

Unterföhring, Februar 2014

tropo

Onsite-Befragung



SIXX

MyVideo

GOLD

ZMAXX

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

Fazit

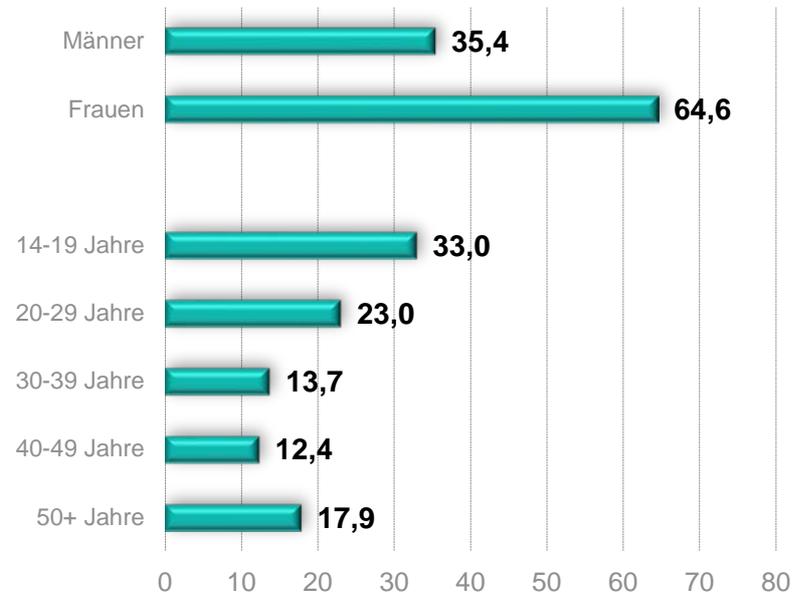
Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n = 3.254
Befragungszeitraum	18. Dezember 2013 – 31. Januar 2014
Inhalte	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Kaufbereitschaft, Markenimage

Zielgruppenauftritt

Demografie

Angaben in Prozent



Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

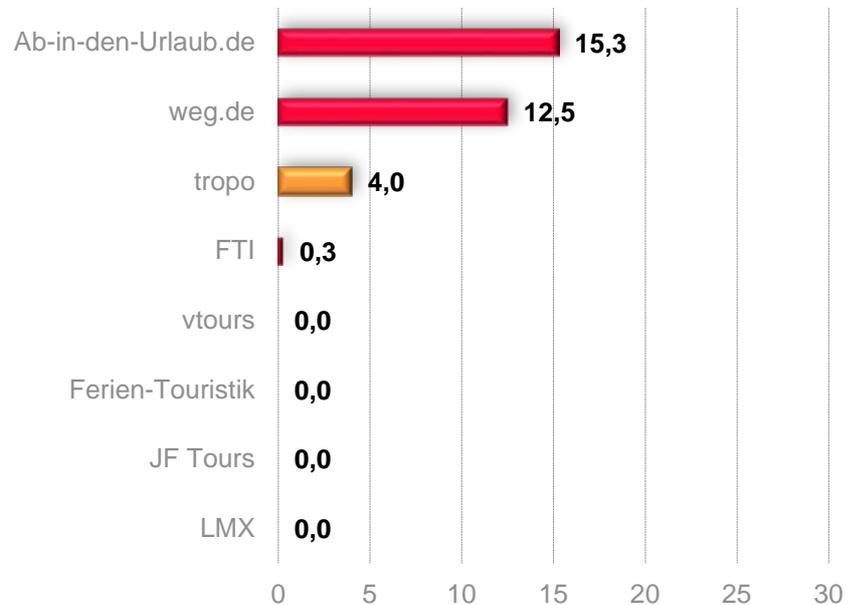
Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

