

Ein Unternehmen der ProSiebenSAT.1 Media AG

Unterföhring, Juni 2011

SportScheck

Ergebnisse der Mobile-Befragung

Inhalt

Steckbrief

Nutzung und Bewertung der Apps

Werbewirkung Alpina Sportbrille

Fazit

Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Mobile-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	Nutzer der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über Adserver
Stichprobe	n=1.576
Befragungszeitraum	18.05.-03.06.2011
Inhalte	App-Nutzung, Struktur der App-User, Azeptanz von Werbung innerhalb der Apps, Werbewirkung der SportScheck-Kampagne für die Alpina Sportbrille

Inhalt

Steckbrief

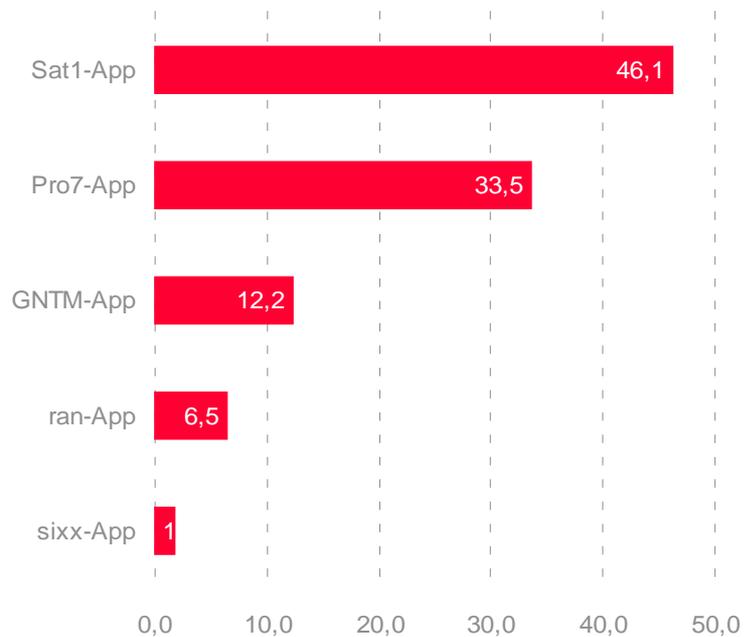
Nutzung und Bewertung der Apps

Werbewirkung Alpina Sportbrille

Fazit

Die meisten User wurden in der Sat.1-App befragt...

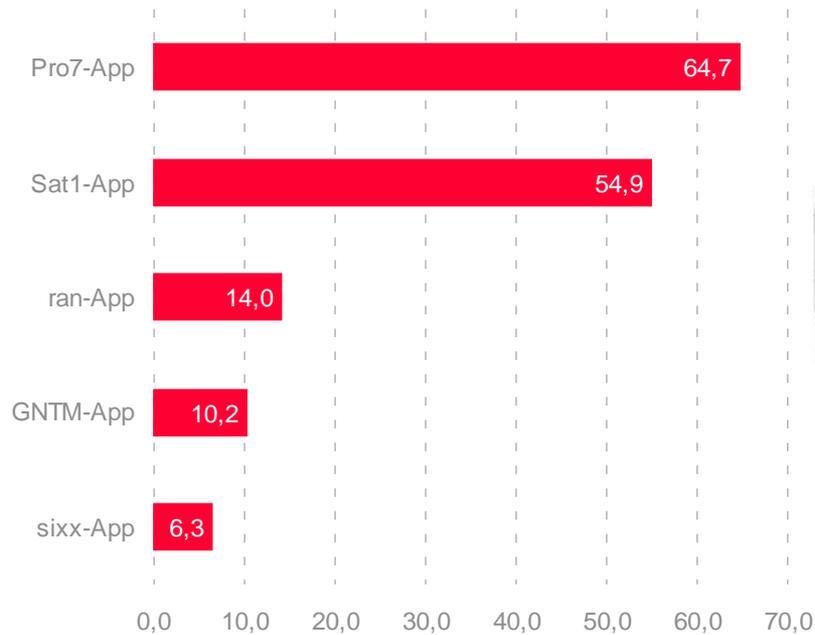
Anteil der befragten User innerhalb der Apps Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

