

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, Dezember 2012

# Playboy Fragrances

Onsite-Befragung



**ONLINE**

---

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	User der Videokombi 71 Network
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsstichprobe über AdServer
<b>Stichprobe</b>	n=1.498
<b>Befragungszeitraum</b>	5. November – 2. Dezember 2012
<b>Inhalte</b>	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Kauf, Kaufbereitschaft, Weiterempfehlung, Markensympathie

---

---

Steckbrief

---

**Markenbekanntheit**

---

Werbeerinnerung

---

Kauf, Kaufbereitschaft

---

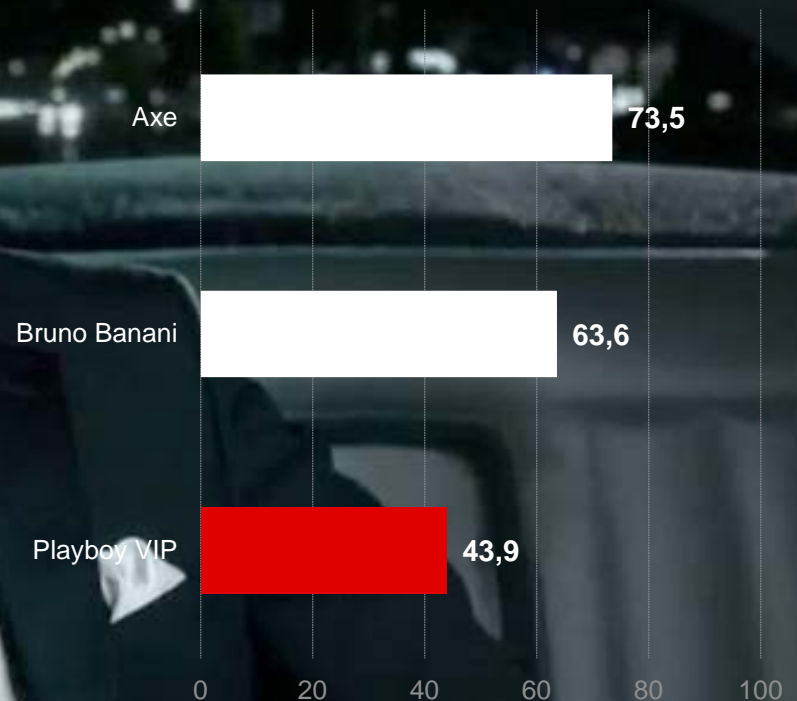
Markensympathie

---

Fazit

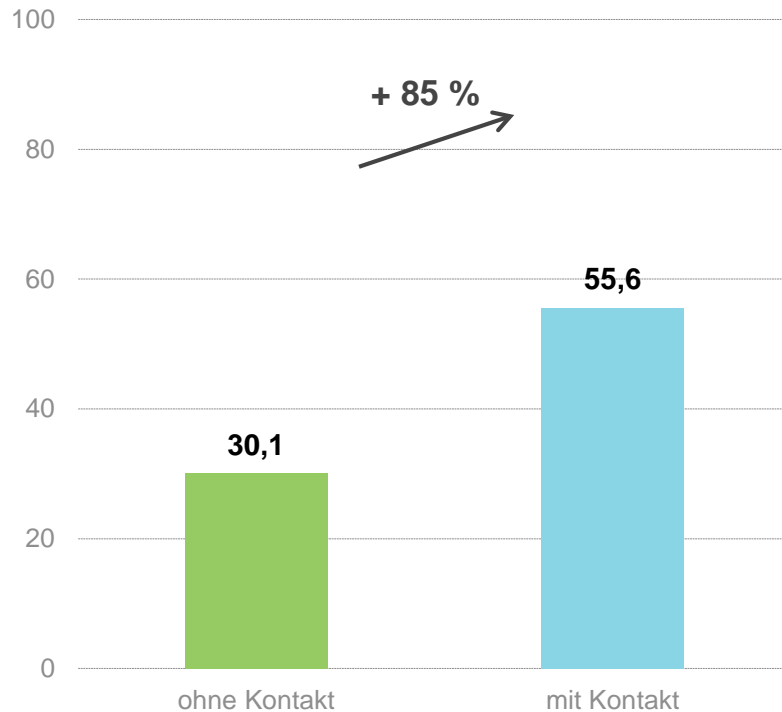
# Über 40 Prozent kennen Playboy VIP gestützt

## Gestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent

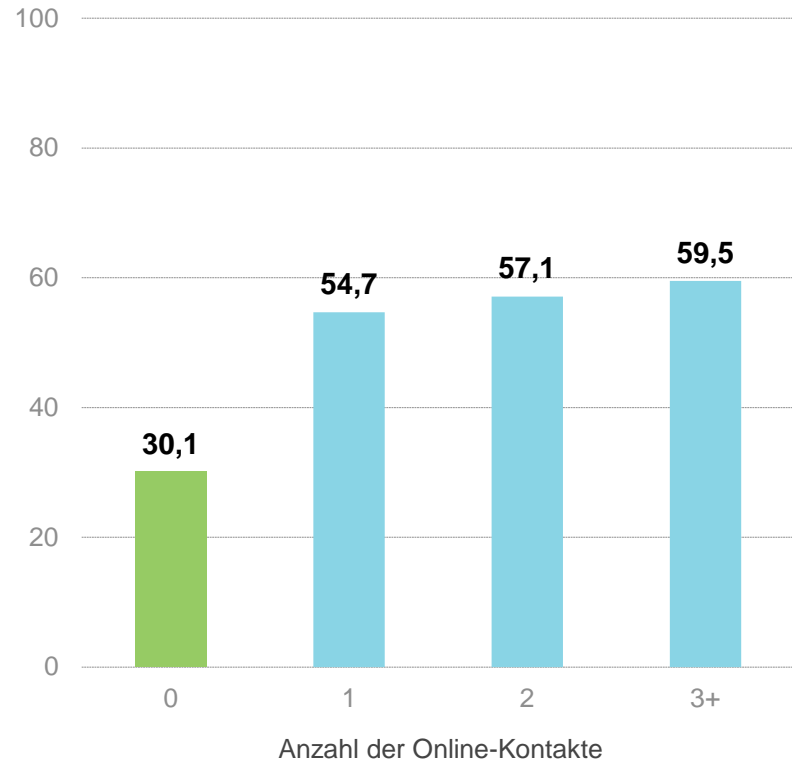


Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Damen- und Herrendüften. Bitte kreuzen Sie alle Marken an, die Sie kennen.  
Basis: User der Videokombi 71 Network  
Quelle: SevenOne Media

## Gestützte Markenbekanntheit Playboy VIP Angaben in Prozent



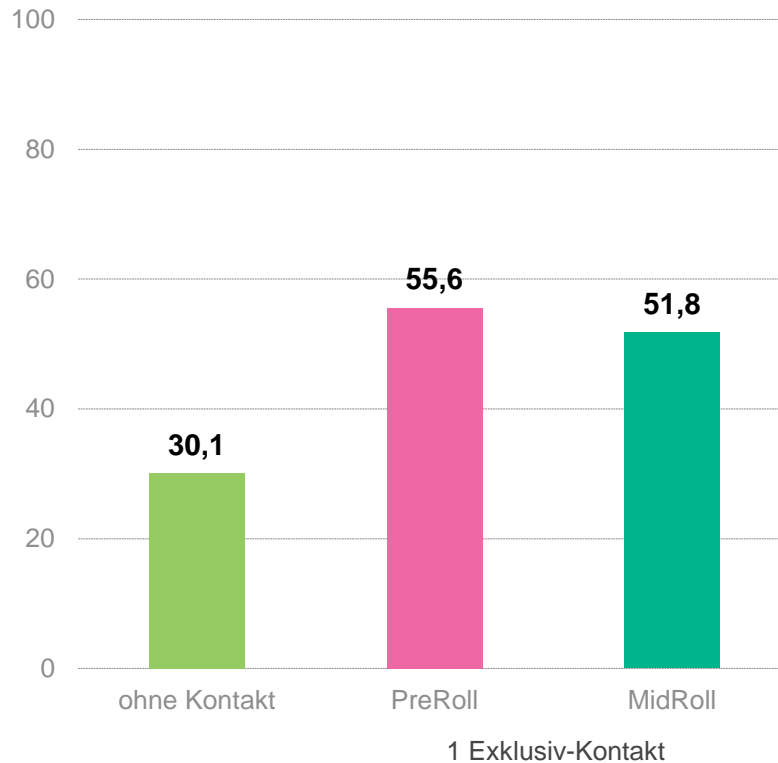
## Gestützte Markenbekanntheit Playboy VIP Angaben in Prozent



Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Damen- und Herrendüften. Bitte kreuzen Sie alle Marken an, die Sie kennen.  
Basis: User der Videokombi 71 Network  
Quelle: SevenOne Media



