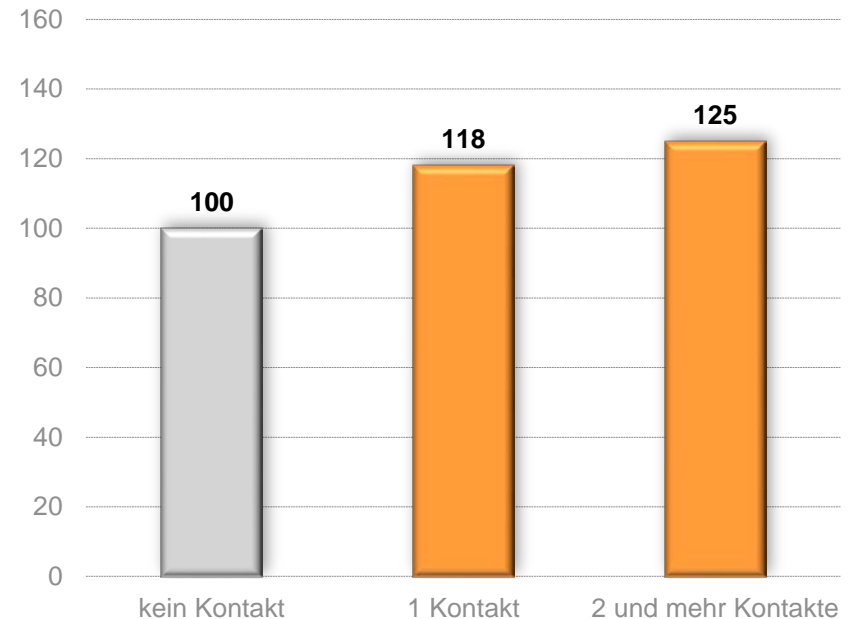
Frage: [...] Welche der folgenden kleine Mahlzeiten zum Toasten oder Aufbacken kennen Sie? Kreuzen Sie bitte an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
Quelle: SevenOne Media

PreRolls im Connected TV pushen die Bekanntheit für Toast it!

Gestützte Markenbekanntheit nach Werbemittelkontakt; Angaben in Indizes



Gestützte Markenbekanntheit nach Kontaktklassen; Angaben in Indizes



Frage: [...] Welche der folgenden kleine Mahlzeiten zum Toasten oder Aufbacken kennen Sie? Kreuzen Sie bitte an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief und allgemeine Anmerkungen