...aber die ProSieben-App wird am häufigsten genutzt

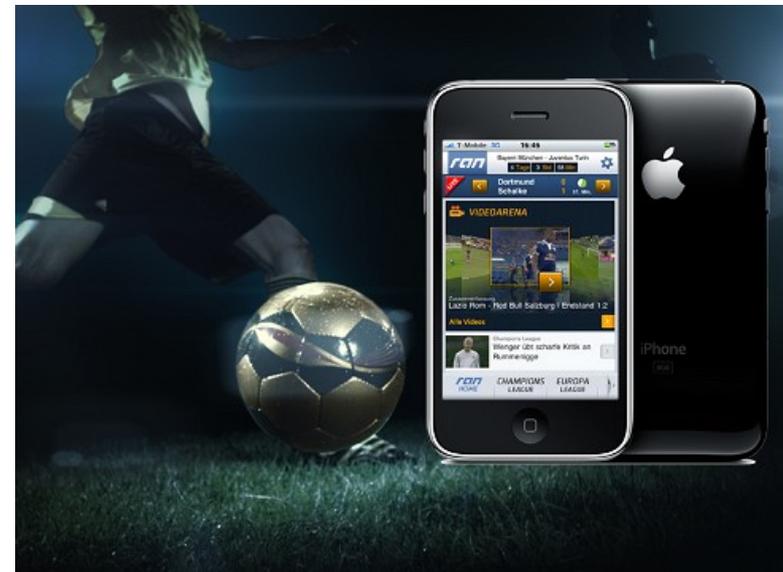
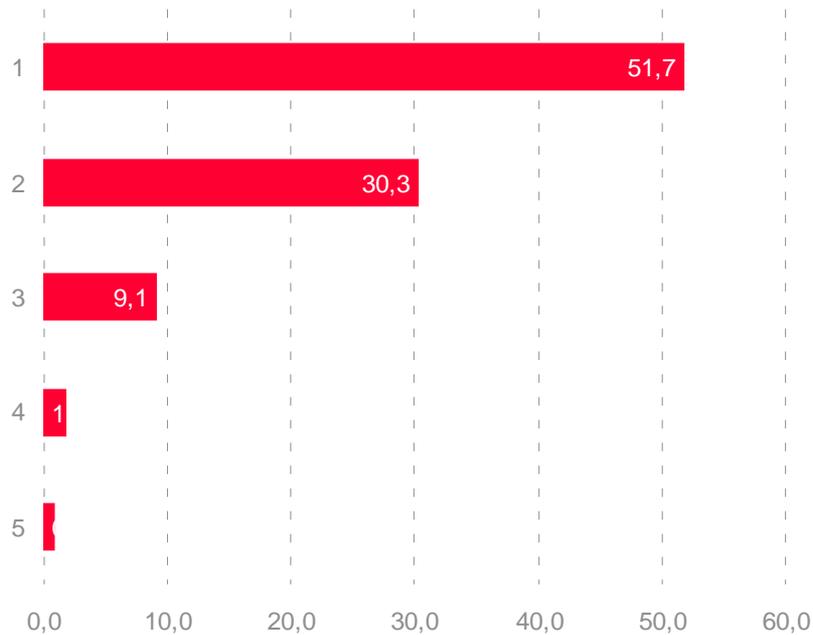
Nutzung der Apps Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

