



COCA-COLA & THE VOICE OF GERMANY

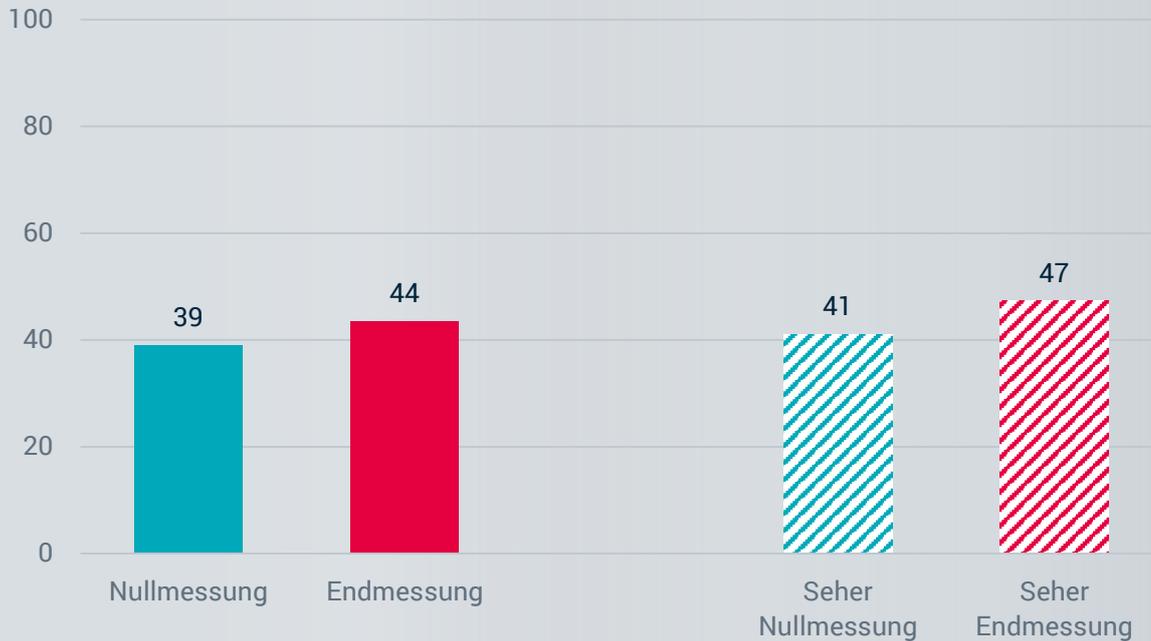
Ergebnisse der Begleitforschungen

Steckbrief Panel-Befragung

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback / respondi AG
Grundgesamtheit	Jugendliche und Erwachsene 14-49 Jahre
Methode	Befragung in Online-Panels von Payback und respondi
Datum	Nullmessung: 22. September – 02. Oktober 2017 Endmessung: 18. Dezember – 22. Dezember 2017
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.276 Endmessung: n = 1.247
Inhalt	(Un-) Gestützte Werbeerinnerung, Placementerinnerung, Bewertung Placement

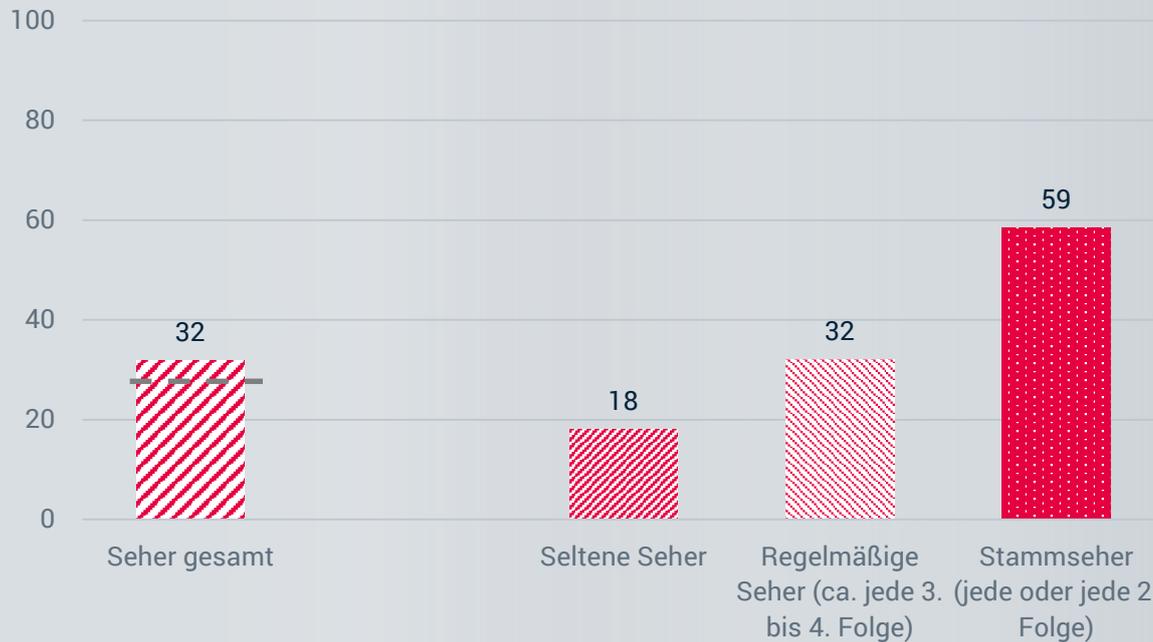
Anstieg der spontanen Werbeerinnerung, vor allem bei Sehern