## Gestützte Markenbekanntheit Playboy VIP Angaben in Prozent



Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Damen- und Herrendüften. Bitte kreuzen Sie alle Marken an, die Sie kennen.  
 Basis: User der Videokombi 71 Network  
 Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kauf, Kaufbereitschaft**

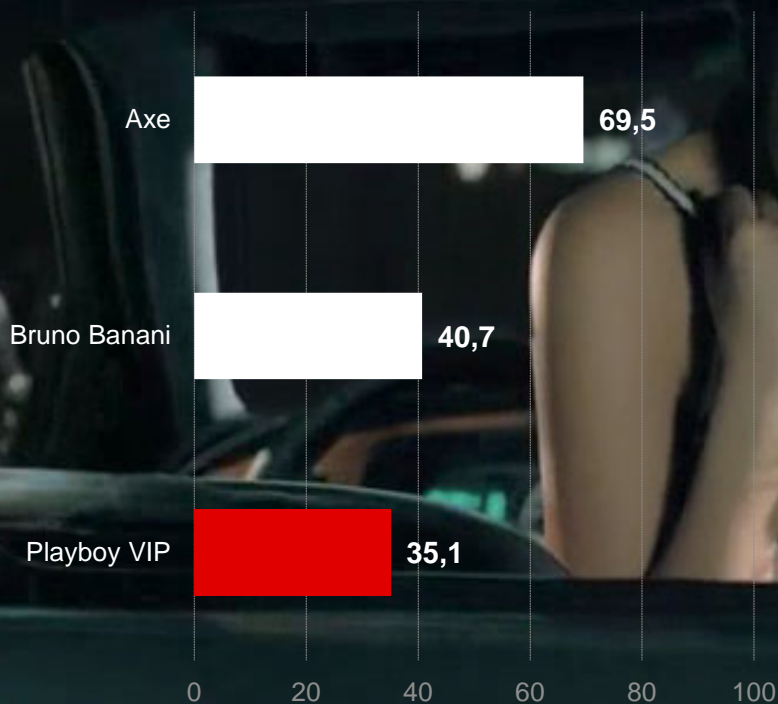
---

**Markensympathie**

---

**Fazit**

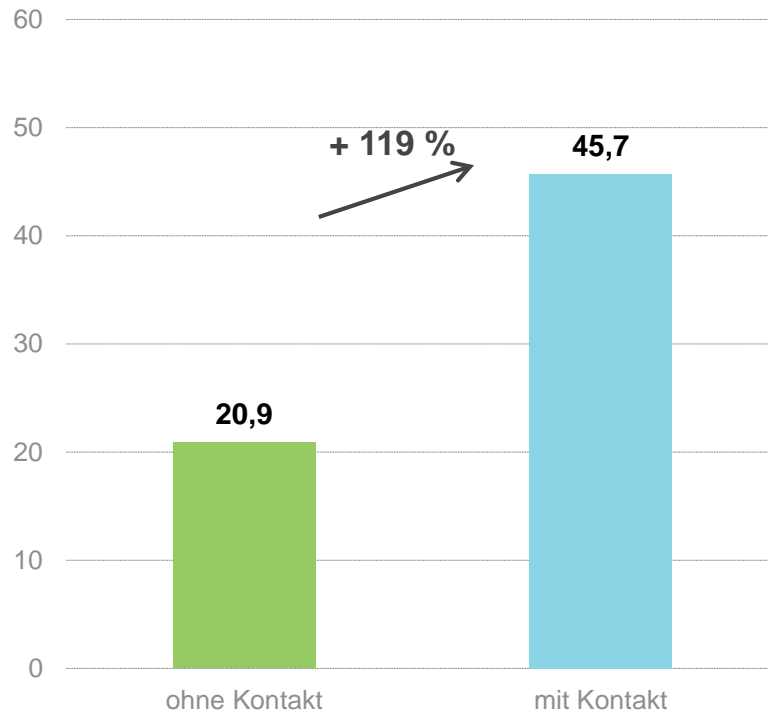
## Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