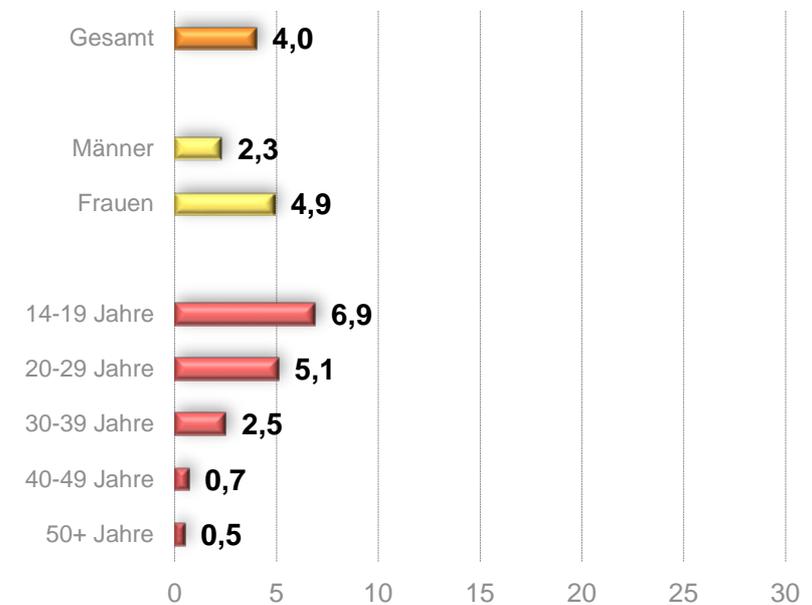
Fazit

Ungestützt kennen vor allem Frauen und Jüngeren tropo

Ungestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



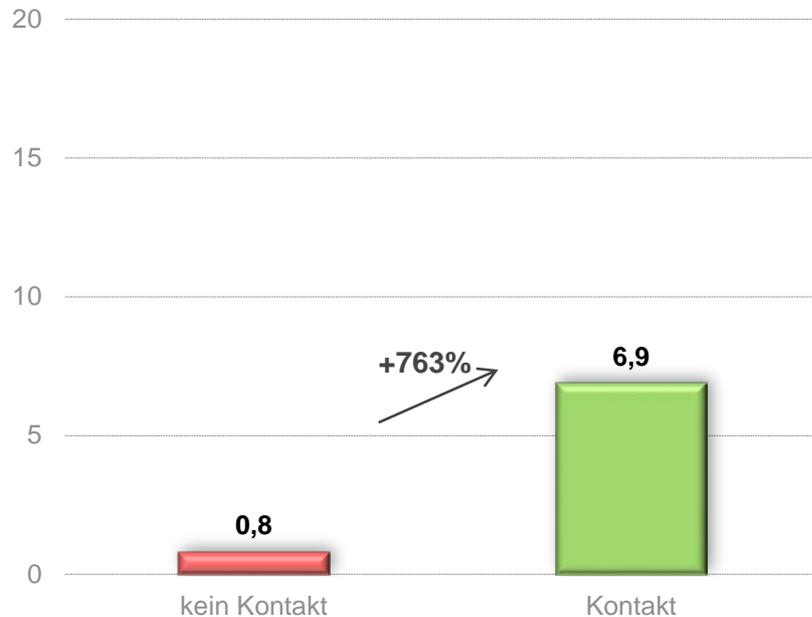
Ungestützte Markenbekanntheit – tropo Angaben in Prozent; Geringe Fallzahl



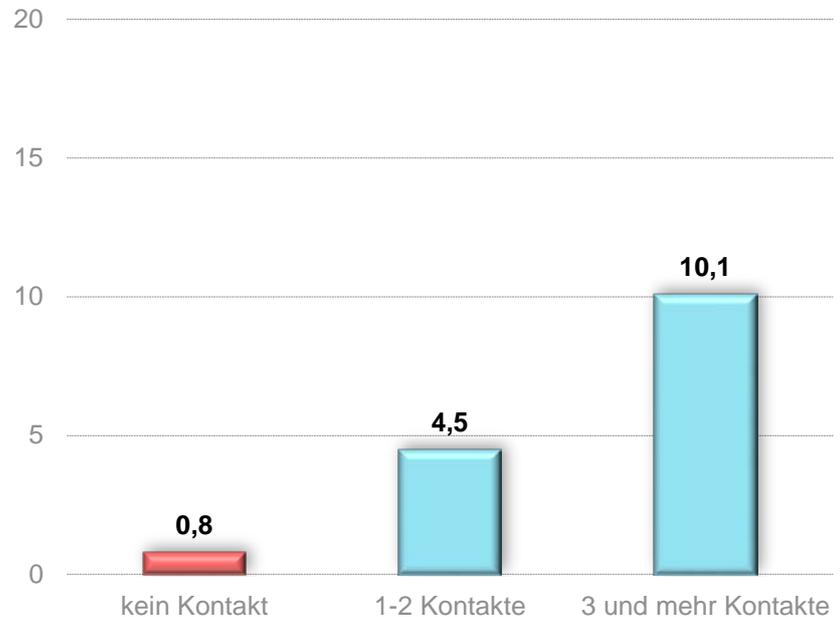
Frage: Jetzt geht es um Online-Reiseveranstalter. Welche Online-Reiseveranstalter kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Onlinekontakte beflügeln die ungestützte Markenbekanntheit von tropo

Ungestützte Markenbekanntheit – tropo
Angaben in Prozent



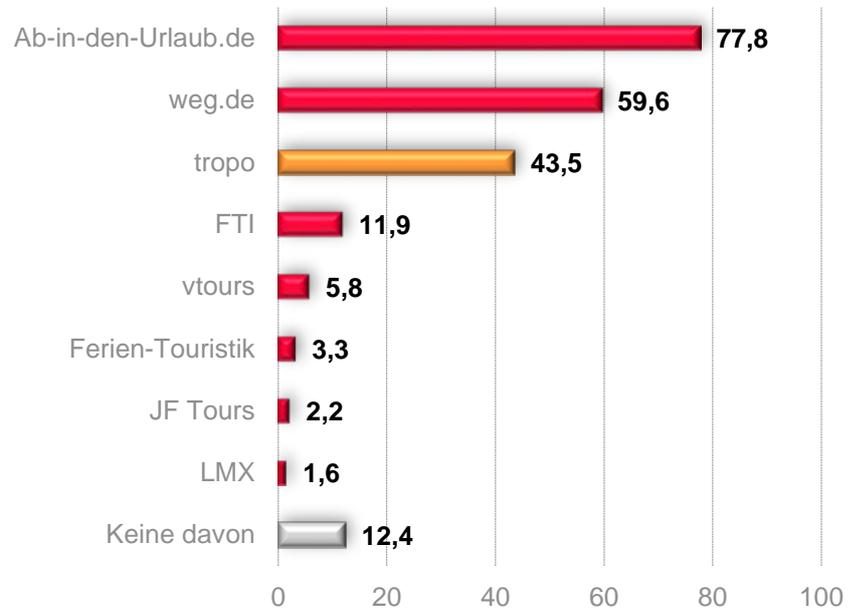
Ungestützte Markenbekanntheit – tropo
Angaben in Prozent



