

TELEKOM

#ONETOMORROW

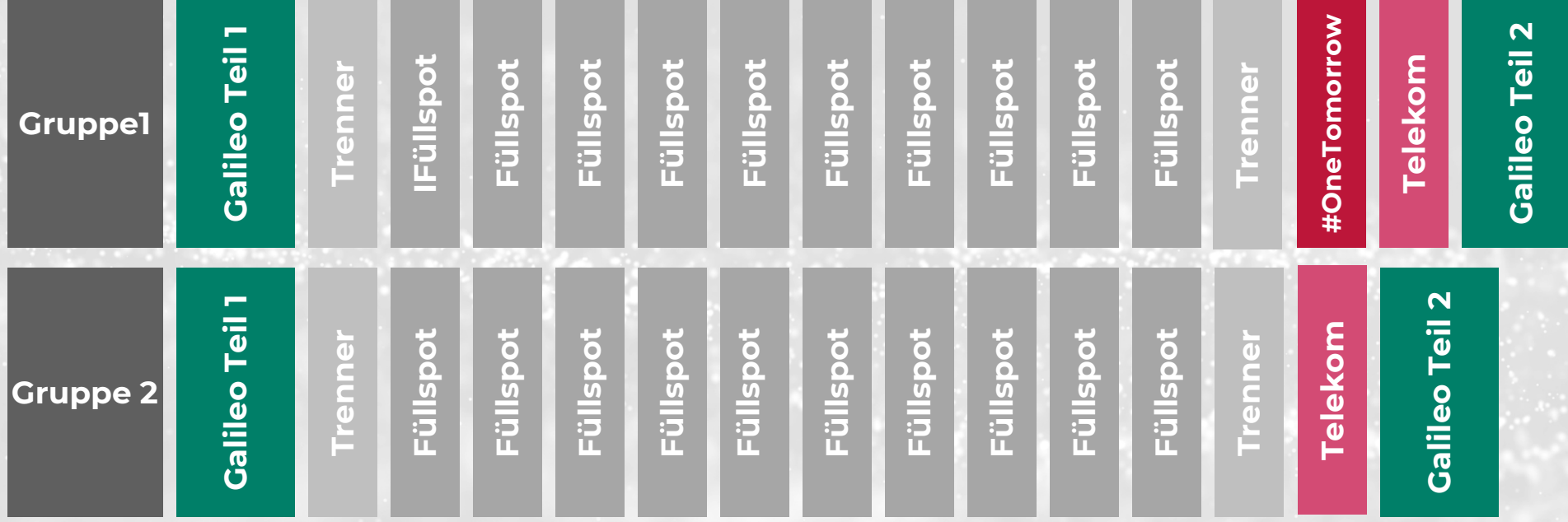
Werbewirkung

AGENDA

- 1 STECKBRIEF**
- 2 ERGEBNISSE
- 3 FAZIT

STECKBRIEF

Durchführung	Payback.net
Auftraggeber	SevenOne Media
Grundgesamtheit	Erwachsene 18-49 Jahre
Auswahlverfahren	Befragung im PAYBACK Online Panel
Erhebungsmethode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	24. bis 31. August 2023 und 11. bis 13. Oktober 2023
Stichprobe	Gruppe 1 n= 265, Gruppe 2 n=155