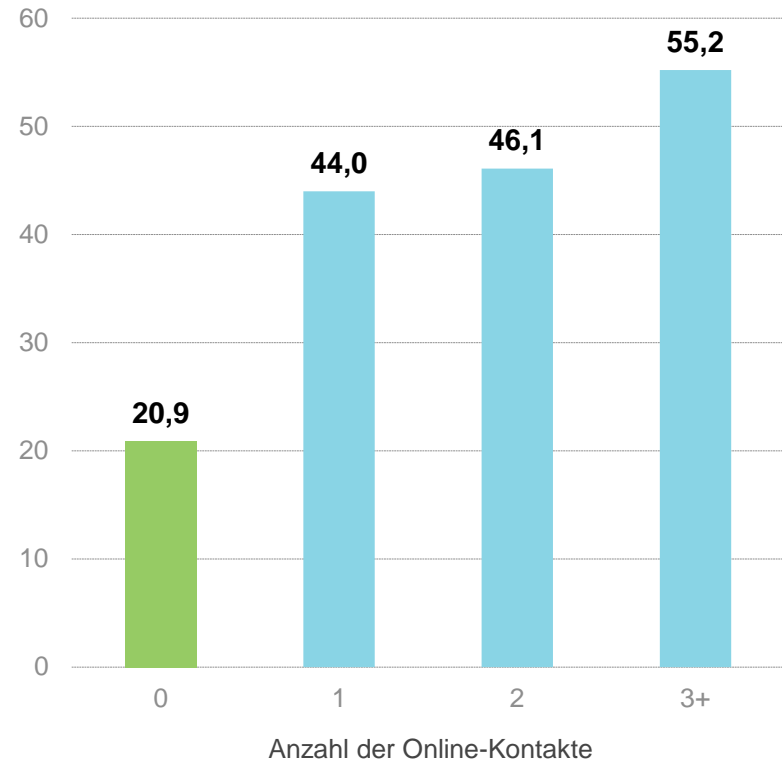
Frage: Und für welche der folgenden Damen- oder Herrendüfte haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User der Videokombi 71 Network, die die jeweilige Marke kennen  
Quelle: SevenOne Media



## Gestützte Werbeerinnerung Playboy VIP Angaben in Prozent

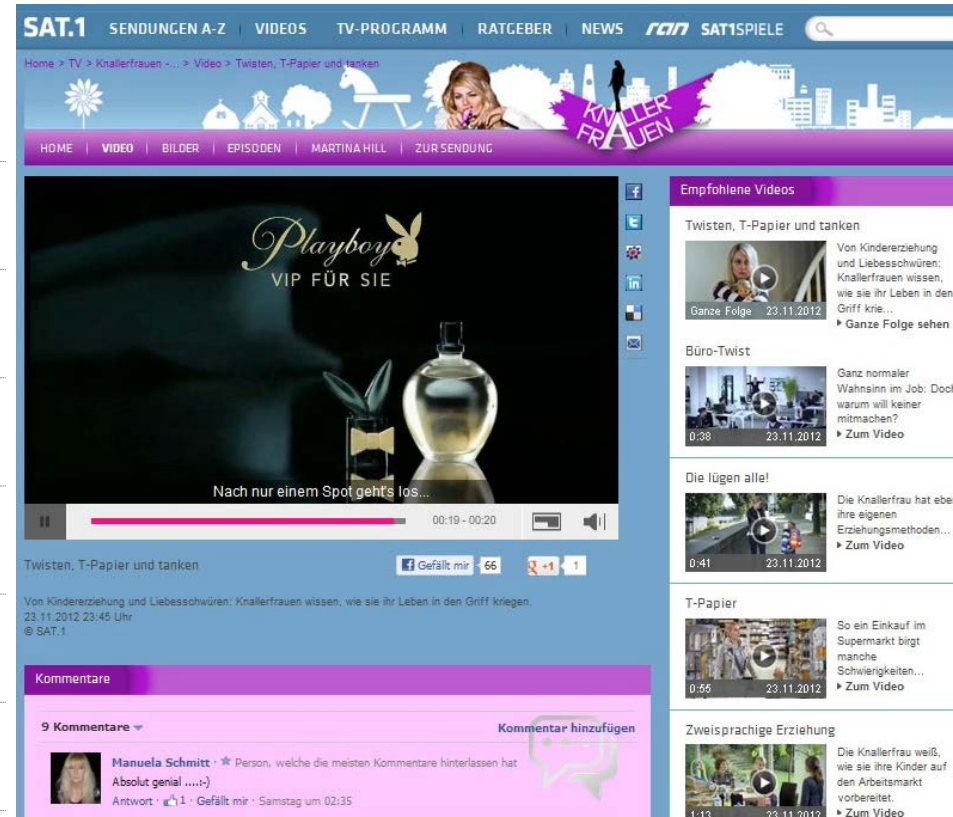
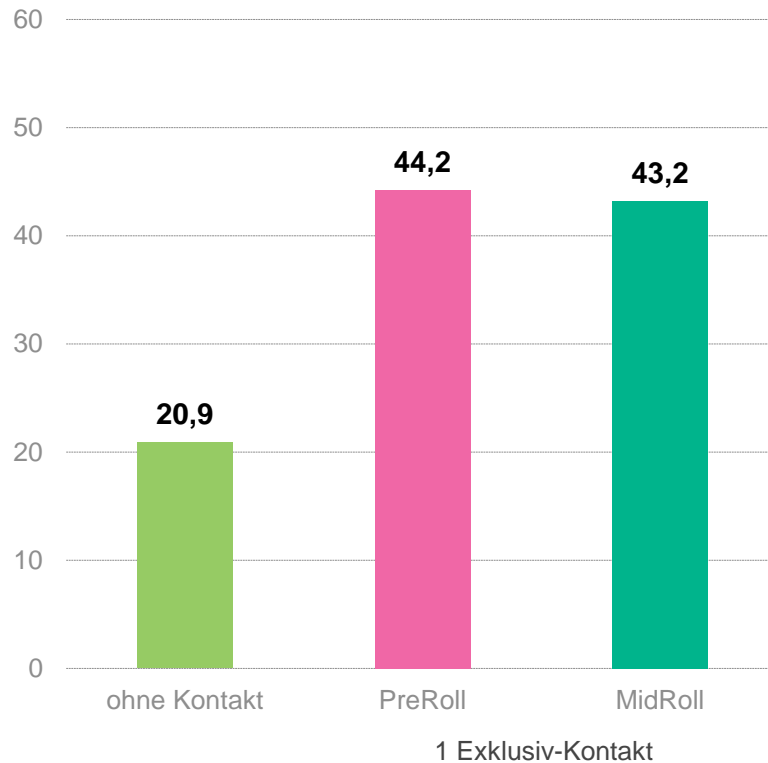