Markenbekanntheit

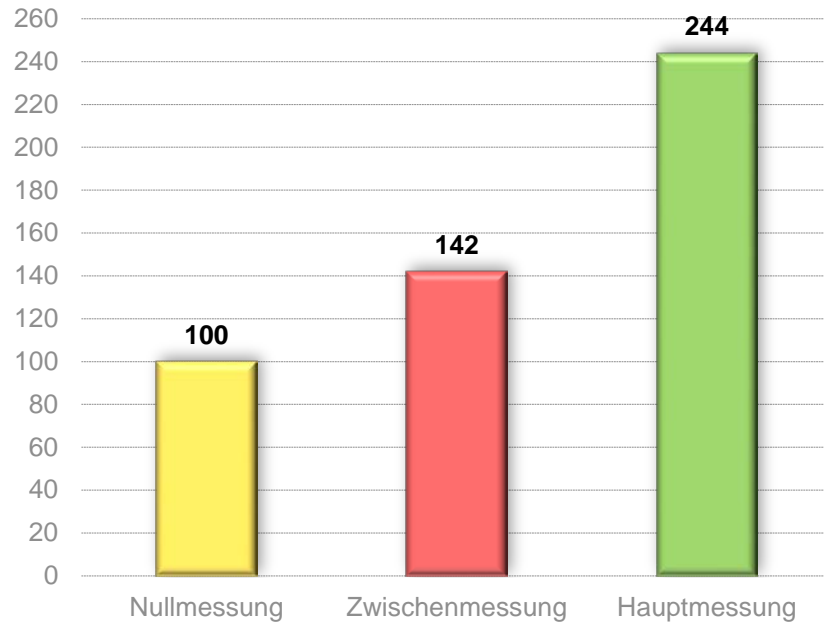
Werbeerinnerung

Sympathie und Kaufbereitschaft

Fazit

Starker Anstieg der Werbeerinnerung im Zeitverlauf

Gestützte Werbeerinnerung nach Messzeitpunkt Angaben in Indizes



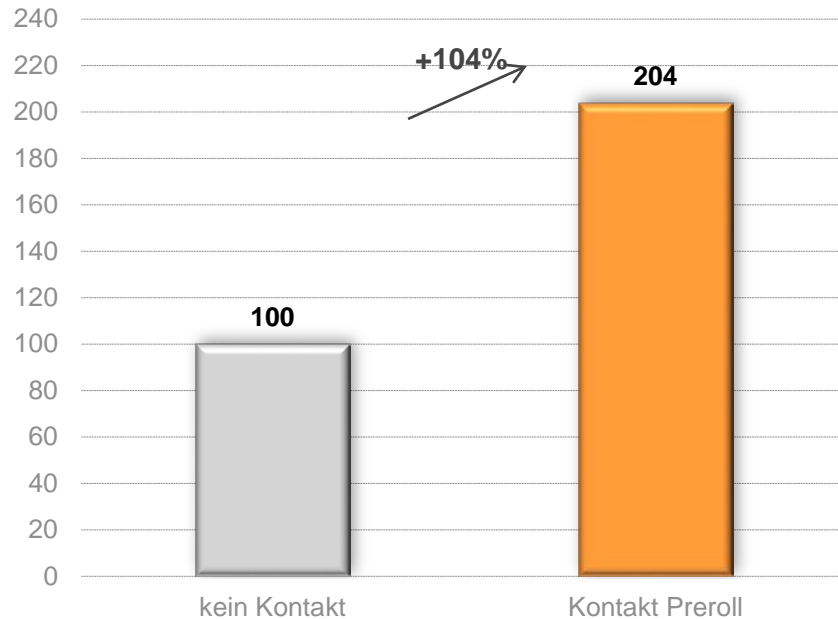
Frage: Und für welche dieser Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, die die jeweilige Marke kennen

