

Ein Unternehmen der ProSiebenSAT.1 Media AG

München, Juni 2010

# Begleitforschung Müller

Promostory



# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Image und Botschaft**

---

**Fazit**

# Steckbrief

---

<b>Auftraggeber</b>	SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
<b>Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Frauen zwischen 30 und 59 Jahren
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsauswahl im Rahmen des forsa.omninet-Panels
<b>Methode</b>	Inhouse-Onlinebefragung per Set-Top-Box am TV-Bildschirm anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Datum</b>	31. Mai bis 1. Juni 2010 Befragung im Anschluss an die Sendungen ‚taff‘ und ‚Newstime‘ auf ProSieben am 31.05.2010
<b>Stichprobe</b>	n=166

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

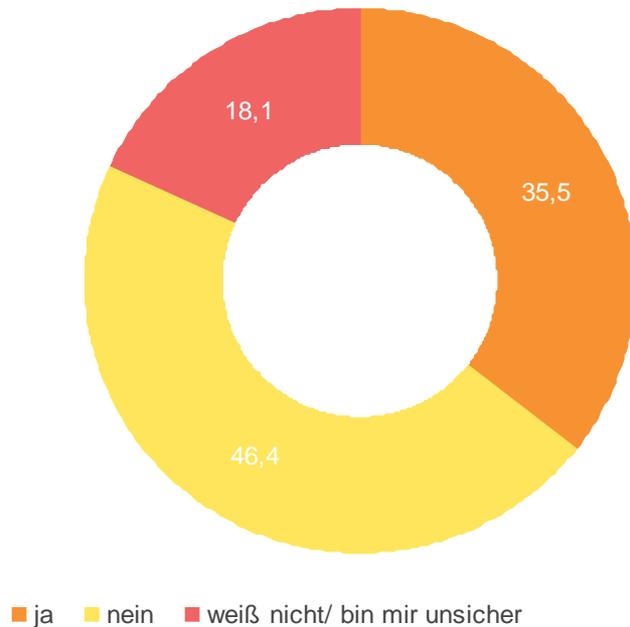
**Image und Botschaft**

---

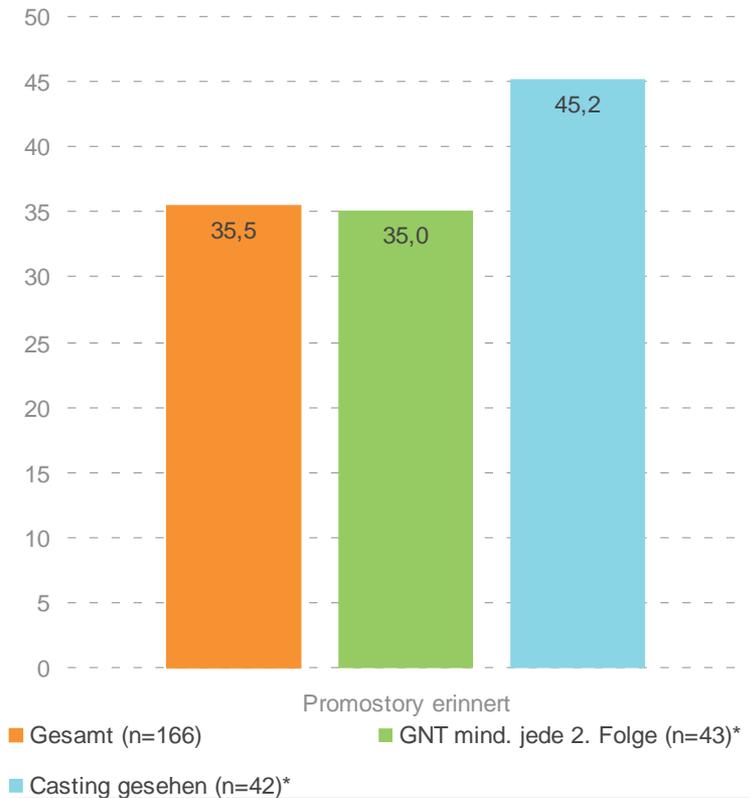
**Fazit**

# Mehr als jede Dritte erinnert sich an Promostory

**Erinnerung Promostory ungestützt**  
Angaben in Prozent



**Erinnerung Promostory ungestützt**  
Angaben in Prozent

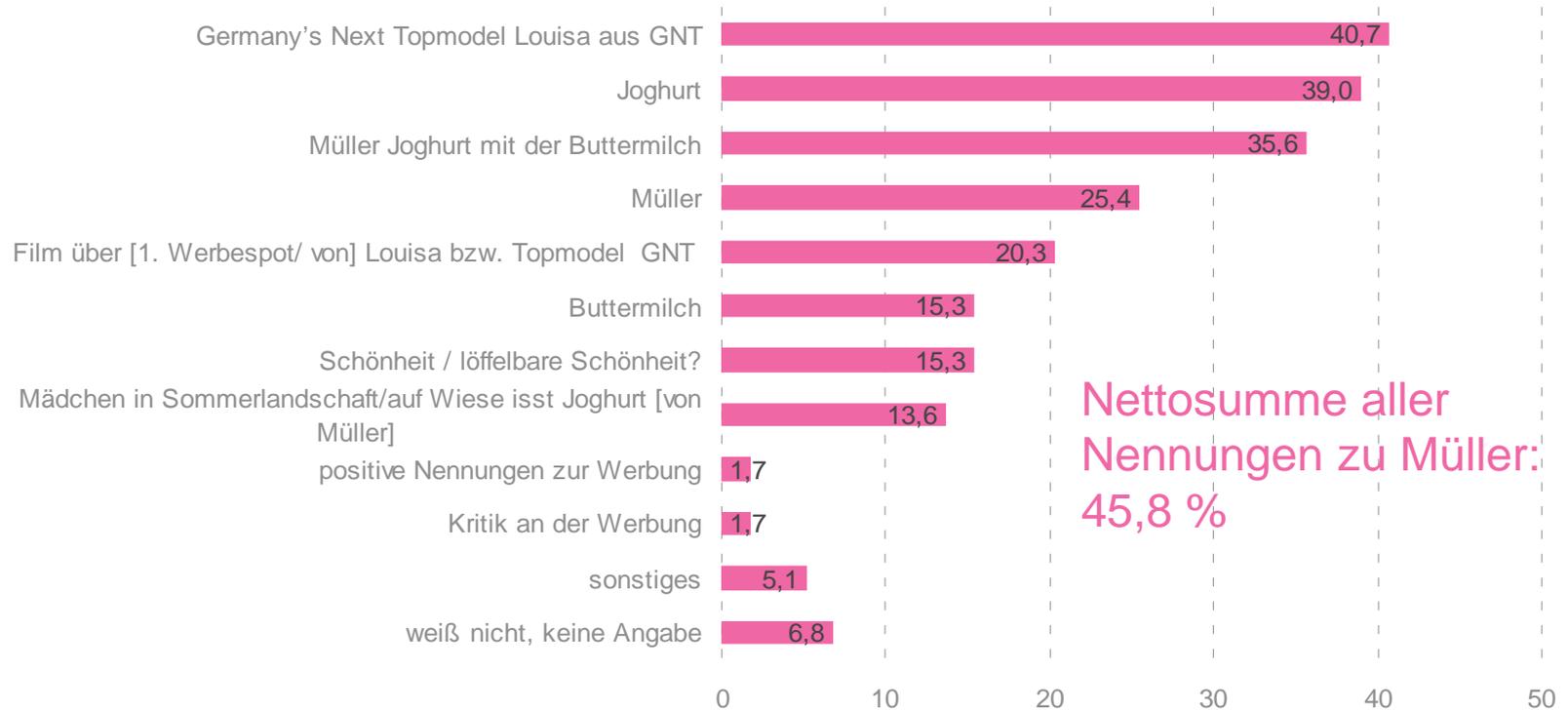


„In der ersten Werbepause nach der Sendung ‚taff‘ gab es einen Werbefilm, der eineinhalb Minuten lang war. Können sie sich an diesen Werbefilm erinnern?“  
Basis: Frauen 30-59 Jahre (n=166); \*Auf Grund der geringen Fallzahlen sind nur Tendenzaussagen möglich.  
Quelle: forsa. / SevenOne Media, Juni 2010