## Gestützte Werbeerinnerung Playboy VIP Angaben in Prozent



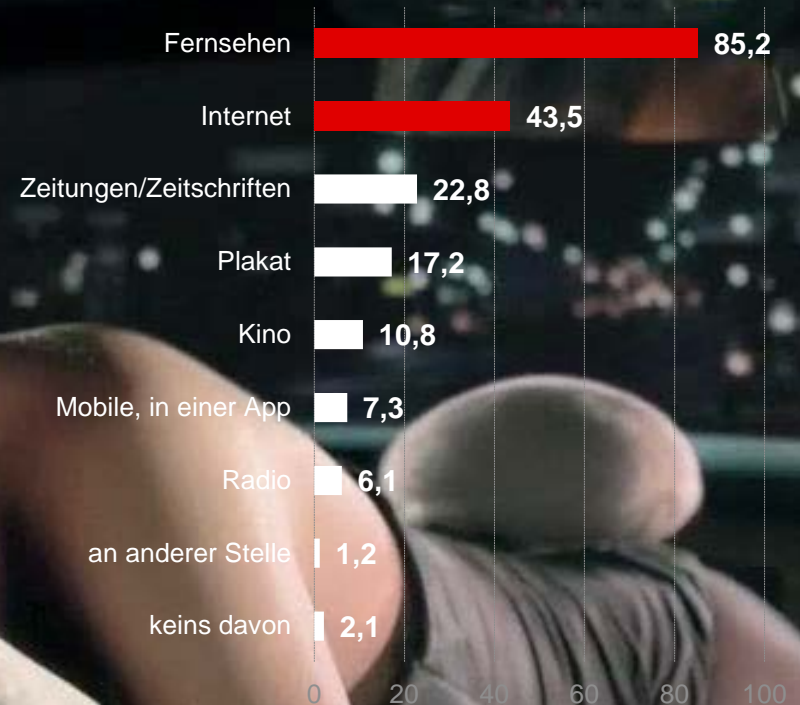
Frage: Und für welche der folgenden Damen- oder Herrendüfte haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User der Videokombi 71 Network, die Playboy VIP kennen  
Quelle: SevenOne Media

## Gestützte Werbeerinnerung Playboy VIP Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Damen- oder Herrendüfte haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
 Basis: User der Videokombi 71 Network, die Playboy VIP kennen  
 Quelle: SevenOne Media

## Erinnerte Werbemedien Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie Werbung für den Damen- oder Herrenduft Playboy VIP gesehen, gehört oder gelesen haben?