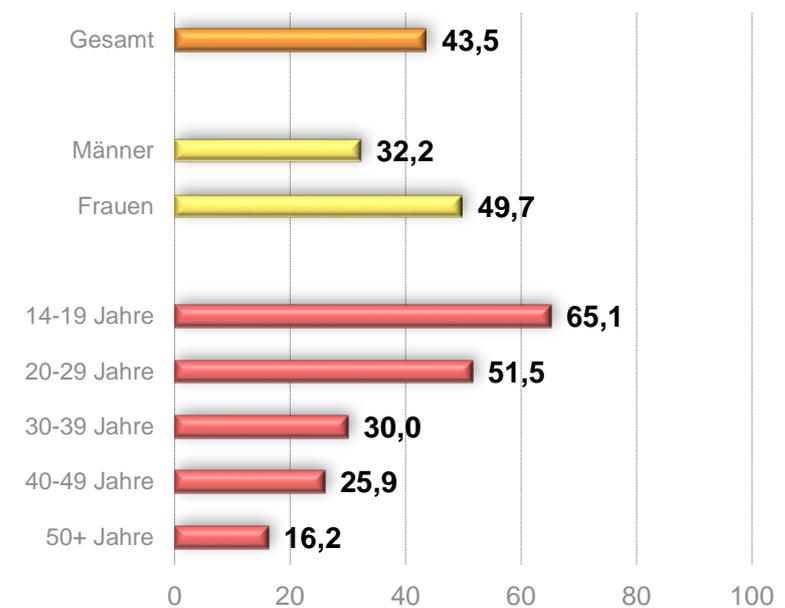
Frage: Jetzt geht es um Online-Reiseveranstalter. Welche Online-Reiseveranstalter kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Vor allem Frauen und Jüngeren ist tropo ein Begriff

Gestützte Markenbekanntheit Online-Reiseveranstalter Angaben in Prozent



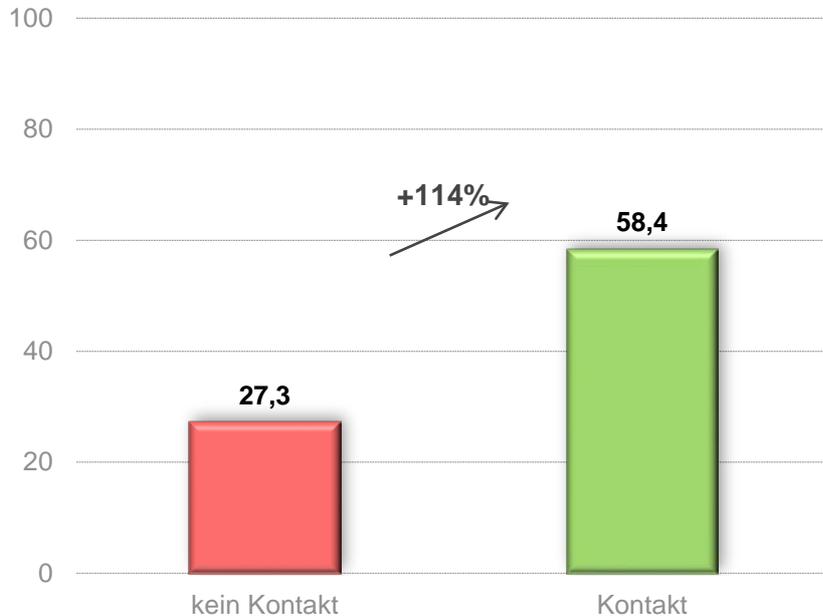
Gestützte Markenbekanntheit – tropo Angaben in Prozent



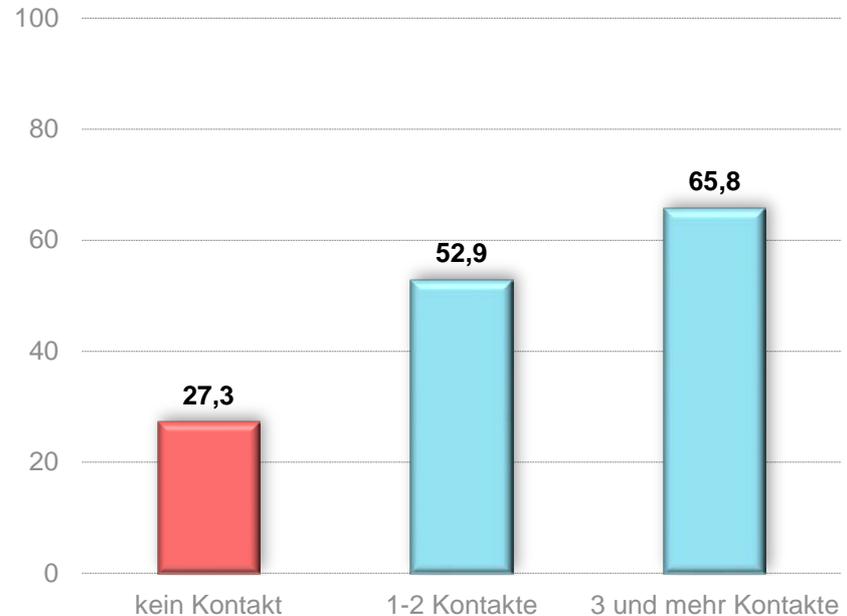
Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Online-Reiseveranstaltern. Kreuzen Sie bitte an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Online-Kontakte bringen starken Bekanntheitsschub für die Marke tropo