Ungestützte Werbeerinnerung alkoholfreie Getränke – Coca-Cola Angaben in Prozent



Erinnerung an das Placement steigt mit der Sendungsnutzung

Erinnerung Placement Angaben in Prozent



Placement passte gut zur Sendung, gefiel und war glaubwürdig

Bewertung Placement

Angaben in Prozent (Top Two)



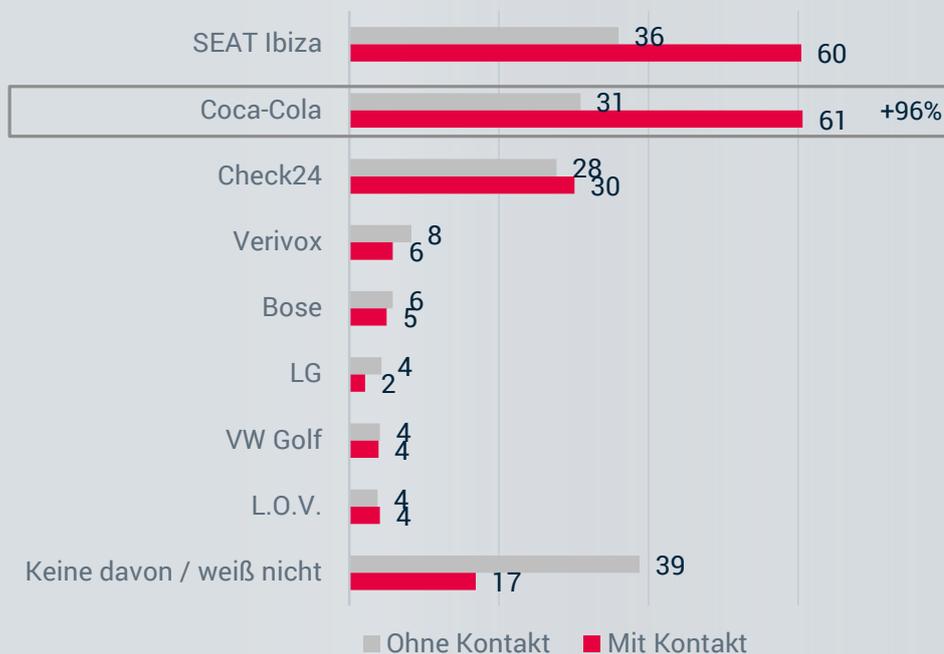
Steckbrief Onsite

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User des ProSieben-Netzwerks ab 14 Jahren
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Datum	25. Oktober bis 17. Dezember 2017
Stichprobe	Gesamt: n = 3.629 Mit Kampagnenkontakt: n = 1.830 davon mit Exklusivkontakt Sponsoring Opener: n = 434
Inhalt	Sponsor Erinnerung, Sponsorfitting