Jeder zweite User nutzt ausschließlich eine App, jeder Dritte zwei

App-User nach Anzahl der genutzten Apps Angaben in Prozent

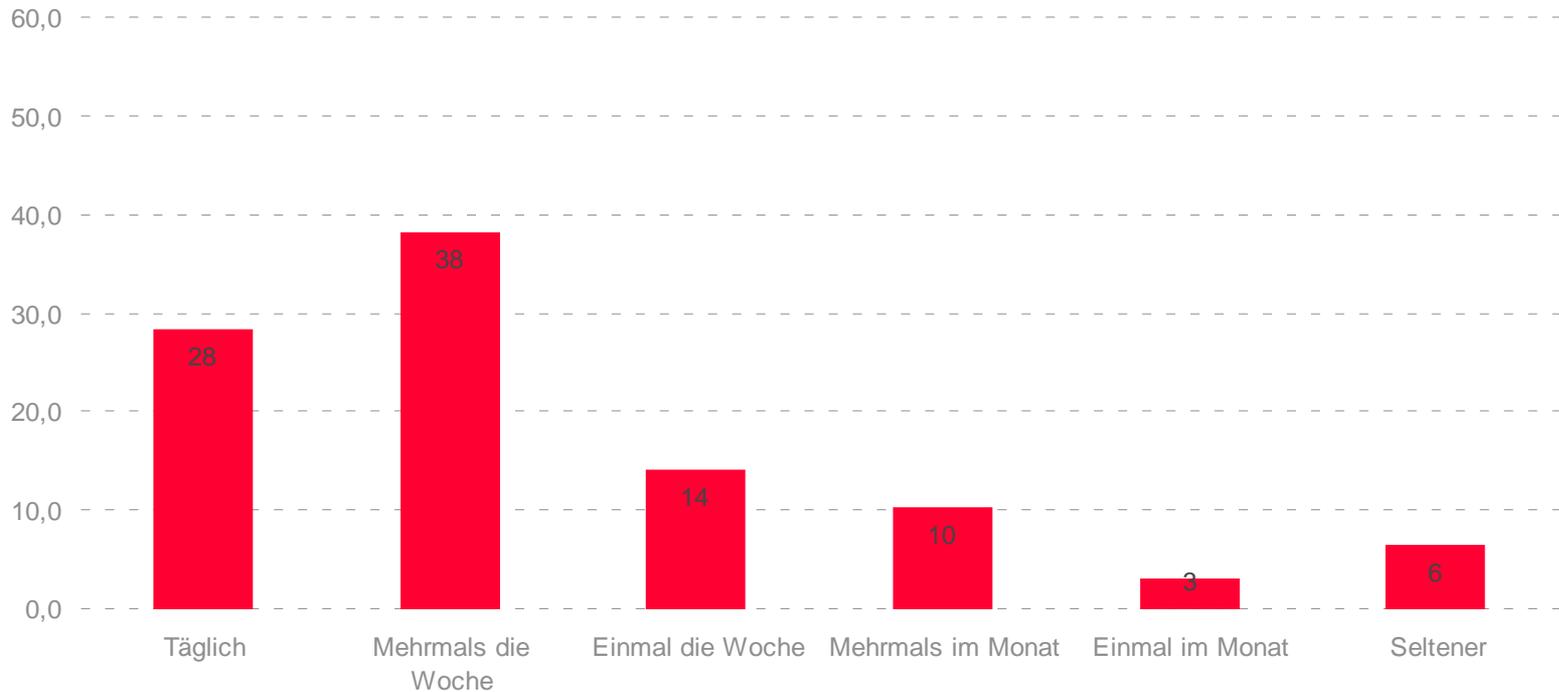


Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

66 Prozent der User nutzen die Apps mind. mehrmals die Woche

App-Nutzung nach Häufigkeit

Angaben in Prozent



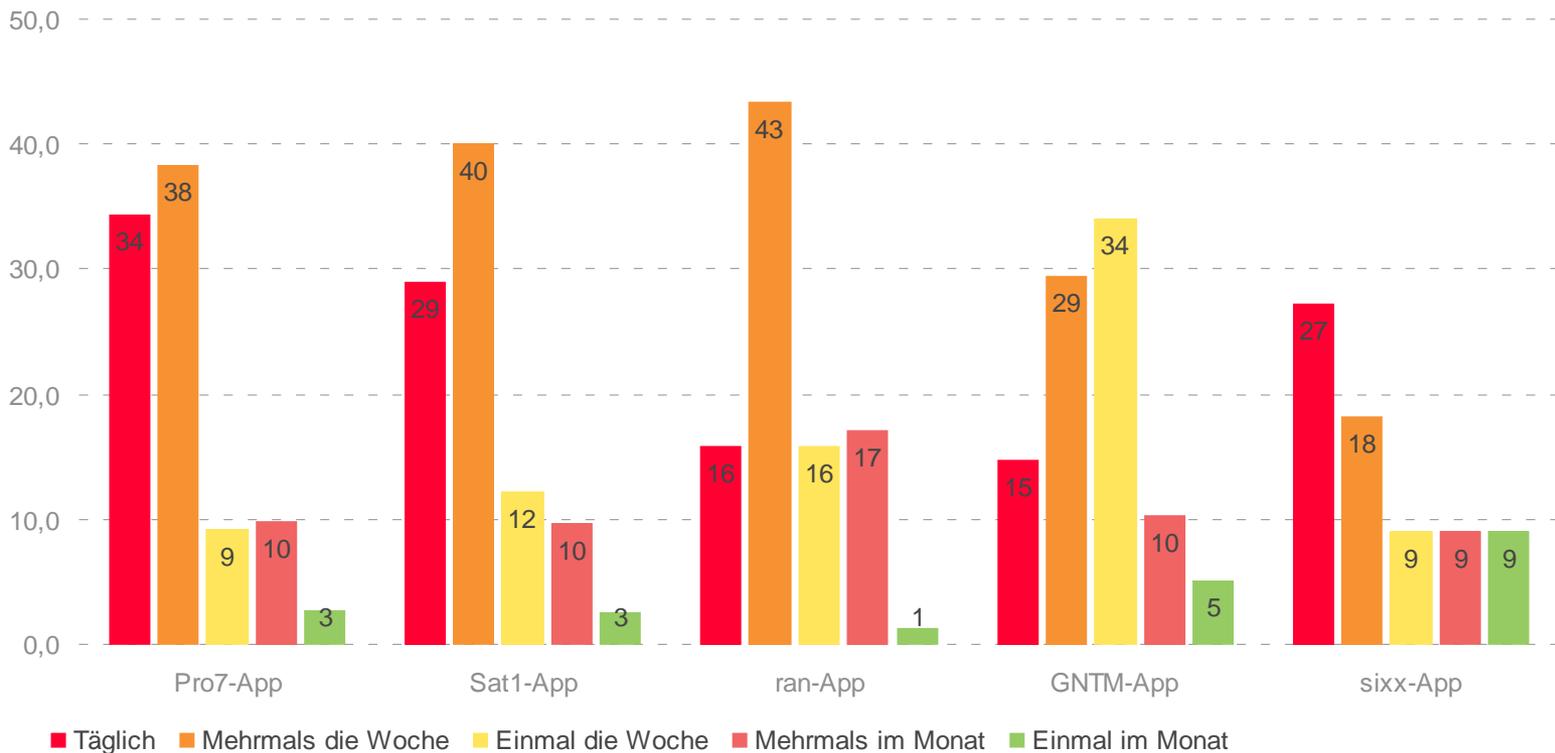
Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)

Quelle: SevenOne Media

Sender-Apps werden fast täglich genutzt, Apps zu Formaten eher punktuell

App-Nutzung nach Häufigkeit*

Angaben in Prozent



*Angaben beziehen sich auf die jeweils genutzte App, in der der User befragt wurde,