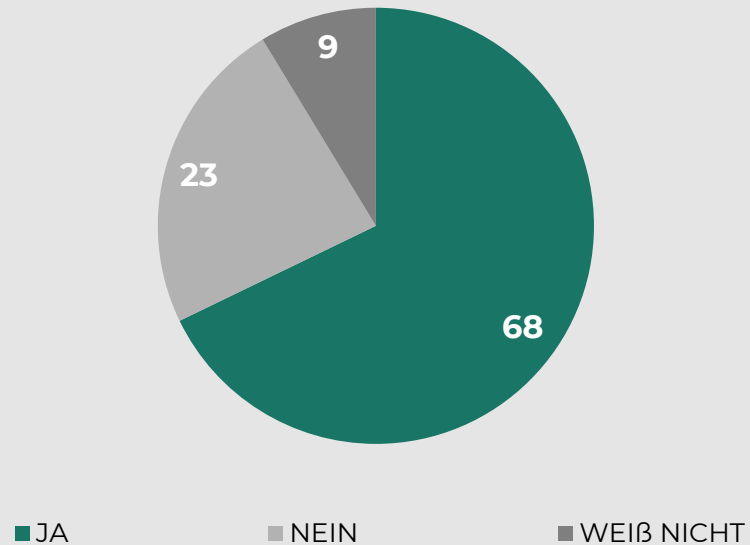
AGENDA

- 1 STECKBRIEF
- 2 ERGEBNISSE**
- 3 FAZIT

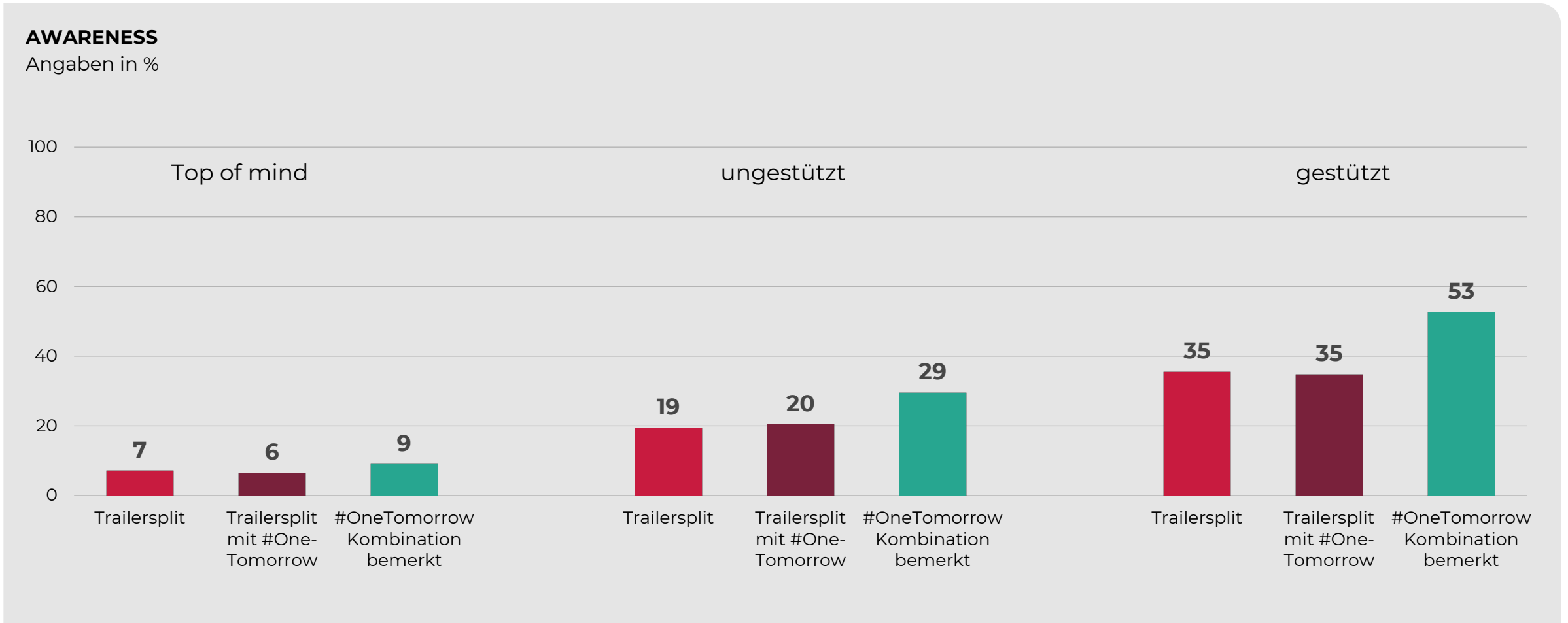
KNAPP 70 PROZENT IST DIE THEMATISCHE ÜBEREINSTIMMUNG VON #ONETOMORROW- UND TELEKOM-SPOT AUFGEFALLEN