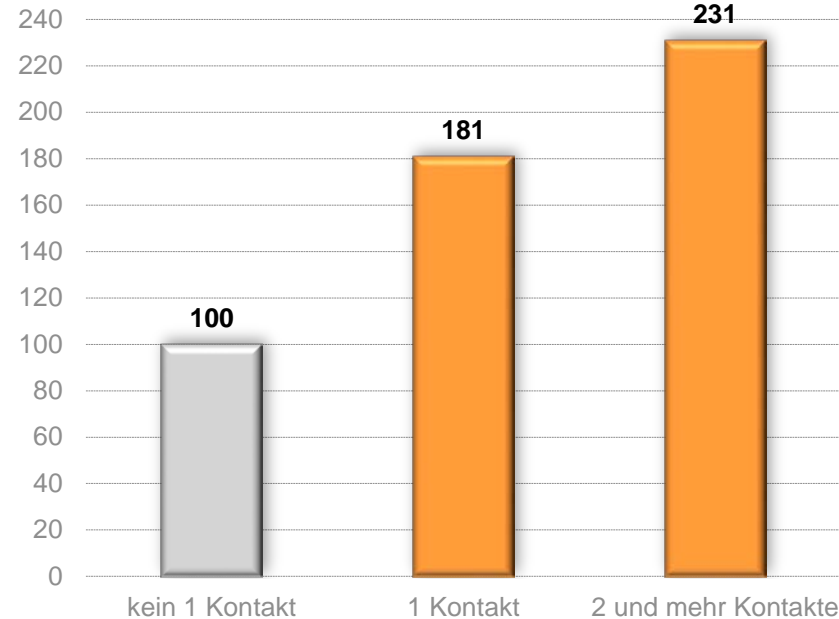
Quelle: SevenOne Media

Viel hilft viel: Mehrfachkontaktierte erinnern Werbung am stärksten

Gestützte Werbeerinnerung nach Werbemittelkontakt; Angaben in Indizes



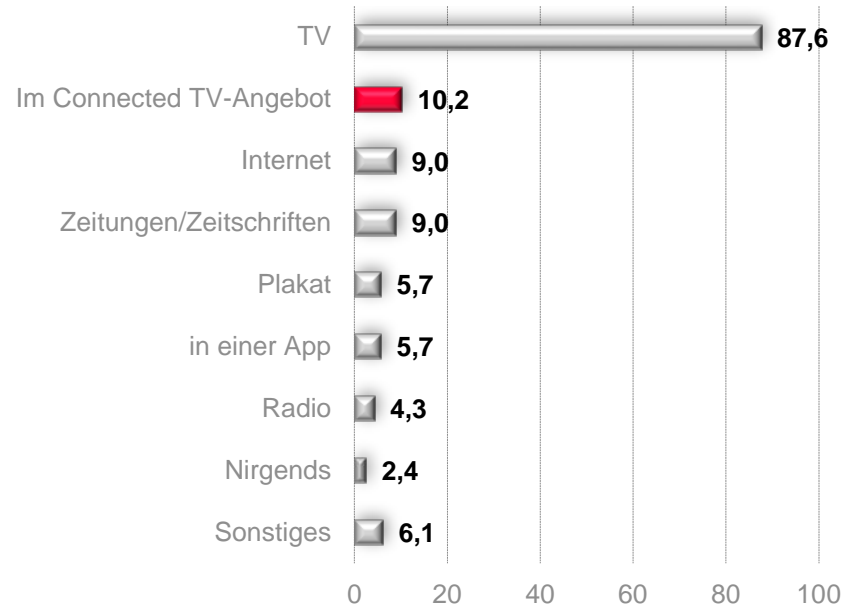
Gestützte Werbeerinnerung nach Kontaktklassen; Angaben in Indizes



Frage: Und für welche dieser Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, die die jeweilige Marke kennen
Quelle: SevenOne Media

Werbung über Connected TV wird von jedem Zehnten explizit erinnert

Erinnerte Werbemedien Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie die Werbung für Toast it! gesehen, gehört oder gelesen haben?

Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, die Werbung von Toast it! erinnern

Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief und allgemeine Anmerkungen

