

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, August 2012

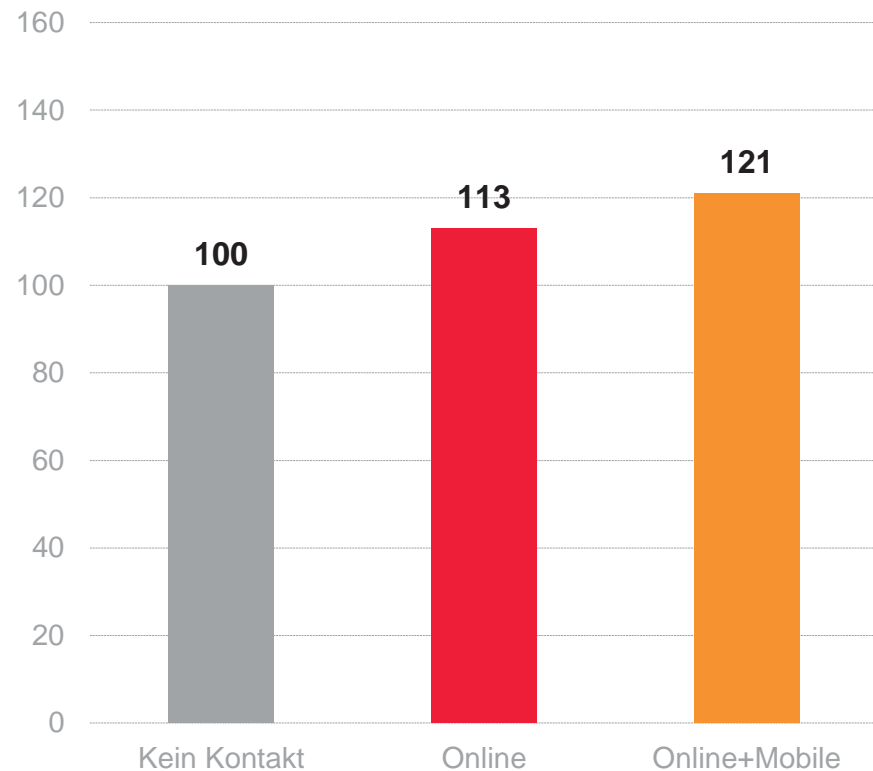
FriendScout24

Ergebnisse der Onsite- und Mobilebefragung



Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n = 2.831
Befragungszeitraum	31. Mai bis 31. Juli 2012
Inhalte	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Interesse am Besuch der Website
Werbemittel	Pre-, Mid- und PostRolls

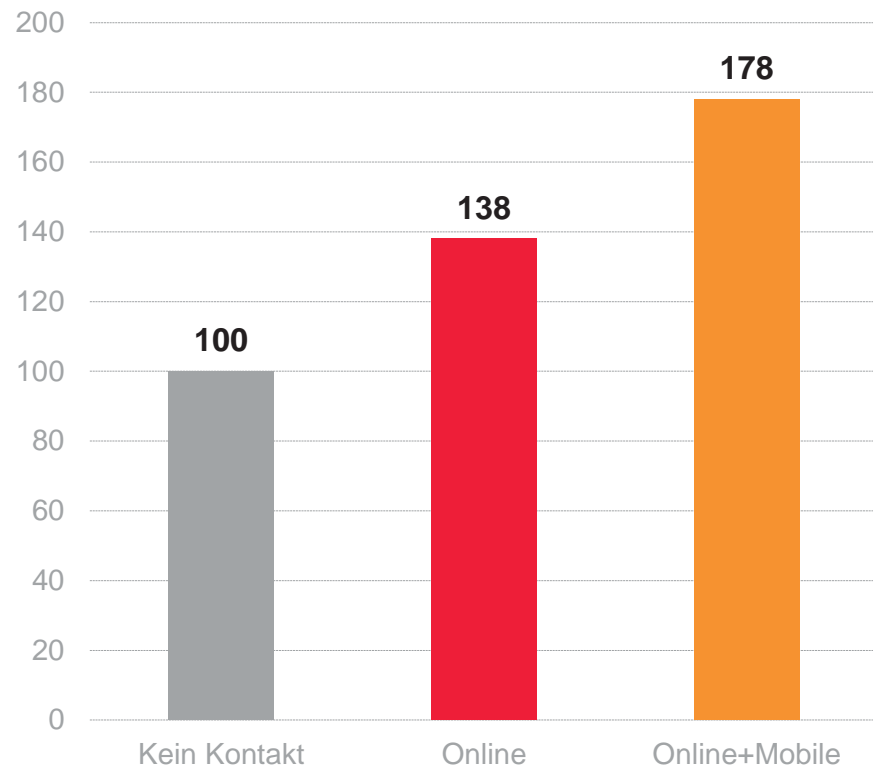
Gestützte Markenbekanntheit FriendScout24 Angaben in Indizes (kein Kontakt = 100)