#ONETOMORROW KOMBINATION BEMERKT

Angaben in %



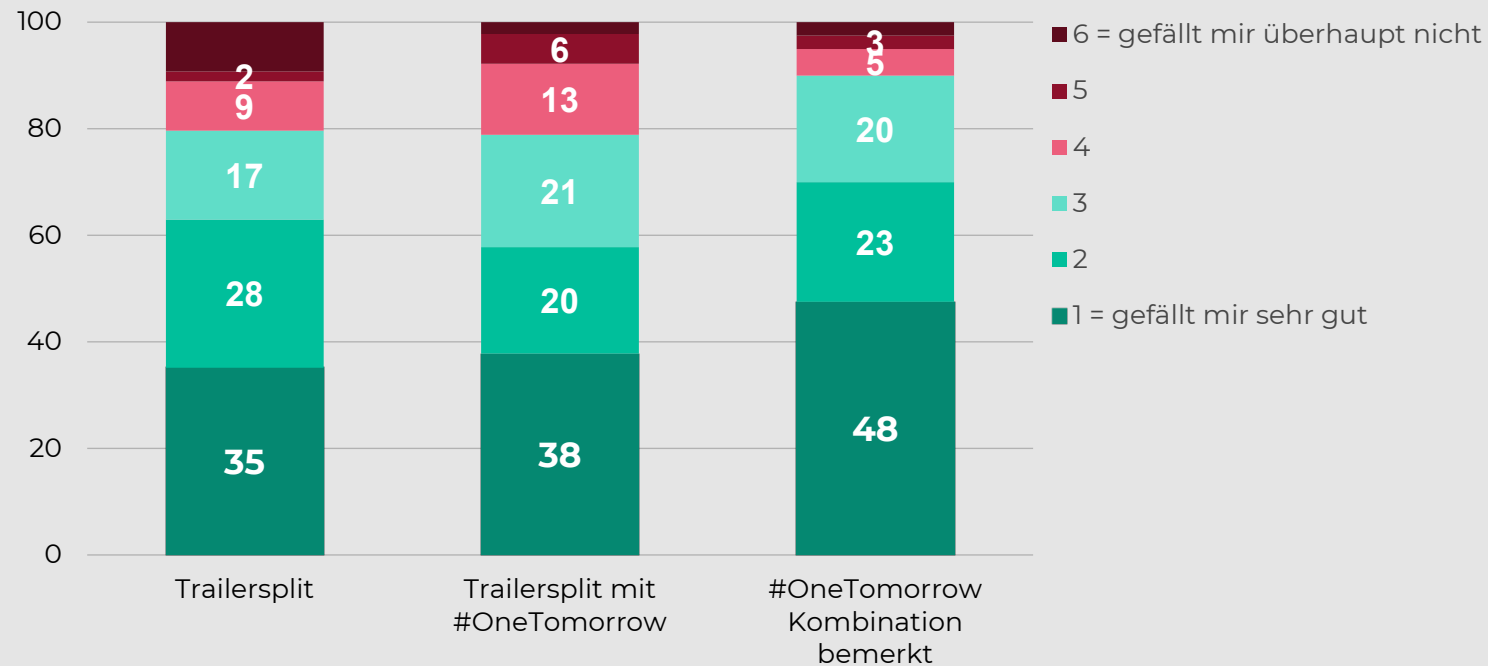
HÖHERE AWARENESS, WENN KOMBINATION BEMERKT



JEDE:R ZWEITE VERGIBT EINE EINS, WENN #ONETOMORROW KOMBINATION AUFGEFALLEN IST

SPOTBEWERTUNG