Basis: User der Videokombi 71 Network, die sich an Werbung für Playboy VIP erinnern

Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kauf, Kaufbereitschaft**

---

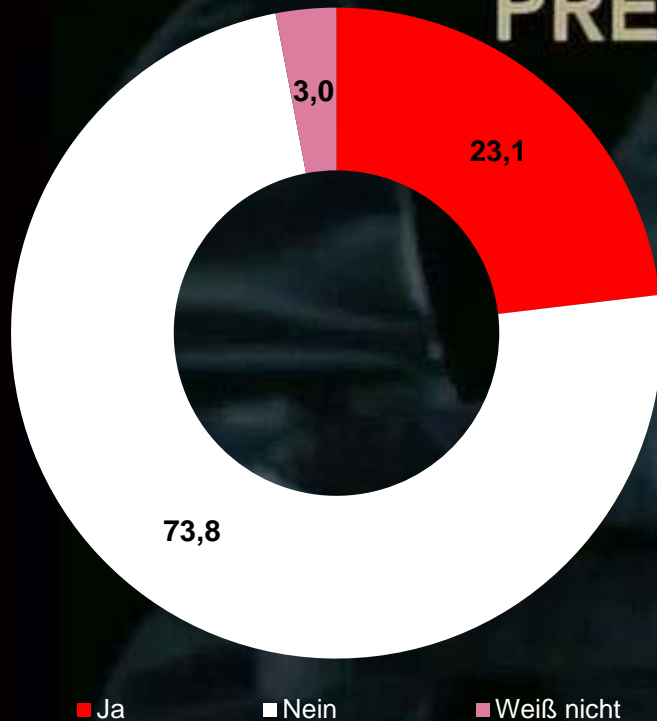
**Markensympathie**

---

**Fazit**

# Jeder Vierte hat Playboy VIP schon mal gekauft

**Kauf**  
Angaben in Prozent



PRESS TO PLAY

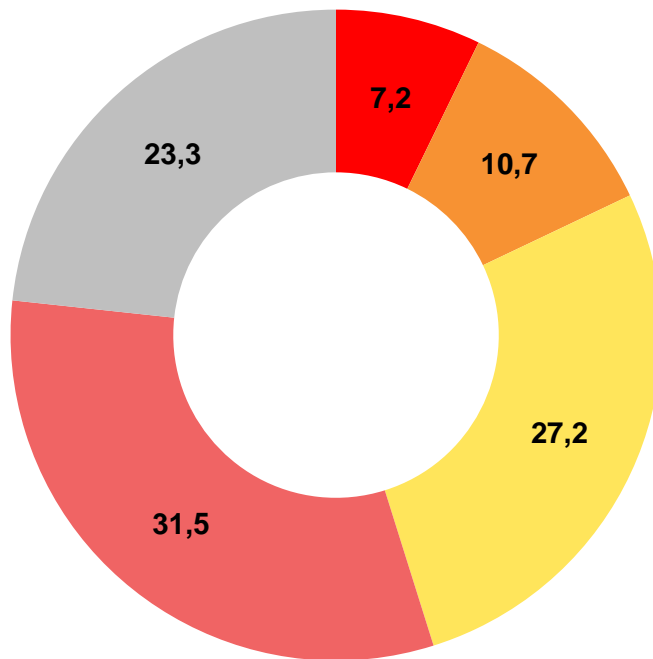
Frage: Haben Sie selbst schon mal den Damen- oder Herrenduft Playboy VIP gekauft?  
Basis: User der Videokombi 71 Network, die Playboy VIP kennen  
Quelle: SevenOne Media