Gestützte Markenbekanntheit – tropo
Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit – tropo
Angaben in Prozent



Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Online-Reiseveranstaltern. Kreuzen Sie bitte an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

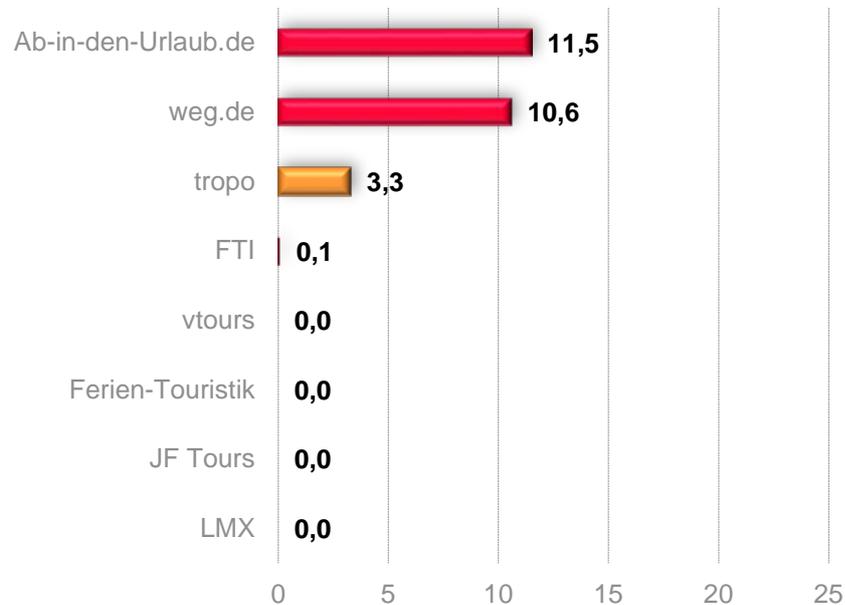
Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

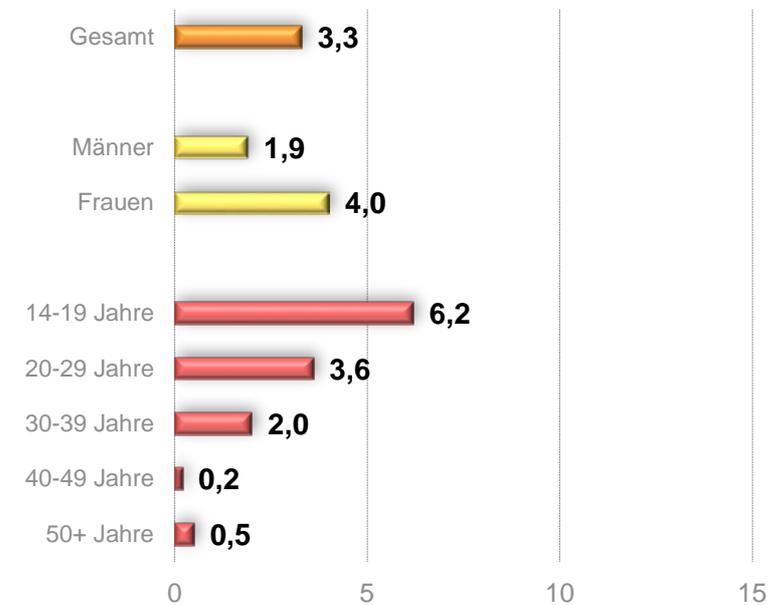
Fazit

Starke ungestützte Werbeerinnerung bei den Jüngsten

Ungestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung – tropo Angaben in Prozent; Geringe Fallzahl



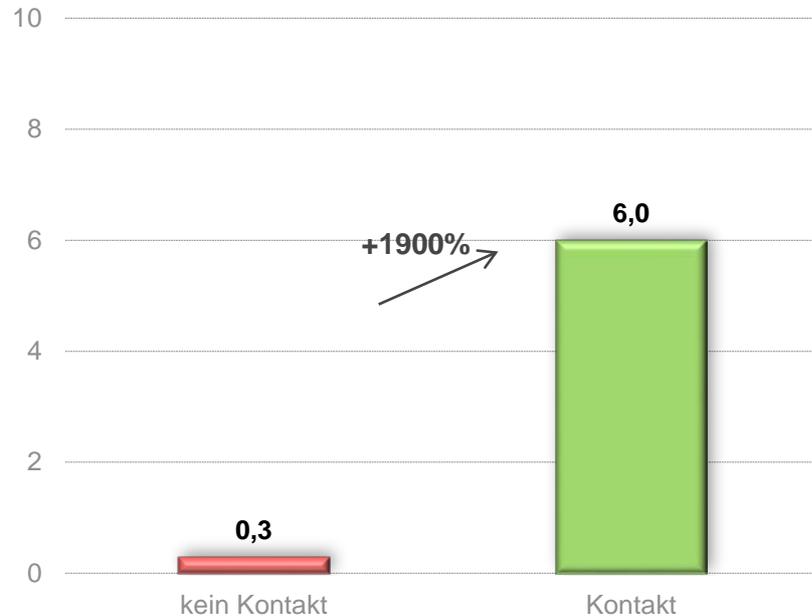
Frage: Und für welche Online-Reiseveranstalter haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de