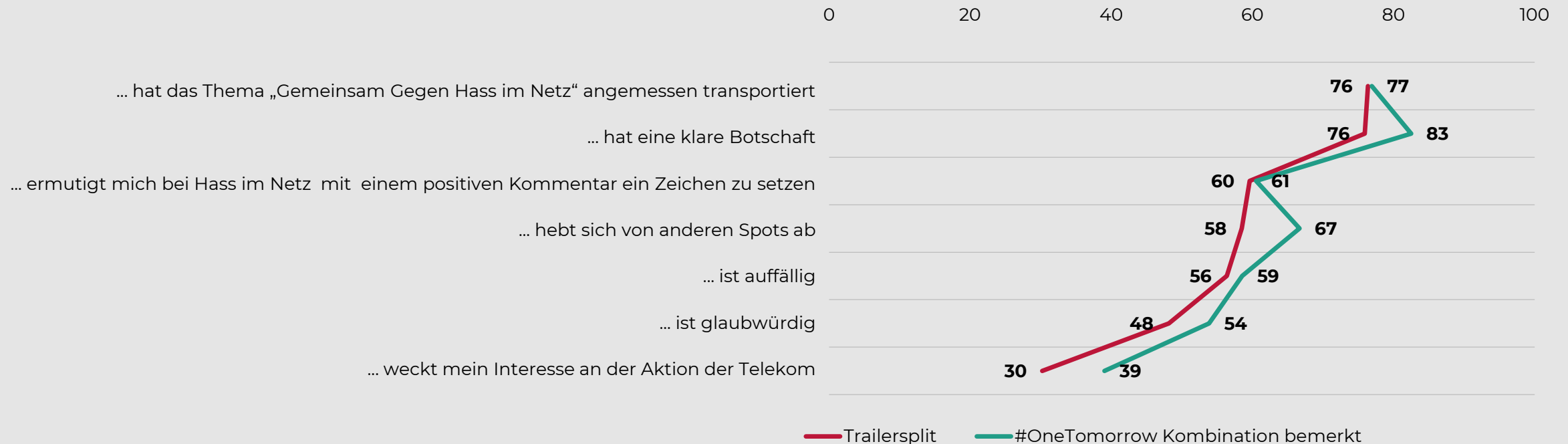
Angaben in %



#ONETOMORROW VERSTÄRKT KLARHEIT DER BOTSCHAFT UND AUFFÄLLIGKEIT UND WECKT INTERESSE AN DER AKTION

SPOTPROFIL TELEKOM

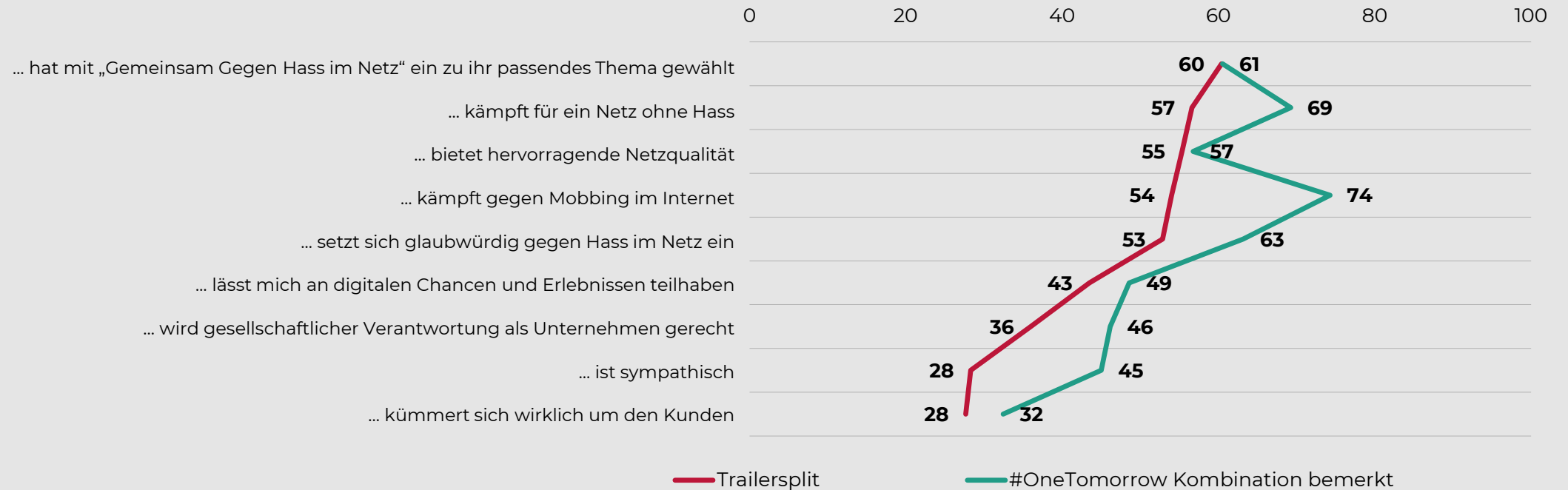
Angaben in % (Top2)