# Sehr hohe Marken-Awareness

## Markenerinnerung Promostory

Angaben in Prozent



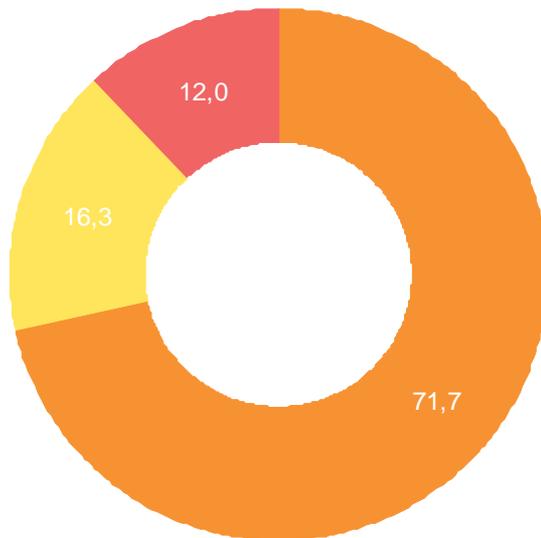
„Für welche Marken oder welches Produkt wurde in diesem Werbefilm geworben? Bitte denken Sie genau nach, uns interessiert alles, was Ihnen dazu einfällt.“

Basis: Frauen 30-59 Jahre, die sich an den Werbefilm ungestützt erinnern (n=59)