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

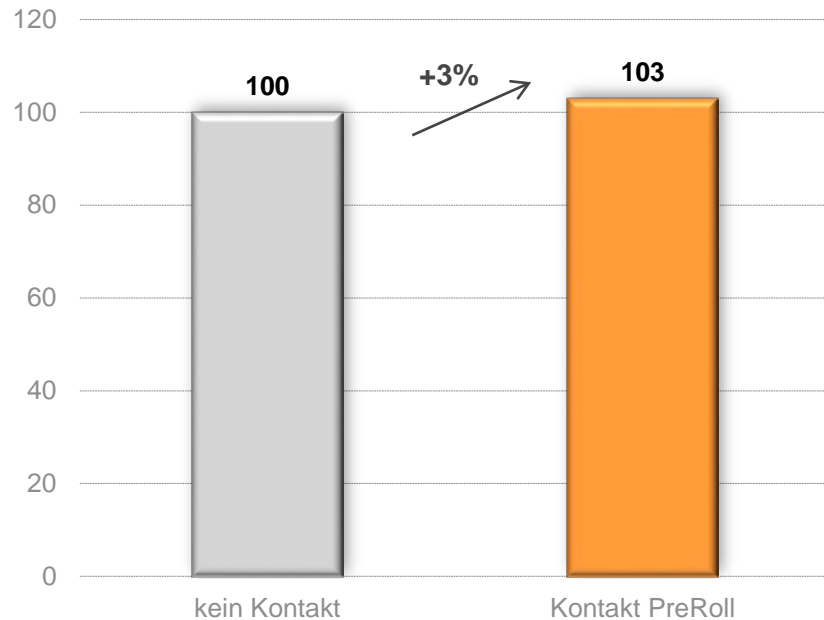
Sympathie und Kaufbereitschaft

Fazit

Connected TV-Kampagne verhilft zu leichter Sympathiesteigerung

Sympathie

Angaben in Indizes (Basis: Bewertung abgegeben)

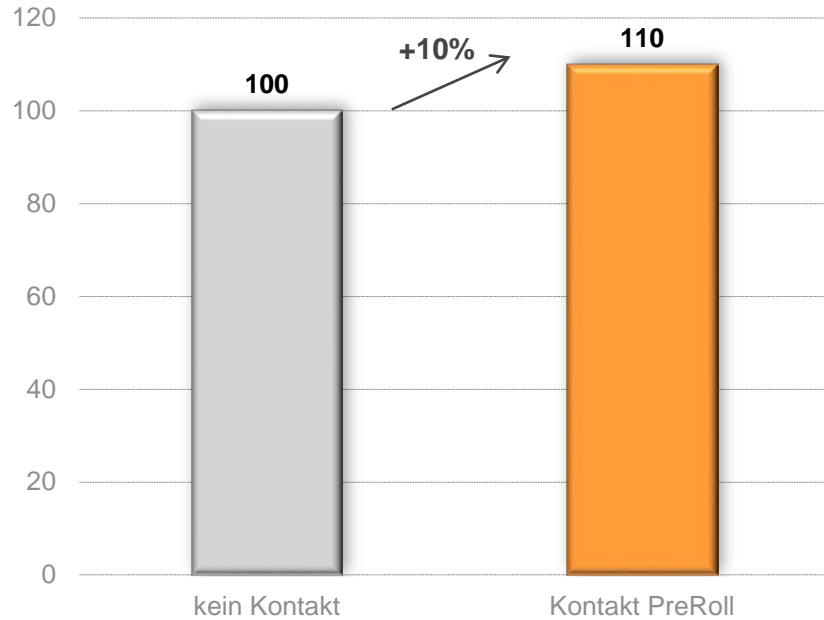


Frage: Wie sympathisch ist Ihnen Toast it!?

Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, die Toast it! kennen und eine Bewertung abgeben. Quelle: SevenOne Media

Kontaktierte kaufbereiter

Kaufbereitschaft Angaben in Indizes



Frage: [...] Käme „Toast it!“ von Hochland bei einem Einkauf für Sie prinzipiell in Frage?
Basis: Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx, die Toast it!
kennen. Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief und allgemeine Anmerkungen

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sympathie und Kaufbereitschaft

Fazit

Auch Video-Werbung via Connected TV bringt´s

- Steigerung der gestützte Markenbekanntheit durch Connected TV-Kampagne
- Werbemittelkontakte pushen die Werbeerinnerung
- Fernsehen deutlich als Top-Werbemedium erinnert, zweitstärkstes Medium bereits Connected TV
- Sympathie und Kaufbereitschaft wird durch Kampagne ebenfalls positiv beeinflusst

Fazit:

VideoAds in Form von PreRolls entfalten ihre Wirkung auch im Connected TV hervorragend: Die Wirkung aller relevanten Indikatoren steigt bereits während der exklusiven Schaltung via Connected TV. Im Zeitverlauf und mit der Zubuchung von regulärer TV-Werbung steigen die Werte nochmals.

Kontakt

Sandra Altenburg
Research Manager

SevenOne Media
Medienallee 4
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89/9507-41 83
Fax +49 (0) 89/9507-941 83
www.sevenonemedia.de
sandra.altenburg@sevenonemedia.de