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von Partnervermittlungen und Singlebörsen. Bitte kreuzen Sie alle Portale an, von denen Sie schon gehört haben...
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de (n=2.831)
Quelle: SevenOne Media

Recall durch kombinierte Kontakte um 80 Prozent gesteigert

Gestützte Werbeerinnerung FriendScout24 Angaben in Indizes (kein Kontakt = 100)

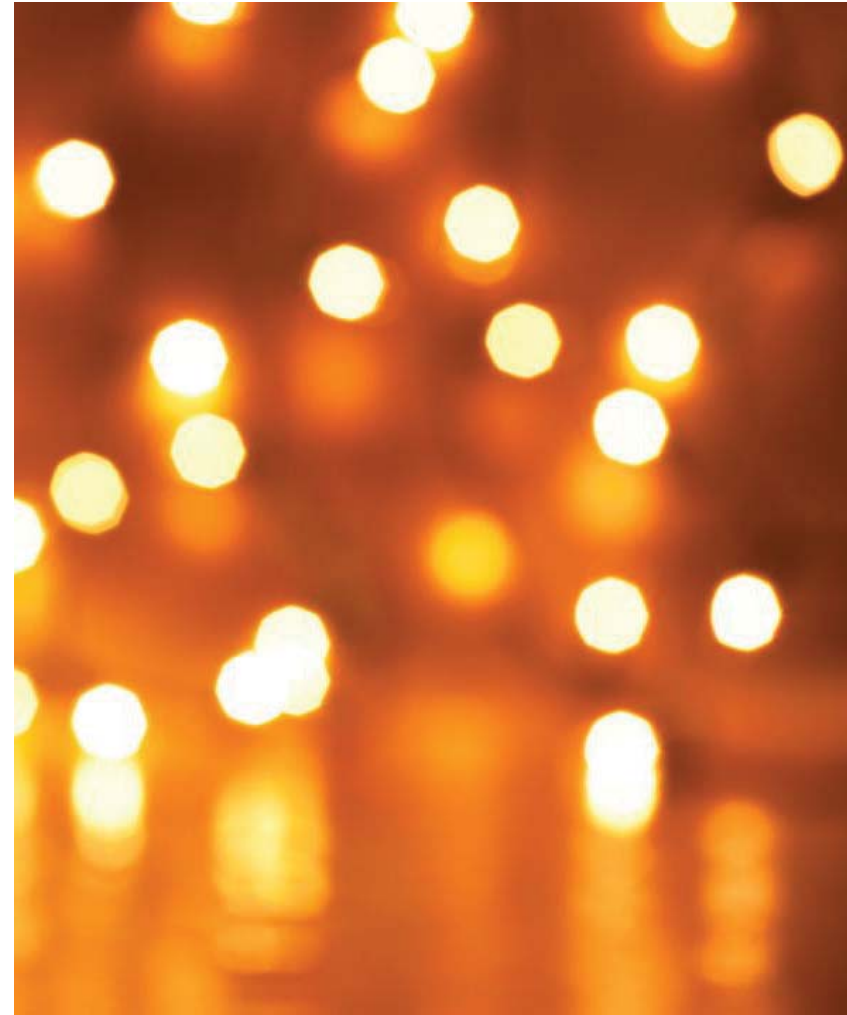
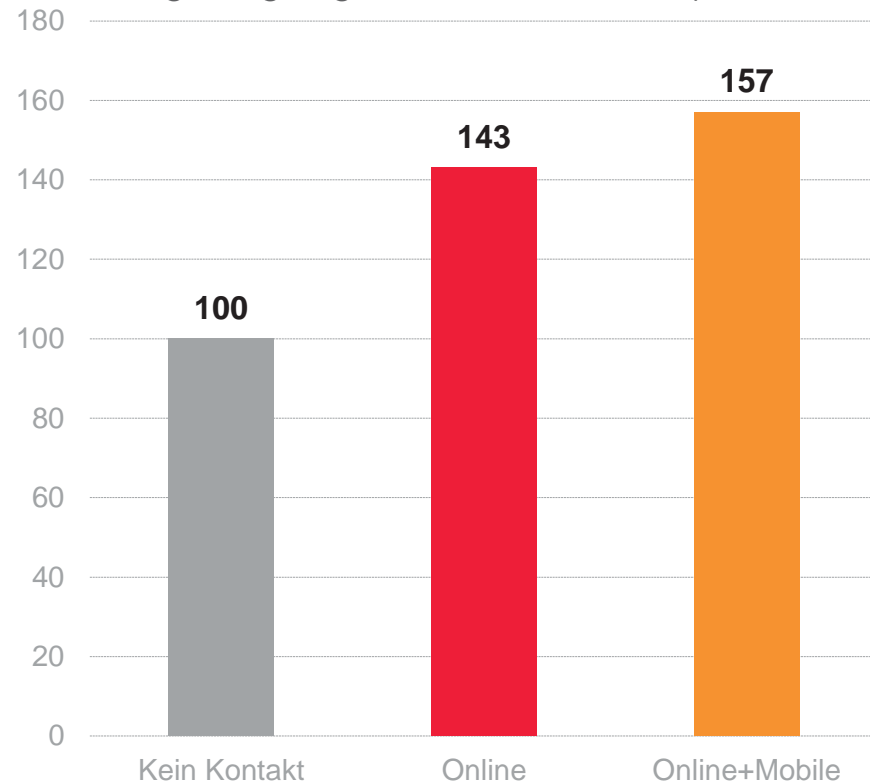