Quelle: forsa. / SevenOne Media, Juni 2010

# Gestützt kennen über zwei Drittel die Promostory

## Erinnerung Promostory bildgestützt Angaben in Prozent

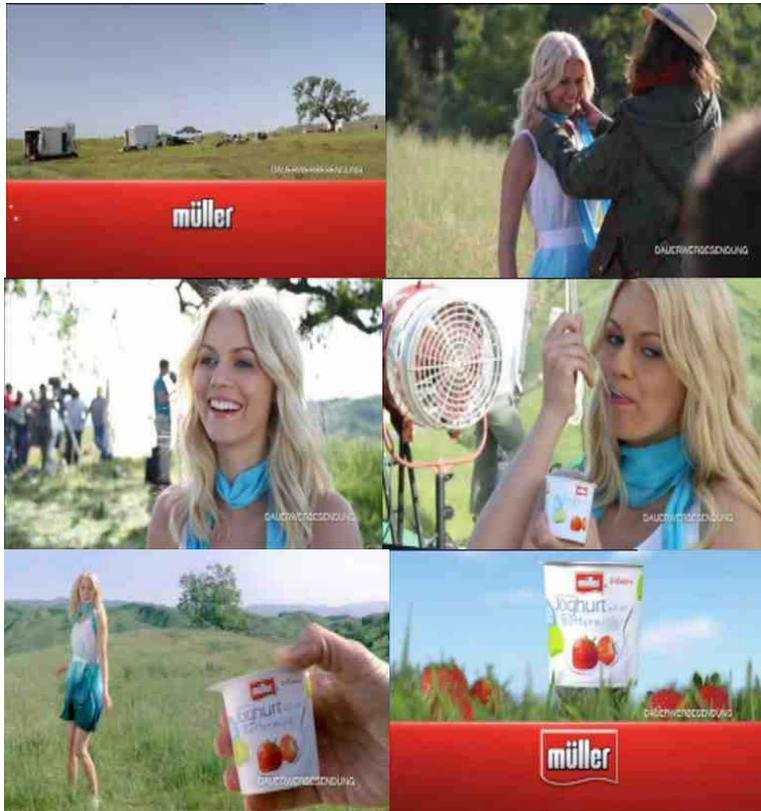


■ ja ■ nein ■ weiß nicht / bin mir unsicher

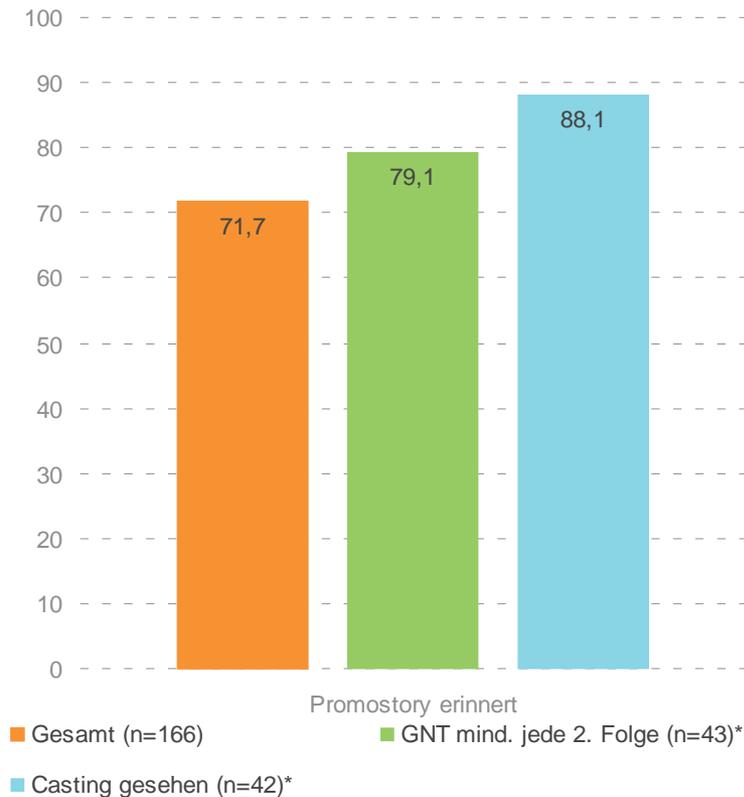


„Können Sie sich an den Werbefilm von Müller für den Joghurt mit der Buttermilch erinnern?  
Basis: Frauen 30-59 Jahre (n=166)  
Quelle: forsa. / SevenOne Media, Juni 2010

# Bei GNT-Fans und Casting-Sehern sogar noch mehr



## Erinnerung Promostory bildgestützt Angaben in Prozent



„Können Sie sich an den Werbefilm von Müller für den Joghurt mit der Buttermilch erinnern?“  
 Basis: Frauen 30-59 Jahre (n=166); \*Auf Grund der geringen Fallzahlen sind nur Tendenzaussagen möglich.  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media, Juni 2010