# Jeder Zweite könnte sich vorstellen, Playboy VIP zu kaufen

### Kaufbereitschaft

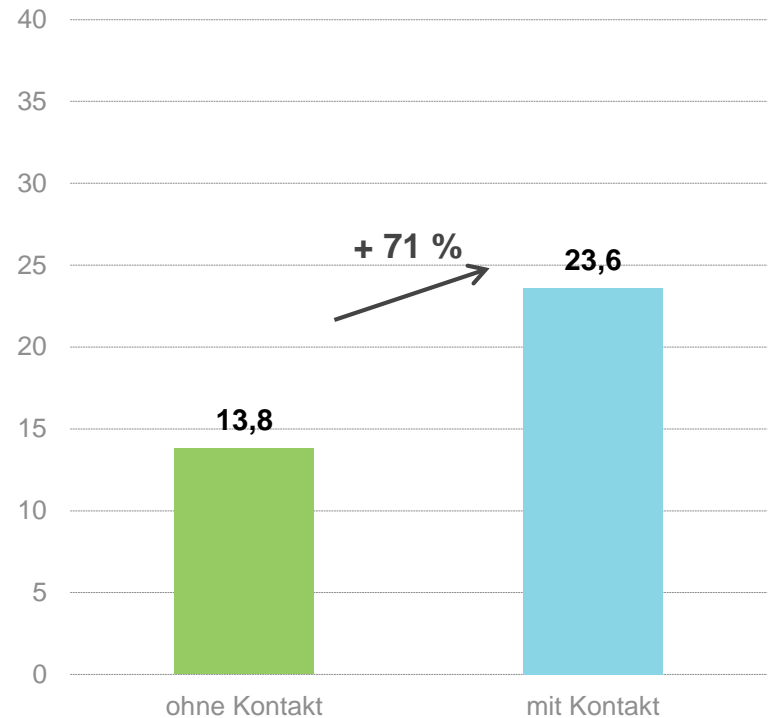
Angaben in Prozent



- Ja, für mich selbst
- Ja, als Geschenk
- Ja, für mich und als Geschenk
- Nein
- Weiß nicht

### Kaufbereitschaft

Angaben in Prozent

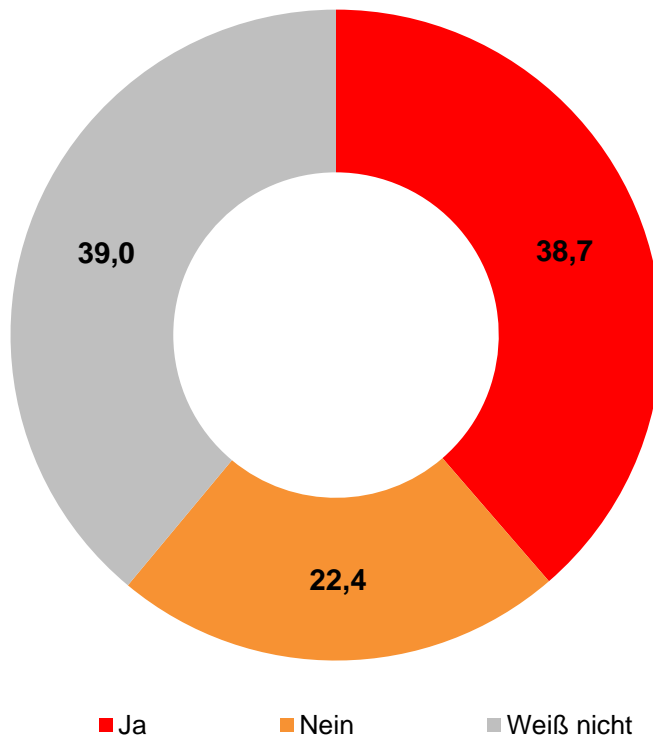


Frage: Könnten Sie sich prinzipiell vorstellen, den Damen- oder Herrenduft Playboy V.I.P. zu kaufen, sei es für sich oder als Geschenk?  
Basis: User der Videokombi 71 Network, die Playboy VIP kennen und noch nicht gekauft haben  
Quelle: SevenOne Media

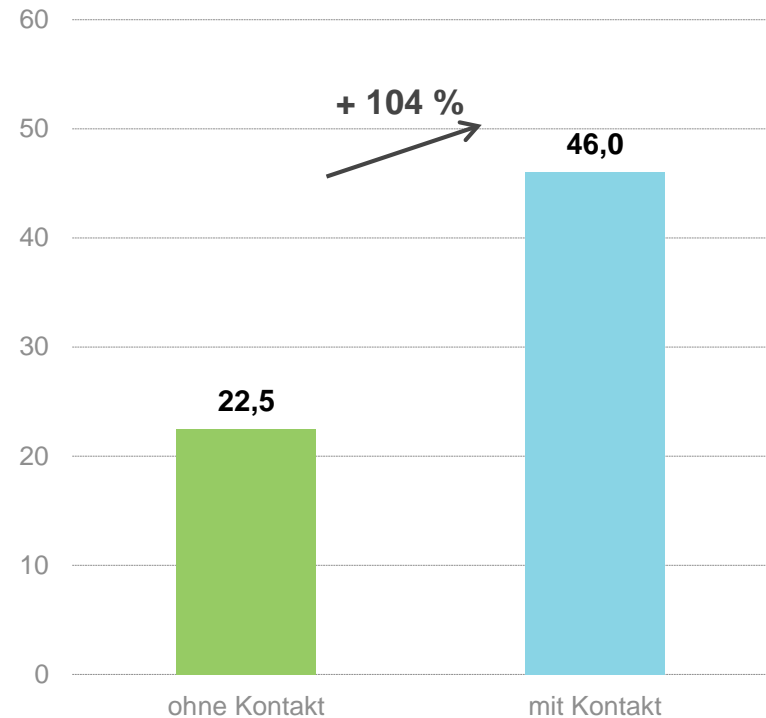


# Fast 40 Prozent würden Playboy VIP ihren Freunden empfehlen

Weiterempfehlung  
Angaben in Prozent



Weiterempfehlung  
Angaben in Prozent



Frage: Würden Sie Playboy-Düfte Ihren Freunden empfehlen?  
Basis: User der Videokombi 71 Network, die Playboy VIP kennen  
Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kauf, Kaufbereitschaft**