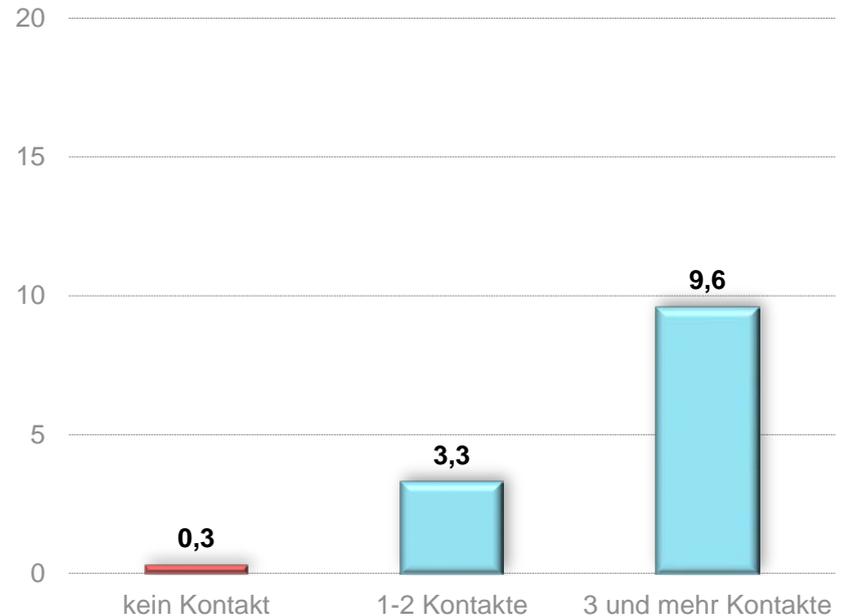
Quelle: SevenOne Media

Online-Kontakte lassen die ungestützte Erinnerung in die Höhe schnellen

Ungestützte Werbeerinnerung – tropo Angaben in Prozent



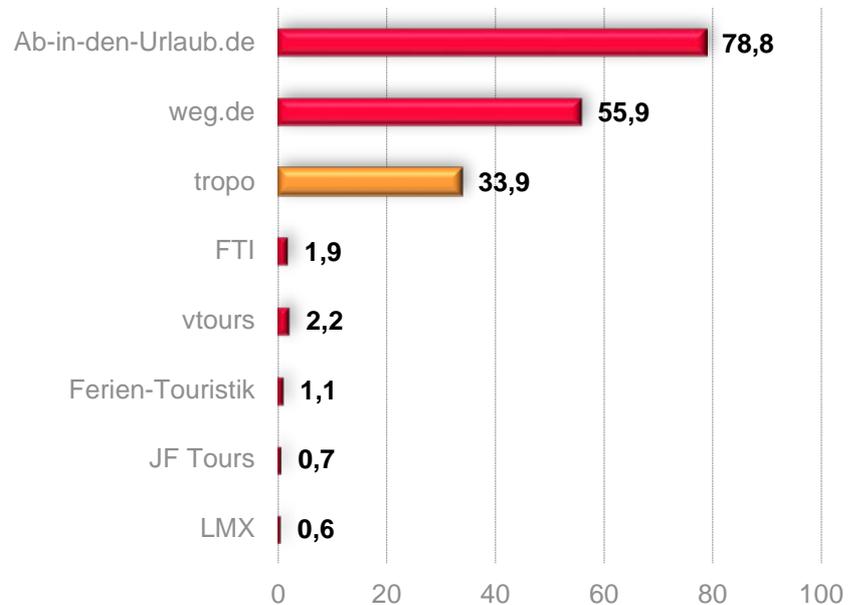
Ungestützte Markenbekanntheit – tropo Angaben in Prozent



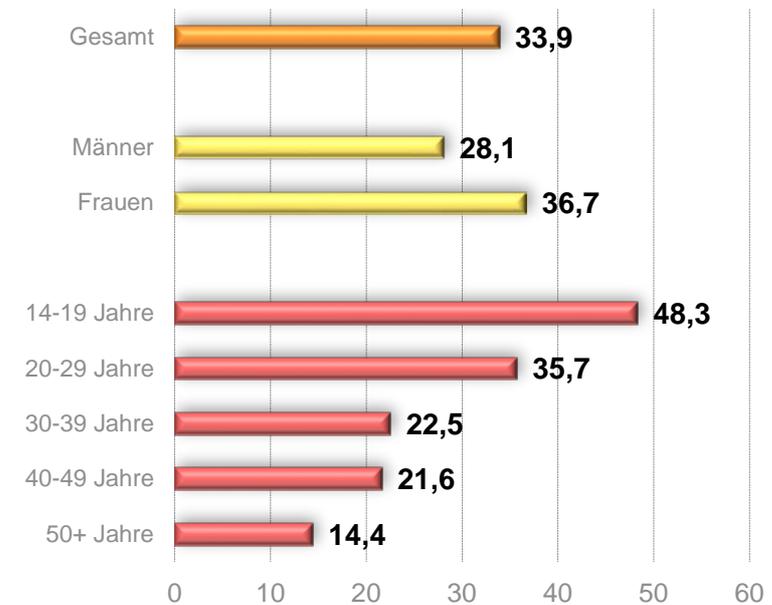
Frage: Und für welche Online-Reiseveranstalter haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Vor allem Frauen und Jüngerer erinnern sich gestützt an Werbung von tropo