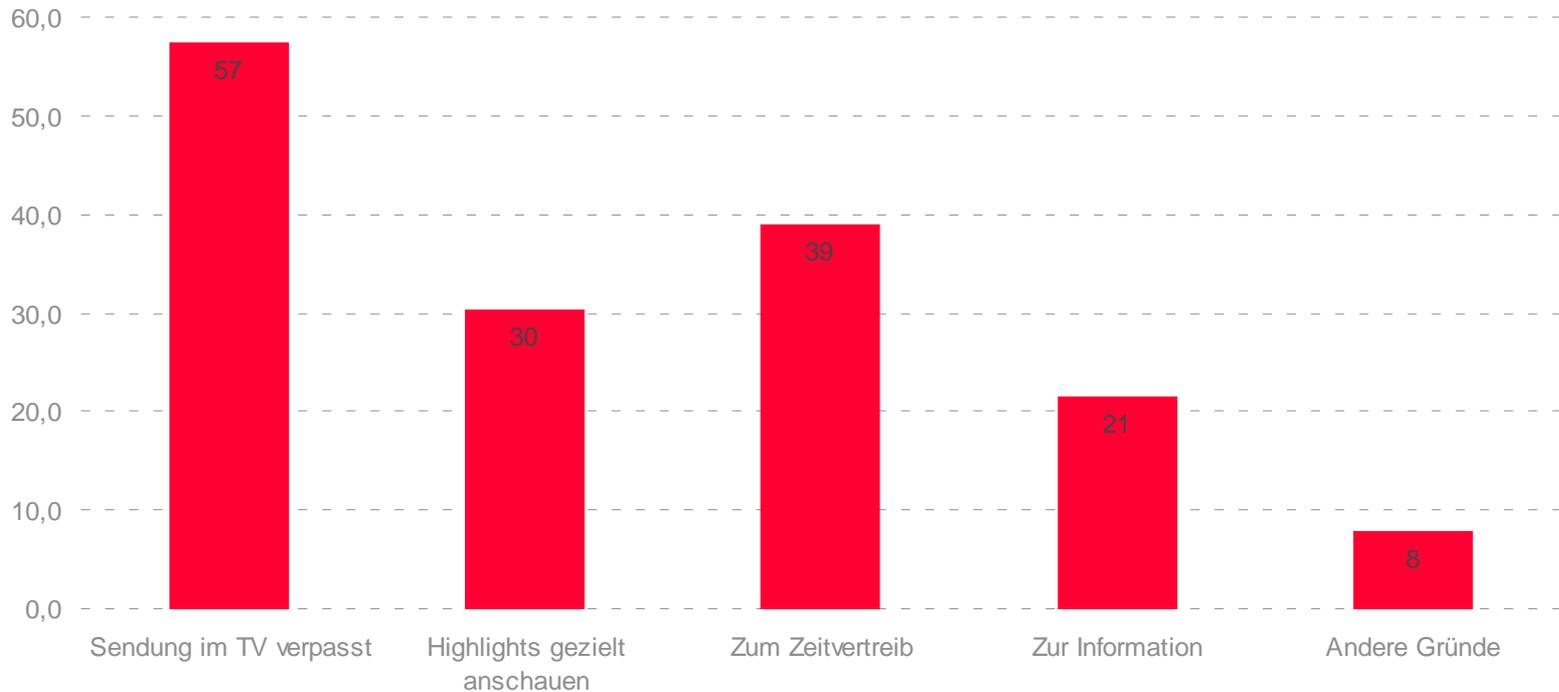
** Achtung: Bei sixx sehr geringe Fallzahl (n=26),

Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576), Quelle: SevenOne Media

Hauptmotiv der Nutzung? Sendung im Fernsehen verpasst!

Motive der App-Nutzung

Angaben in Prozent



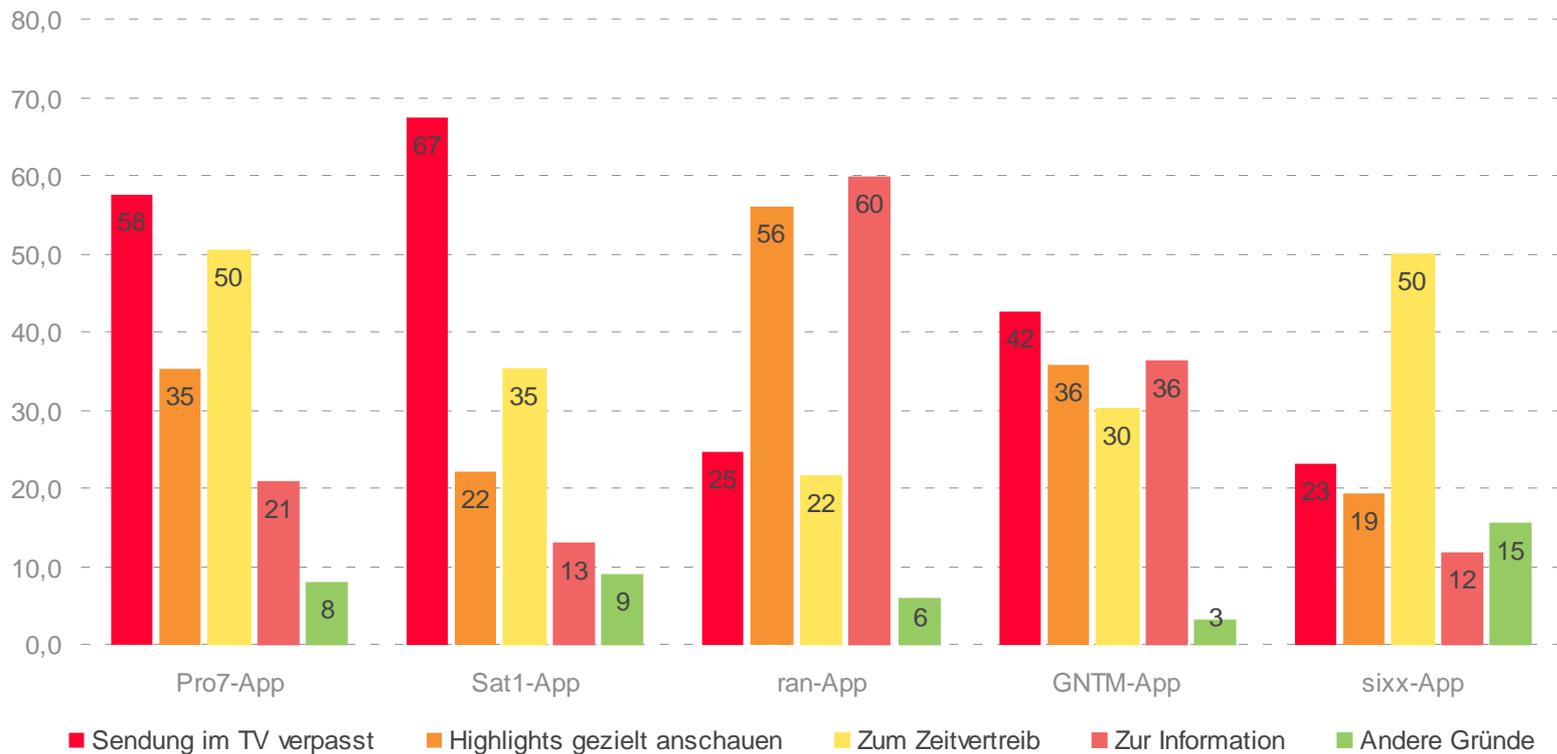
Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)