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

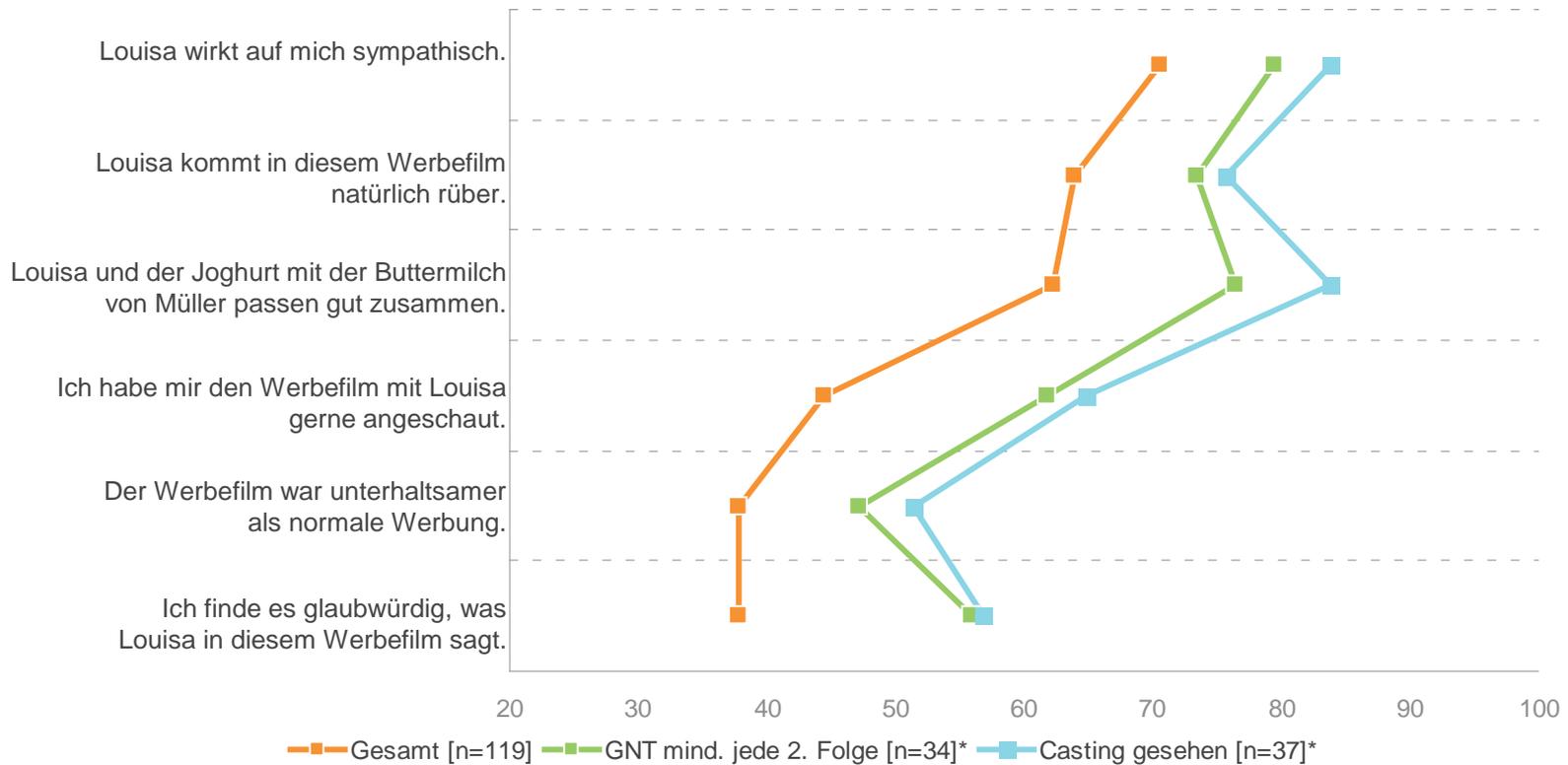
**Image und Botschaft**

---

**Fazit**

# Gutes Markenfitting und hohe Sympathie

## Wahrnehmung Louisa und Müller Joghurt mit der Buttermilch Angaben in Prozent (Top Two: stimme voll und ganz zu / stimme zu)



„Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.“

Basis: Frauen 30-59 Jahre, die sich gestützt an den Werbefilm erinnern (n=119); \*Auf Grund der geringen Fallzahlen sind nur Tendenzaussagen möglich.

Quelle: forsa. / SevenOne Media, Juni 2010

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Image und Botschaft**

---

**Fazit**

# Müller und Germany's next Topmodel – das passt

## Awareness

Bei der Werbeerinnerung liegt Müller Joghurt mit der Buttermilch ganz vorn. Mehr als jede dritte Zuschauerin erinnert sich spontan an die Promostory. Knapp 90 Prozent der Casting-Seher und 80 Prozent der GnT Fans erinnern sich bildgestützt an den Werbefilm mit Louisa.

## Image & Botschaft

Besonders positive Wahrnehmung von Louisa und Müller Joghurt mit der Buttermilch bei den GnT-Fans und Casting-Sehern. Louisa wirkt sympathisch, natürlich und passt gut zur Marke.



# Kontakt

---

---

## Lucia Rizzo

Research Manager

SevenOne Media GmbH

Betastr. 10i

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-41 83

Fax +49 (0) 89/9507-941 83

[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)

lucia.rizzo@sevenonemedia.de