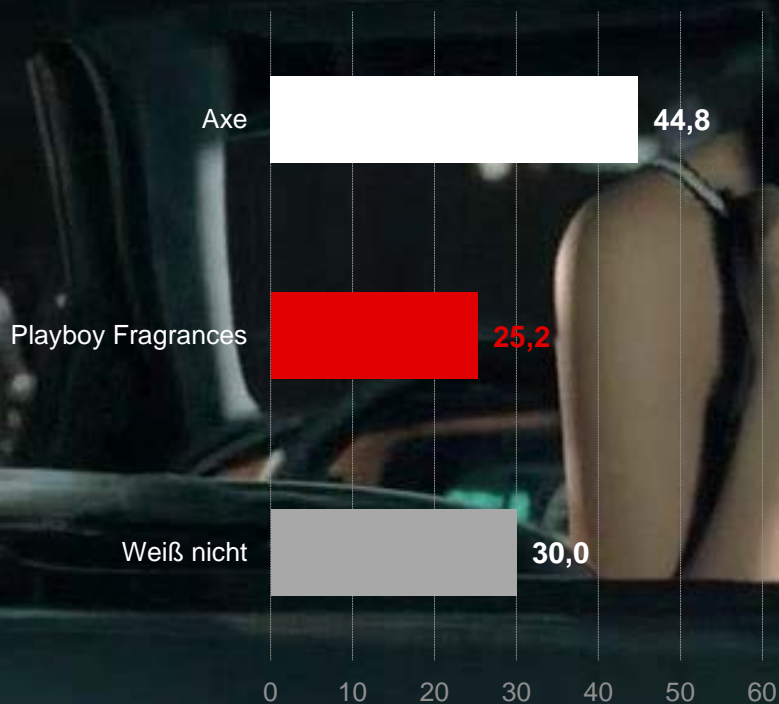
---

**Markensympathie**

---

**Fazit**

## Markensympathie Angaben in Prozent



Frage: Welche Marke gefällt Ihnen besser?  
Basis: User der Videokombi 71 Network  
Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kauf, Kaufbereitschaft**

---

**Markensympathie**

---

**Fazit**

## **Markenbekanntheit**

Gestützt kennen 44 Prozent Playboy Fragrances. Es ist eine deutliche Steigerung mit zunehmenden Online-Kontakten zu beobachten. Ein Exklusivkontakt mit Pre- oder MidRoll performt gleich gut.

## **Werbeerinnerung**

Insgesamt können sich 35 Prozent an Werbung für Playboy Fragrances erinnern. Durch Kontakte mit der Online-Kampagne wird die Werbeerinnerung ebenfalls deutlich gesteigert. Auch hier gibt es keine Wirkungsunterschiede zwischen Pre- und MidRolls. TV ist mit 85 Prozent das am häufigsten als erinnerte Werbemedium. Das Internet liegt mit 44 Prozent auf Platz 2. Bei mehrfachen Online-Kontakten wird das Internet immer häufiger als Werbemedium erinnert.

## **Kauf, Kaufbereitschaft**

Im Schnitt hat jeder Vierte schon mal einen Duft von Playboy gekauft. Auch hier ist der positive Einfluss der Online-Kontakte zu sehen. Von denjenigen, die bisher noch keinen Kauf getätigt haben, könnte es sich jeder Zweite vorstellen. Durchschnittlich 40 Prozent würden Playboy-Düfte ihren Freunden weiterempfehlen. Bei denjenigen mit Kontakt zur Online-Kampagne sind es sogar 46 Prozent.

## **Markensympathie**

Jedem Vierten gefallen Playboy Fragrances besser als Axe. Ein Drittel ist unentschlossen. Mit Online-Kontakten fällt die Markensympathie deutlich höher aus als ohne.

---

## **Franziska Rochau**

Senior Research Manager

SevenOne Media

Betastr. 10i

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-43 52

Fax +49 (0) 89/9507-943 52

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

[franziska.rochau@sevenonemedia.de](mailto:franziska.rochau@sevenonemedia.de)