Quelle: SevenOne Media

Aber die Nutzungsmotive unterscheiden sich je nach App

Motive der App-Nutzung*

Angaben in Prozent



*Angaben beziehen sich auf die jeweils genutzte App, in der der User befragt wurde,

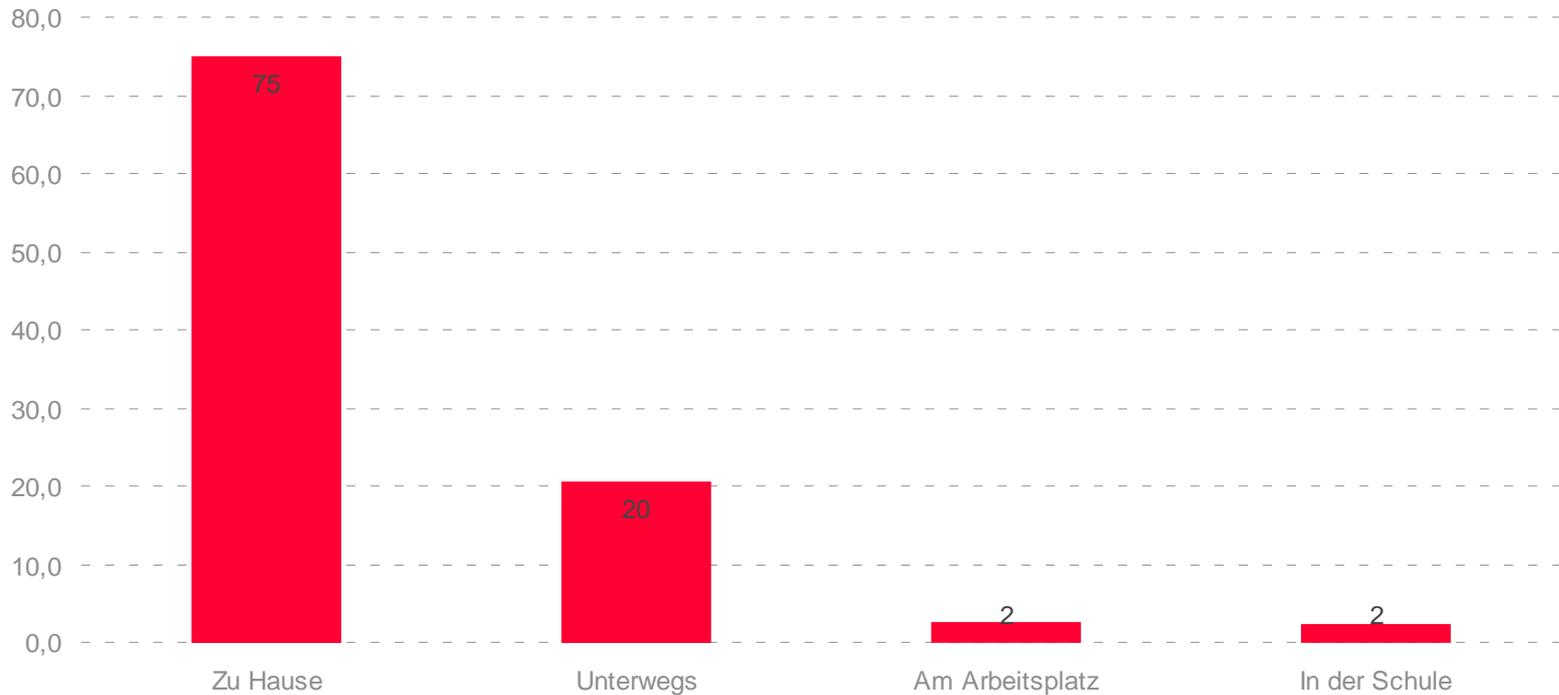
** Achtung: Bei sixx sehr geringe Fallzahl (n=26),

Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576), Quelle: SevenOne Media