#ONETOMORROW VERSTÄRKT WAHRNEHMUNG DER TELEKOM ALS GLAUBWÜRDIGER PARTNER IM KAMPF GEGEN HASS IM NETZ

MARKENIMAGE TELEKOM

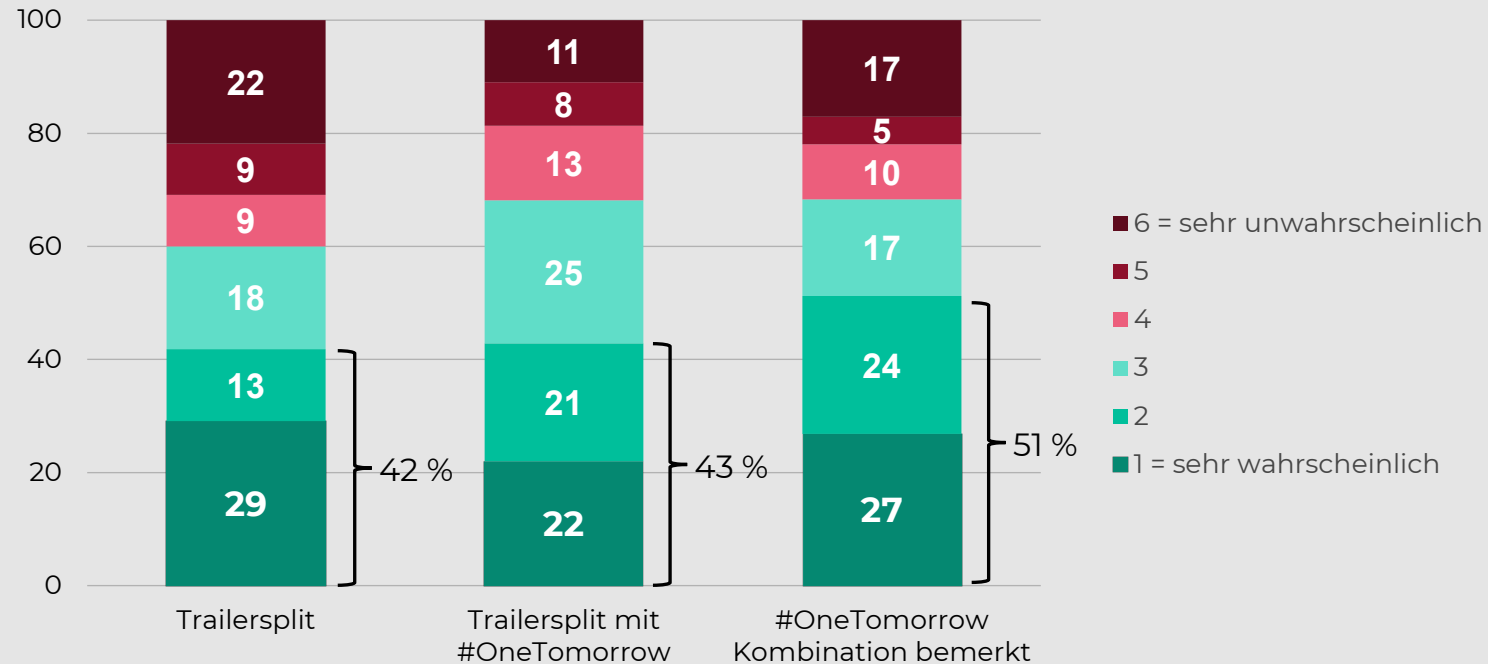
Angaben in % (Top2)



HÖHERE KAUFBEREITSCHAFT WENN KOMBINATION MIT #ONETOMORROW AUFGEFALLEN

KAUFBEREITSCHAFT

Angaben in %



AGENDA

- 1 STECKBRIEF
- 2 ERGEBNISSE
- 3 FAZIT**

- Die Awareness ist deutlich höher, wenn die Kombination von #OneTomorrow und Telekom bemerkt wurde.
- Jede:r Zweite vergibt eine Eins, wenn #OneTomorrow Kombination aufgefallen ist.
- Der #OneTomorrow-Trailer wird bei einigen Spoteigenschaften verstärkend. So wird der Telekom-Spot in Kombination klarer und glaubwürdiger wahrgenommen, hebt sich stärker von anderen Spots ab und weckt ein größeres Interesse an der beworbenen Aktion.
- Auch beim Markenimage der Telekom gibt es einen positiven Einfluss des #OneTomorrow-Spots auf bestimmten Dimensionen: Der Kampf für ein Netz ohne Hass und gegen Mobbing erfährt höhere Zustimmung, Glaubwürdigkeit, gesellschaftliche Verantwortung und Sympathiegehalt profitieren.
- Die Kaufbereitschaft ist höher, wenn die Kombination aufgefallen ist.

Fazit

xxx.

Advertising and Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