Mehrfachkontakte erhöhen die Sponsor Erinnerung

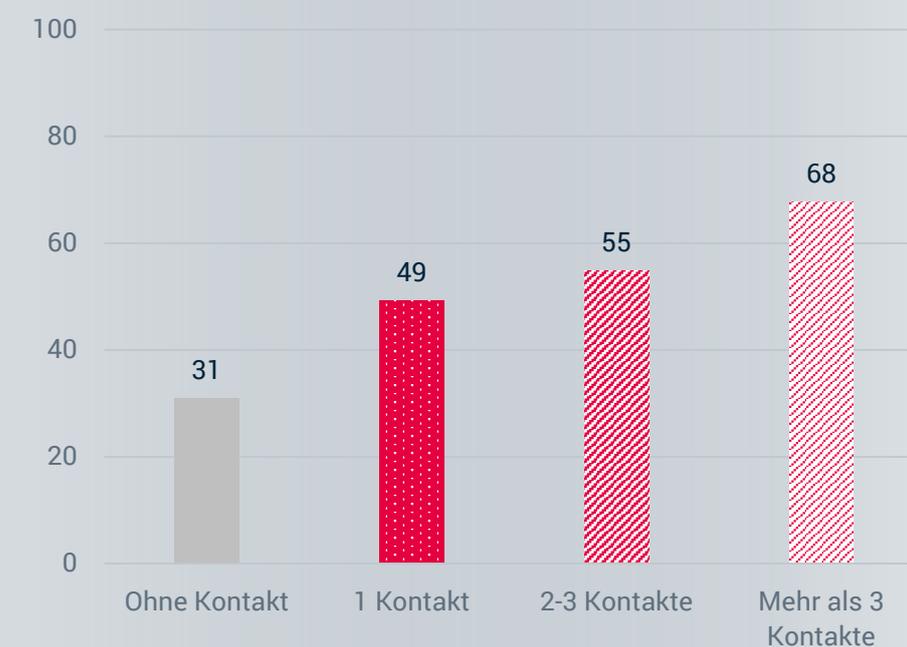
Gestützte Sponsor Erinnerung

Angaben in Prozent



Gestützte Sponsor Erinnerung – Coca-Cola

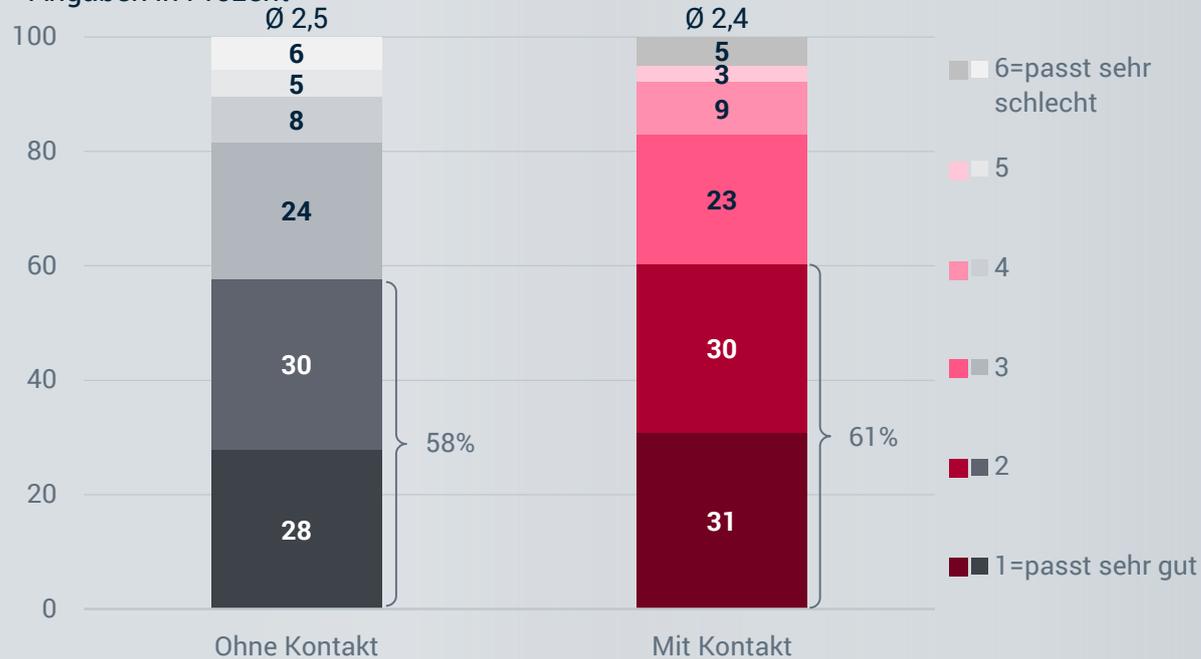
Angaben in Prozent



Starker Sponsorfit direkt zum Einstand

Sponsorfitting – Coca-Cola

Angaben in Prozent



Key Facts

Online-Befragung

- Ungestützte Werbeerinnerung steigt
- Placementerinnerung leicht über Benchmark, steigt mit Anzahl gesehener Sendungen
- Placement passte gut zur Sendung, gefiel und war glaubwürdig

Onsite-Befragung

- Sponsor Erinnerung mit Kontakt um 96 Prozent höher
- Sponsorfit in beiden Gruppen hoch

Fazit

Sowohl das Placement als auch das Digital-Sponsoring kommen bei den Befragten gut an. Nach dem guten Einstand verspricht ein langfristiges Engagement Vorteile für Coca-Cola und The Voice of Germany.

Advertising Research

JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

jennifer.osterhold@sevenonemedia.de