Frage: Und für welche Partnervermittlungen und Singlebörsen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört? Bitte kreuzen Sie alle Portale an...
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die eines der Portale gestützt kennen (n=2.020)
Quelle: SevenOne Media

Auch Besuchsinteresse der Website profitiert von Medienkombination

Interesse am Besuch der Website

Angaben in Indizes (TopTwo: macht mich sehr / ein wenig neugierig; kein Kontakt = 100)

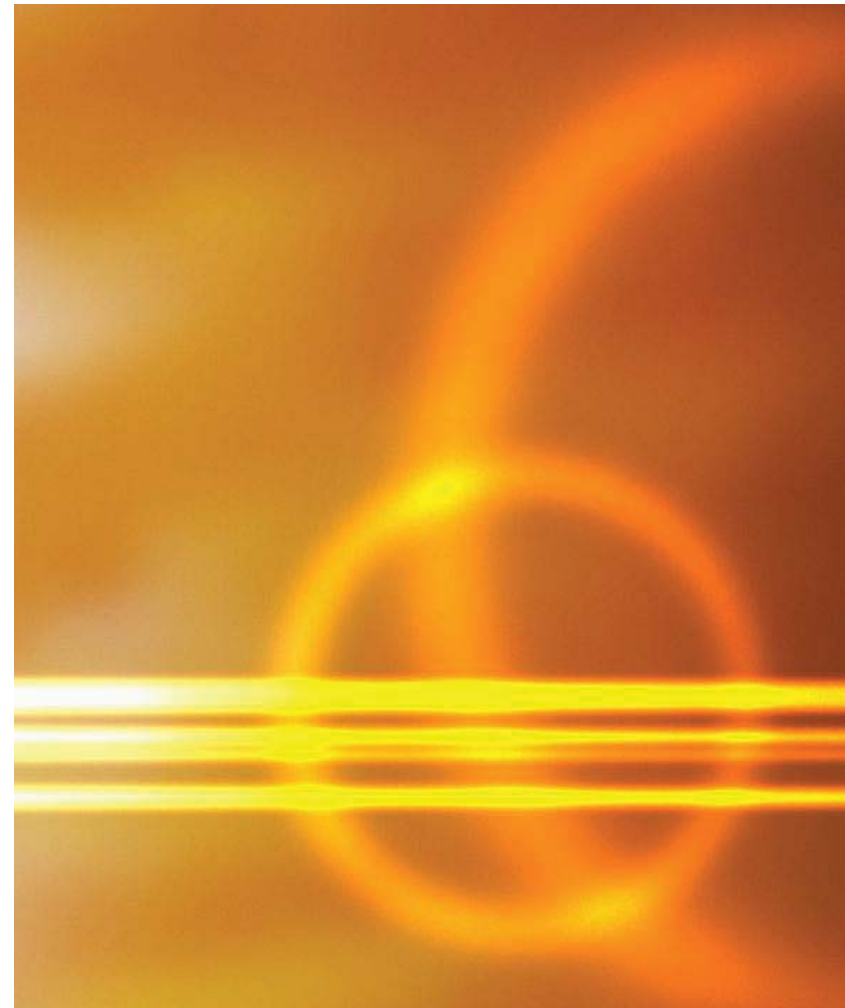
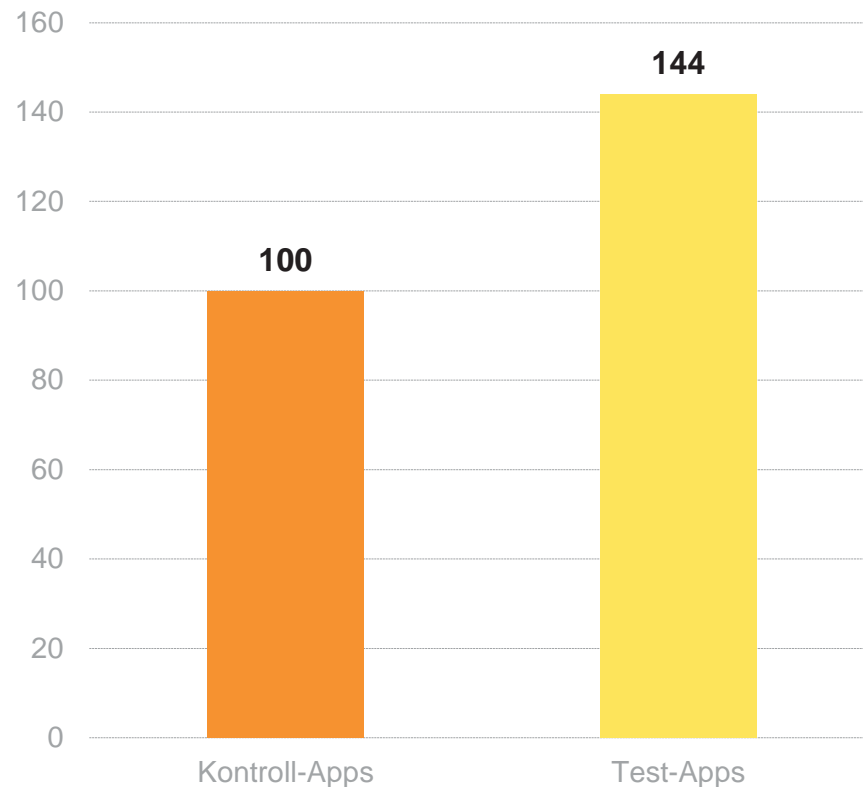


Frage: Wie stark weckt dieser Spot Ihr Interesse, die Website von FriendScout24 zu besuchen? Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die den Spot gesehen haben (TV, Online, Kino oder in einer App) (n=813)
Quelle: SevenOne Media

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Mobile-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User der Apps von Galileo und Sat.1 (Test-Apps), sowie User der Apps von ProSieben und MyVideo (Kontroll-Apps)
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n = 848
Befragungszeitraum	31. Mai bis 31. Juli 2012
Inhalte	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Interesse am Besuch der Website
Werbemittel	Pre-, Mid- und PostRolls (ausschließlich in den Test-Apps)