Mobile-App heißt nicht, dass auch mobil genutzt wird

Hauptsächlicher Ort der App-Nutzung

Angaben in Prozent



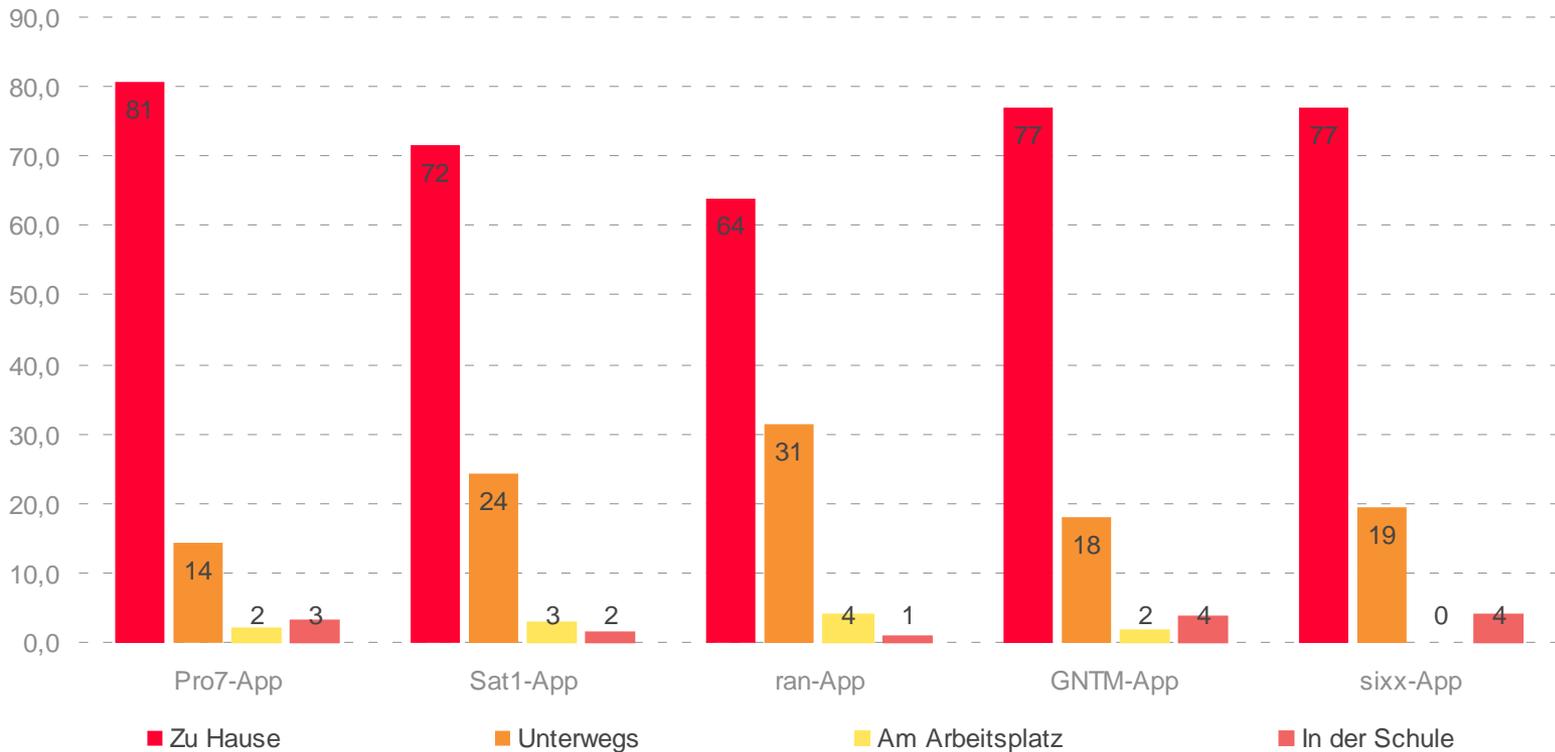
Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)

Quelle: SevenOne Media

Dies gilt auch für die unterschiedlichen Apps

Hauptsächlicher Ort der App-Nutzung*

Angaben in Prozent



*Angaben beziehen sich auf die jeweils genutzte App, in der der User befragt wurde,