Gestützte Werbeerinnerung Online-Reiseveranstalter Angaben in Prozent



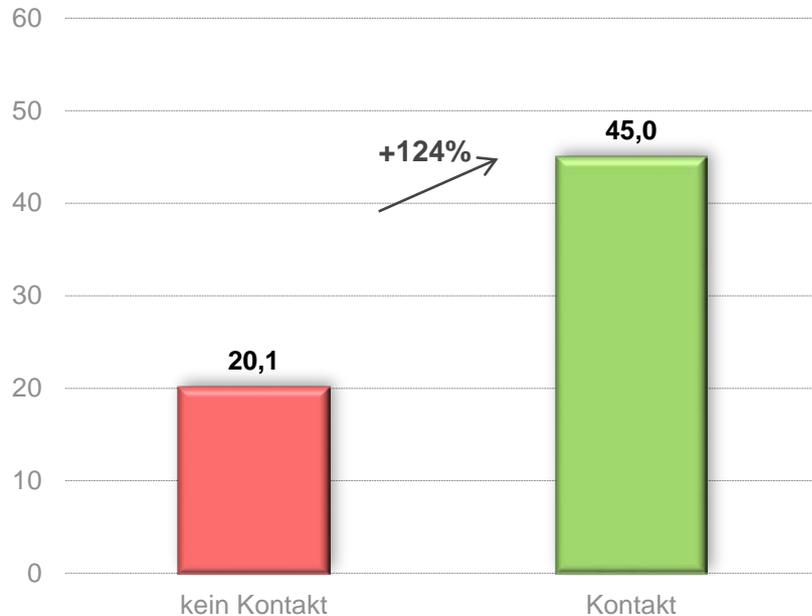
Gestützte Werbeerinnerung – tropo Angaben in Prozent



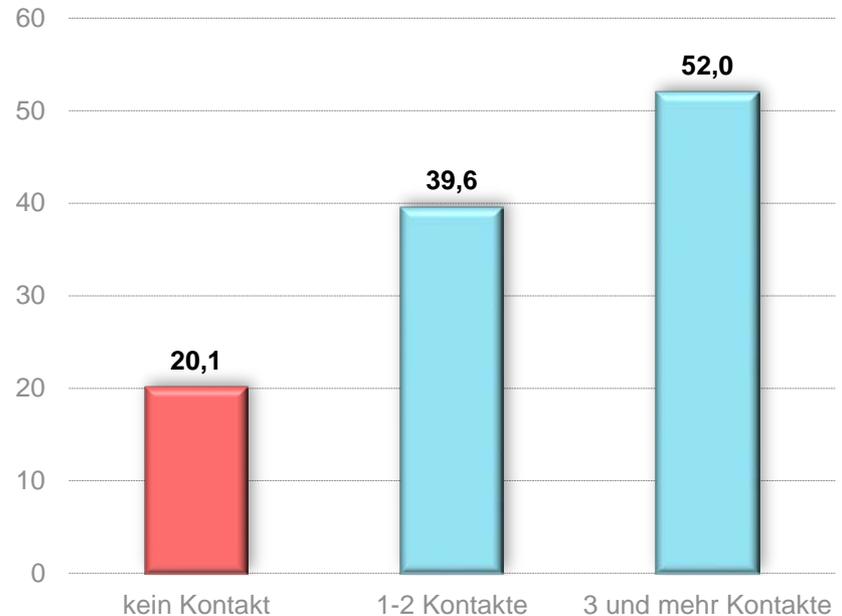
Frage: Und für welche dieser Online-Reiseveranstalter haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, die tropo/die jeweilige Marke kennen
Quelle: SevenOne Media

Onlinekontakte pushen auch die Werbeerinnerung; hohe Doesen besonders effektiv

Gestützte Werbeerinnerung – tropo
Angaben in Prozent



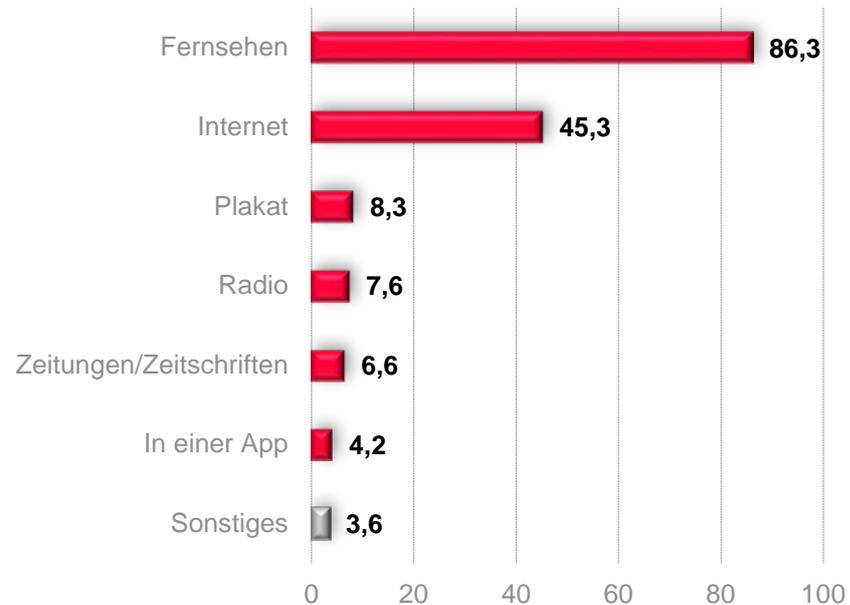
Gestützte Werbeerinnerung – tropo
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche dieser Online-Reiseveranstalter haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, die tropo kennen.
Quelle: SevenOne Media

TV und Internet als top-erinnerte Werbemedien

Erinnerte Werbemedien Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie die Werbung für tropo gesehen, gehört oder gelesen haben?
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, die sich an Werbung für tropo erinnern
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

Fazit

Leicht positiveres Markenbild bei kontaktierten Personen

Markenimage tropo

Angaben in Prozent (TopTwo)

...hat günstige Last Minute- und Frühbucher-Angebote.