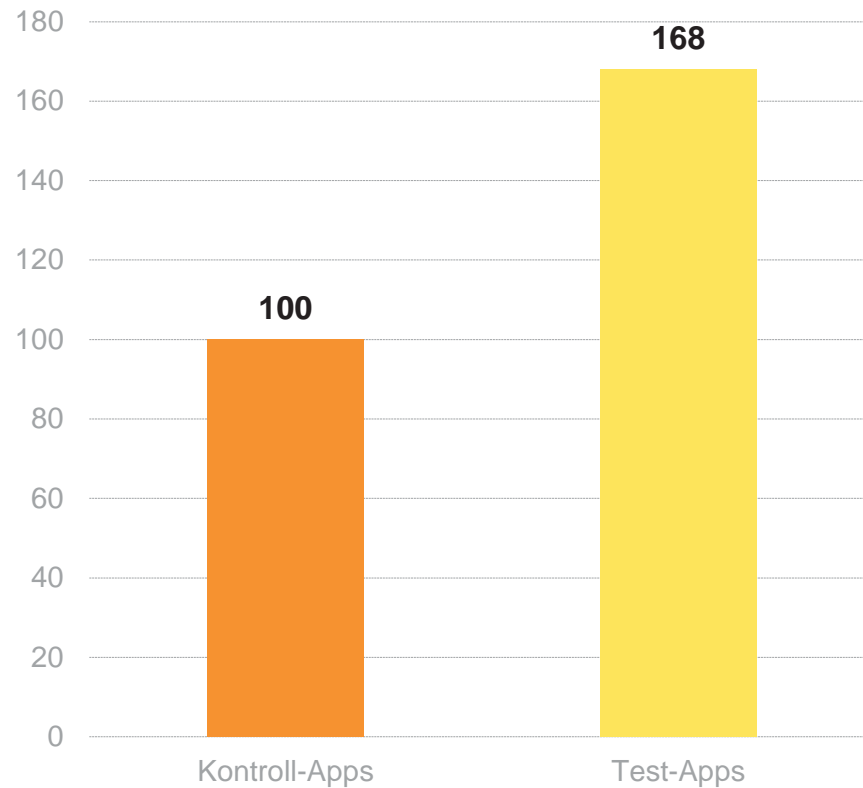
Höhere Bekanntheit bei Usern mit Kontakt zu FriendScout24-Werbung

Gestützte Markenbekanntheit FriendScout24
Angaben in Indizes (Kontroll-Apps = 100)



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von Partnervermittlungen und Singlebörsen. Bitte kreuzen Sie alle Portale an, von denen Sie schon gehört haben...
Basis: User der Apps (n=848)
Quelle: SevenOne Media