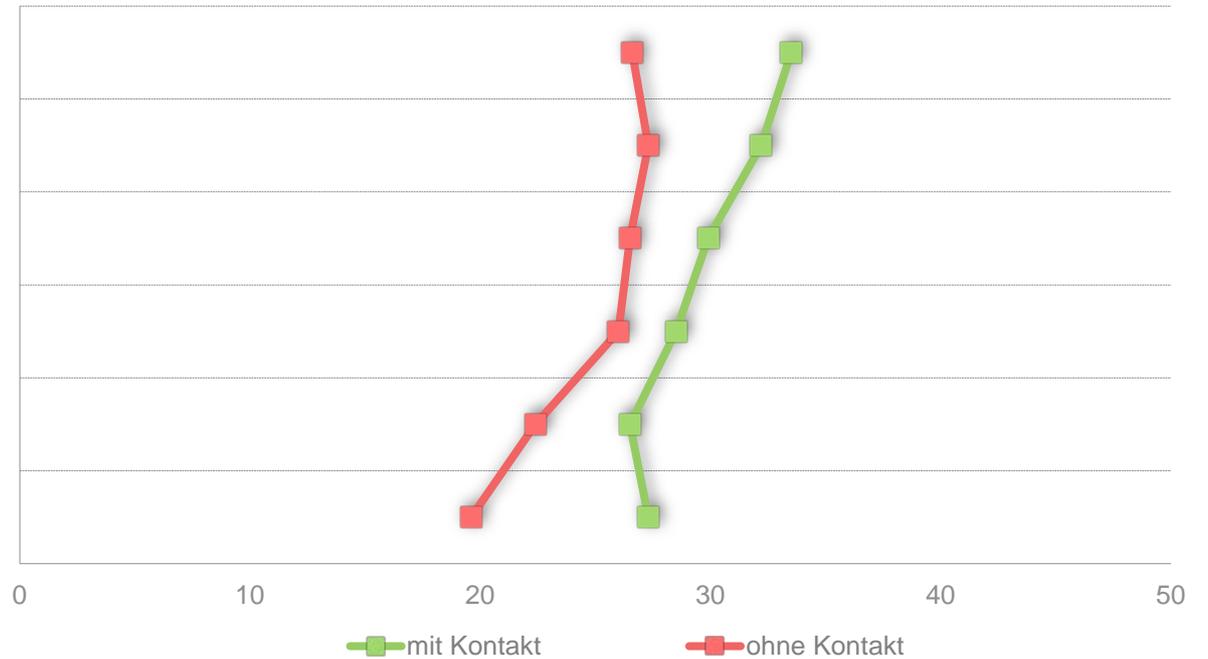
...bietet günstige Pauschalreisen.

...lässt mich meinen Urlaub flexibel zusammenstellen.

...bietet ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis.

...ist ein Experte in Sachen Reisen.

...ist vertrauensvoll.



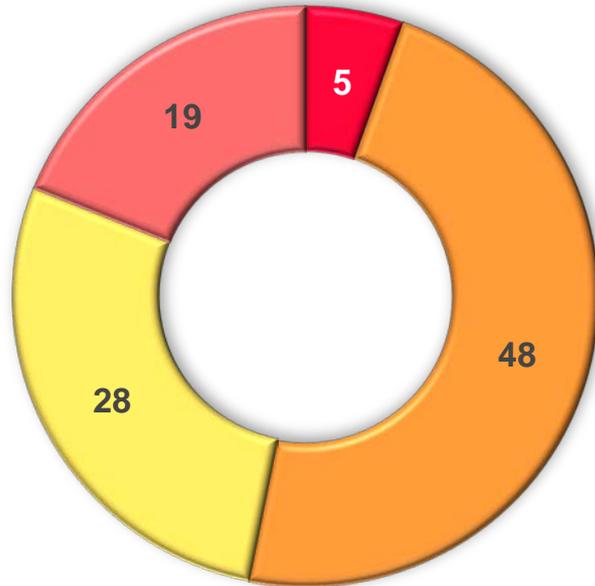
Frage: Hier sehen Sie einige Aussagen zu tropo. Geben Sie bitte jeweils an, inwieweit Sie der Aussage zustimmen. Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 5=trifft überhaupt nicht zu

Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, die tropo kennen

Quelle: SevenOne Media

Mehr als jeder Zweite könnte sich vorstellen, bei tropo zu buchen

Buchungsbereitschaft Angaben in Prozent



■ Ja, sicher ■ Ja, vielleicht ■ Nein, eher nicht ■ Nein, sicher nicht

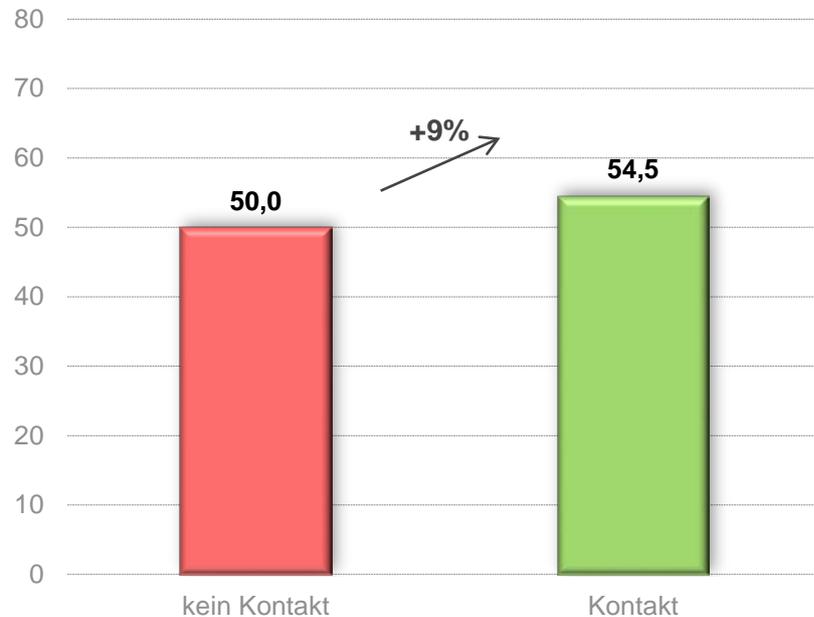
Frage: Können sie sich vorstellen über tropo eine Reise zu buchen?

Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, die eine Wertung abgegeben haben

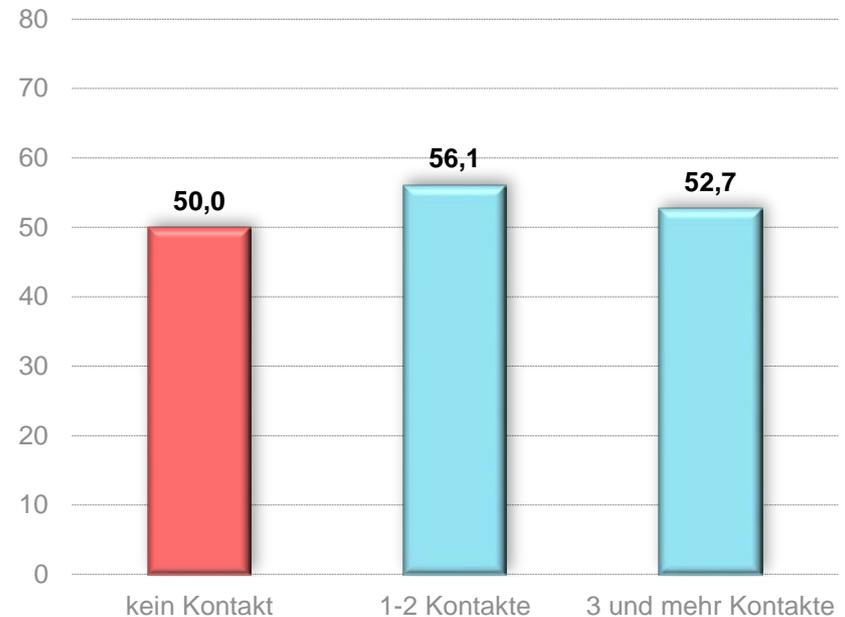
Quelle: SevenOne Media

Auch die Buchungsbereitschaft wird durch Online-Werbung positiv beeinflusst

Buchungsbereitschaft – tropo
Angaben in Prozent, Top Two



Buchungsbereitschaft – tropo
Angaben in Prozent, Top Two



Frage: Können sie sich vorstellen über tropo eine Reise zu buchen?

Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, die tropo kennen und eine Wertung abgegeben haben.

Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Markenimage und Kaufbereitschaft

Fazit

Online-Kampagne mit fulminanter Wirkung

Markenbekanntheit

Die Bekanntheit von tropo konnte mit Hilfe der Kampagne mehr als verdoppelt werden. Besonders Frauen und jungen Befragten ist tropo ein Begriff. Vor allem bei Befragten, denen Online-Kontakte mit der Kampagne nachgewiesen werden konnten, hat sich die Marke tropo fest in den Köpfen verankert. Hier gilt: Viel hilft viel: Die Bekanntheit steigt mit der Anzahl der Kampagnenkontakte.

Werbeerinnerung

Auch die Werbeerinnerung wird in hohem Maße von der Online-Werbung beeinflusst: Befragte mit Werbemittelkontakt erinnern sich stärker daran, Werbung für tropo gesehen zu haben, als Personen ohne Online-Kontakt. Auch in Punkto Werbeerinnerung sind es vor allem weibliche und junge Befragte, die sich an Werbung für tropo erinnern können. Auch die Werbeerinnerung steigt mit zunehmender Anzahl der Online-Kontakte

Die mit Abstand am stärksten erinnerten Werbemedien sind TV und Internet.

Image

Das Markenimage wird durch die Online-Kampagne deutlich positiv beeinflusst: Personen mit nachgewiesenem Online-Kontakt nehmen die Marke positiver wahr als Personen ohne Werbemittelkontakt.

Relevant Set

Mehr als die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, über tropo eine Reise zu buchen. Auch hier zeigt sich die Wirksamkeit der Online-Kampagne, denn Personen mit Kampagnenkontakt zeigen sich buchungsbereiter als Personen ohne Online-Kontakt.

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