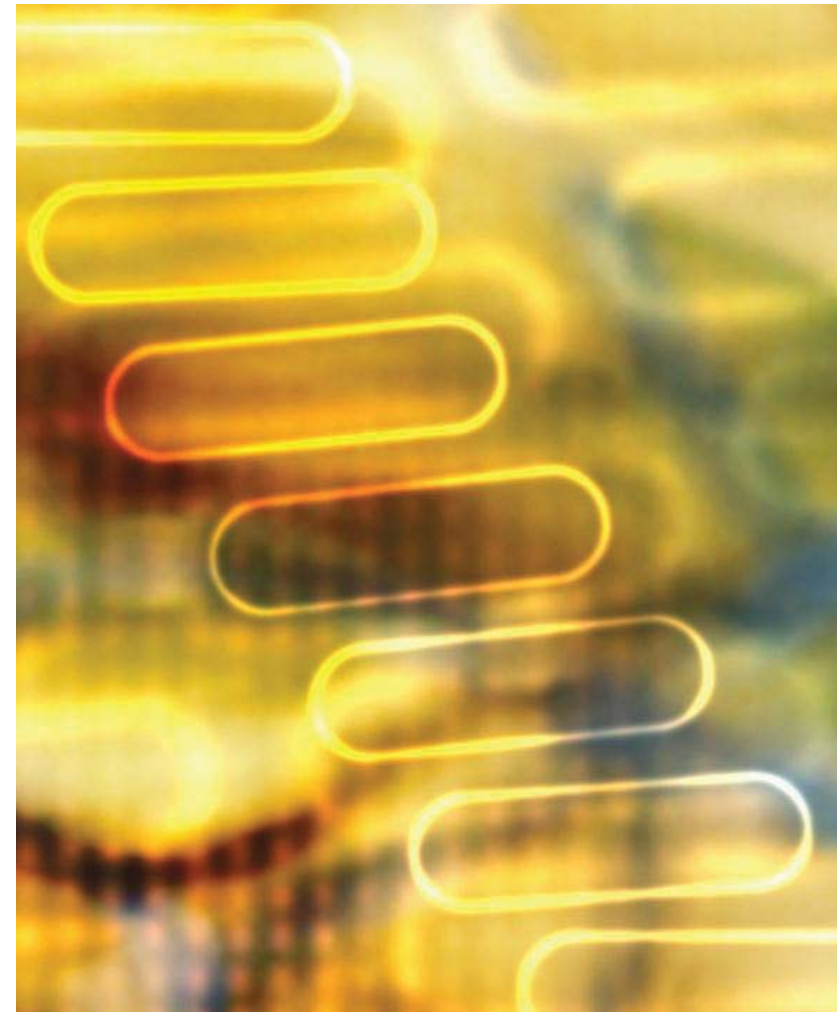
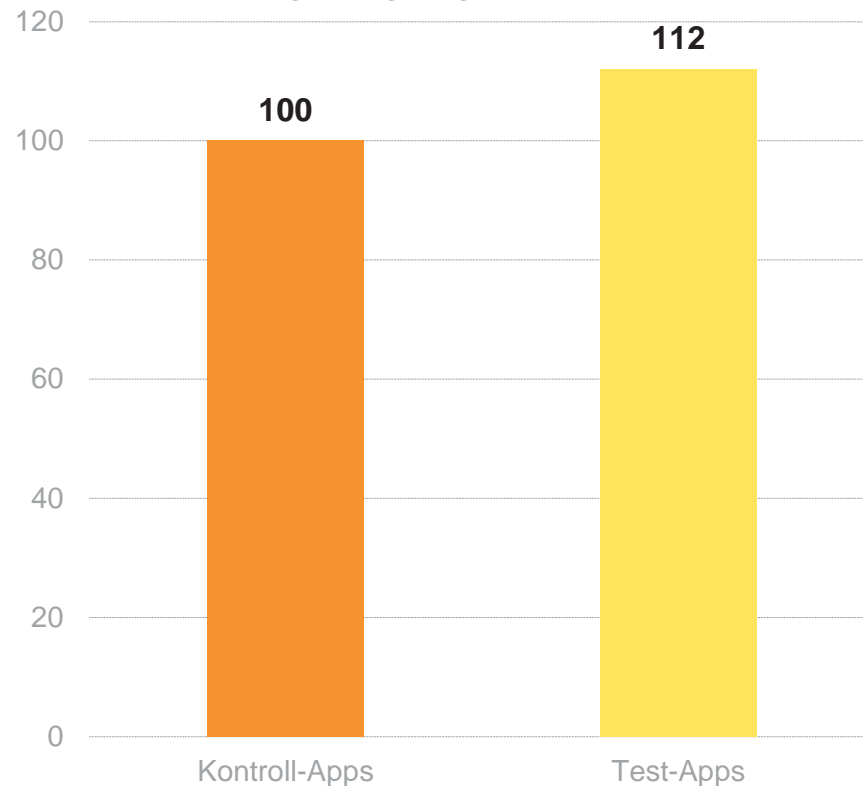
Gestützte Werbeerinnerung FriendScout24 Angaben in Indizes (Kontroll-Apps = 100)



Frage: Und für welche Partnervermittlungen und Singlebörsen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört? Bitte kreuzen Sie alle Portale an...
Basis: User der Apps (n=848)
Quelle: SevenOne Media

Interesse am Besuch der Website

Angaben in Indizes (TopTwo: Spot macht mich sehr / ein wenig neugierig, Kontroll-Apps = 100)



Frage: Wie stark weckt dieser Spot Ihr Interesse, die Website von FriendScout24 zu besuchen? Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?
Basis: User der Apps, die den Spot gesehen haben (TV, Online, Kino oder in einer App)
Quelle: SevenOne Media

- Mobile-Werbung funktioniert.
- Die Kombination von Online und Mobile erweist sich als eine ideale Verbindung.
- Beide Medien erzielen Hand in Hand, erzielen die höchste Werbewirkung bei den Usern.



Olaf Schlesiger

Senior Research Manager

SevenOne Media GmbH

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-42 34

Fax +49 (0) 89/9507-942 34

www.sevenonemedia.de

olaf.schlesiger@sevenonemedia.de