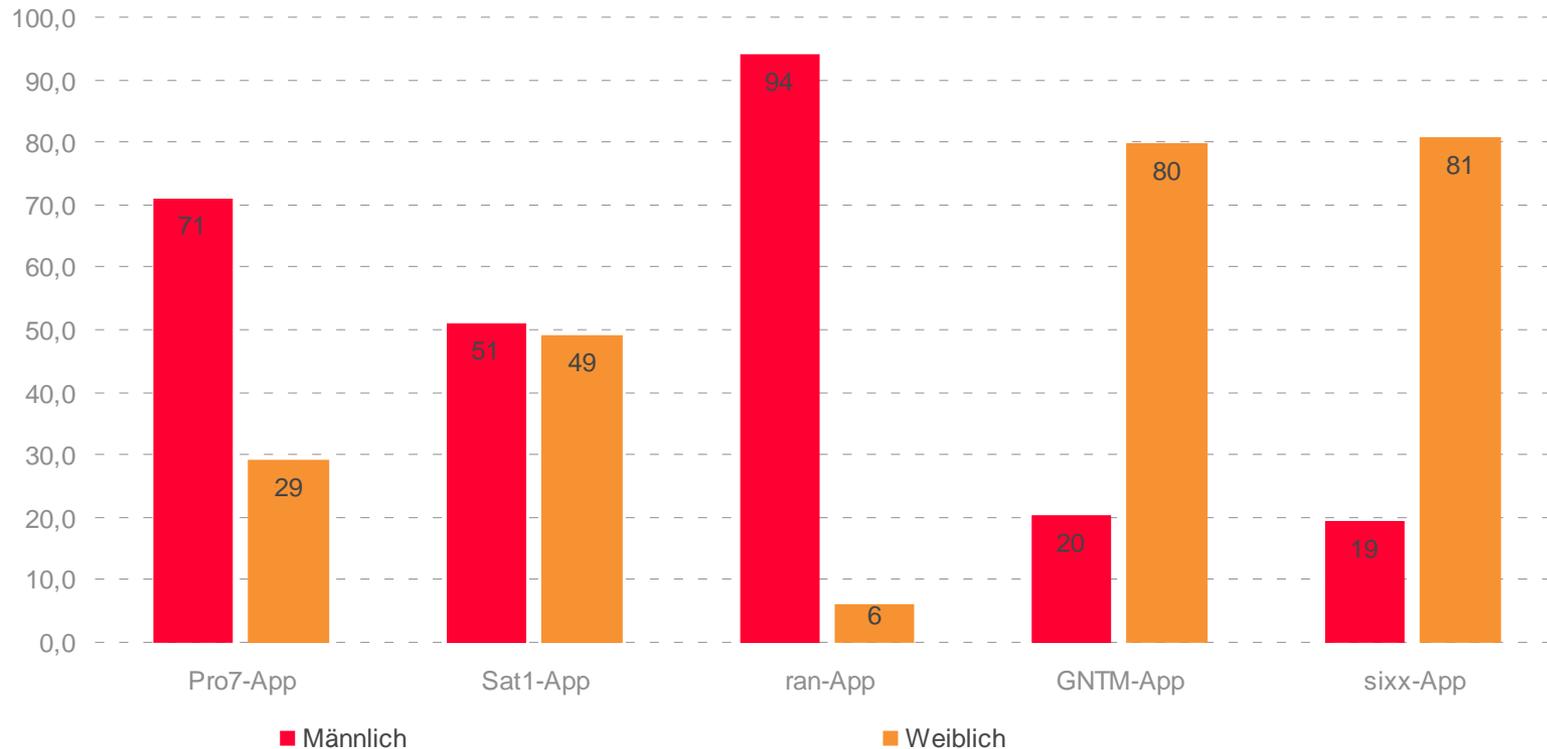
** Achtung: Bei sixx sehr geringe Fallzahl (n=26),

Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576), Quelle: SevenOne Media

Männliche und weibliche User spiegeln die Struktur der TV-Zuschauer wider

App-User nach Geschlecht*

Angaben in Prozent



*Angaben beziehen sich auf die jeweils genutzte App, in der der User befragt wurde,

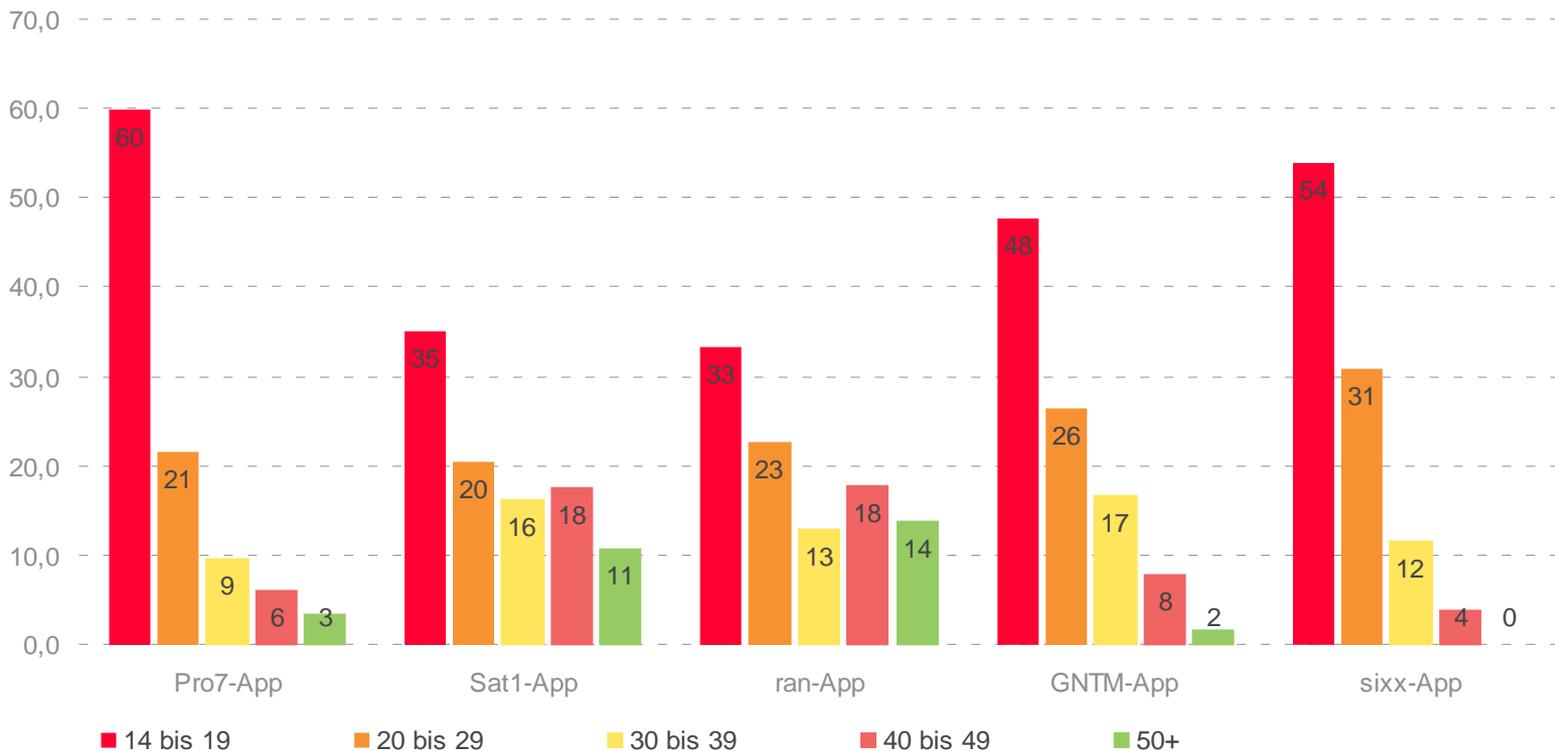
** Achtung: Bei sixx sehr geringe Fallzahl (n=26),

Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576), Quelle: SevenOne Media

Die ProSieben-App hat die jüngsten User, ran die ältesten

App-User nach Alter*

Angaben in Prozent



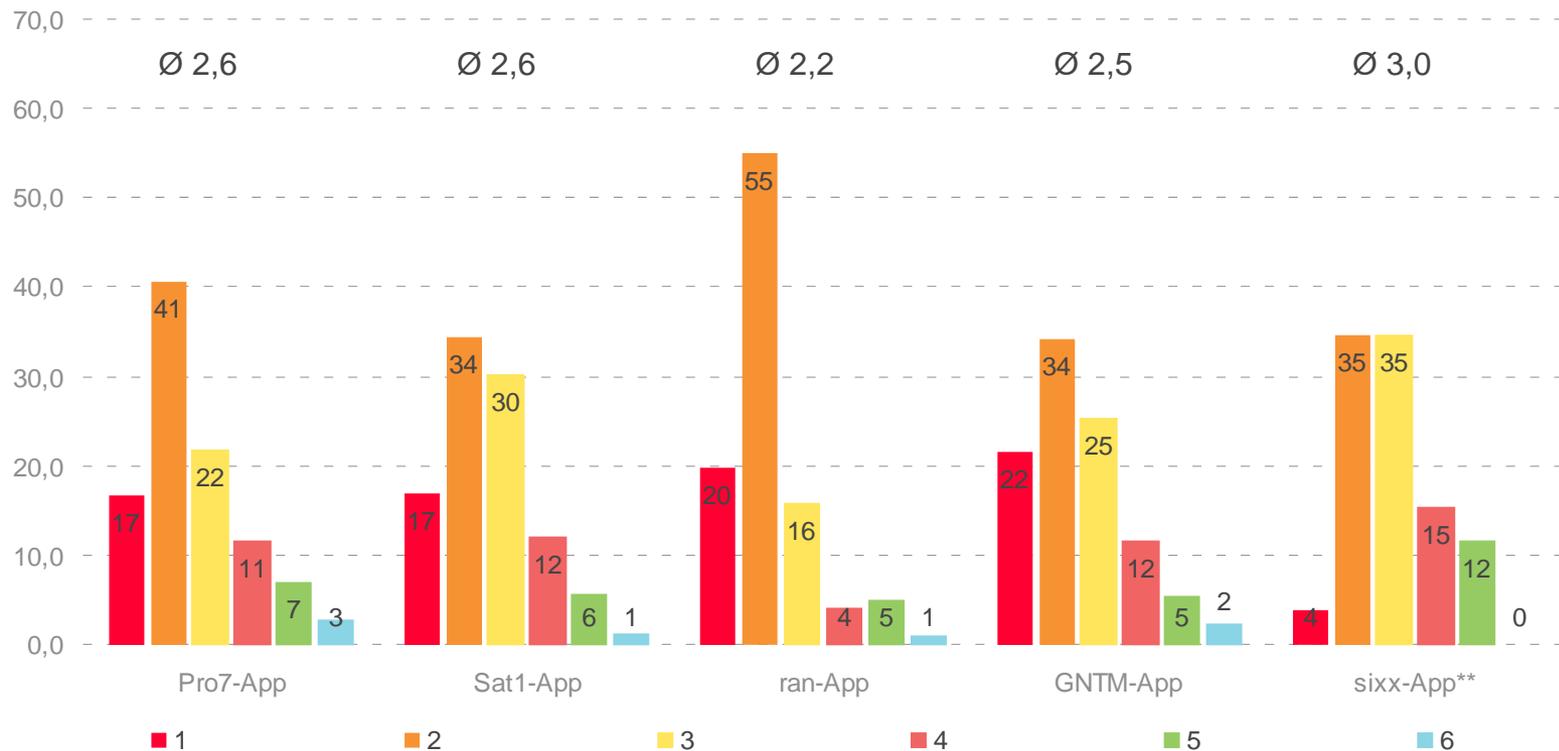
*Angaben beziehen sich auf die jeweils genutzte App, in der der User befragt wurde,

** Achtung: Bei sixx sehr geringe Fallzahl (n=26),

Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576), Quelle: SevenOne Media

User bewerten die ran-App am besten

Bewertung der Apps nach Schulnoten* Angaben in Prozent und Durchschnittsnote



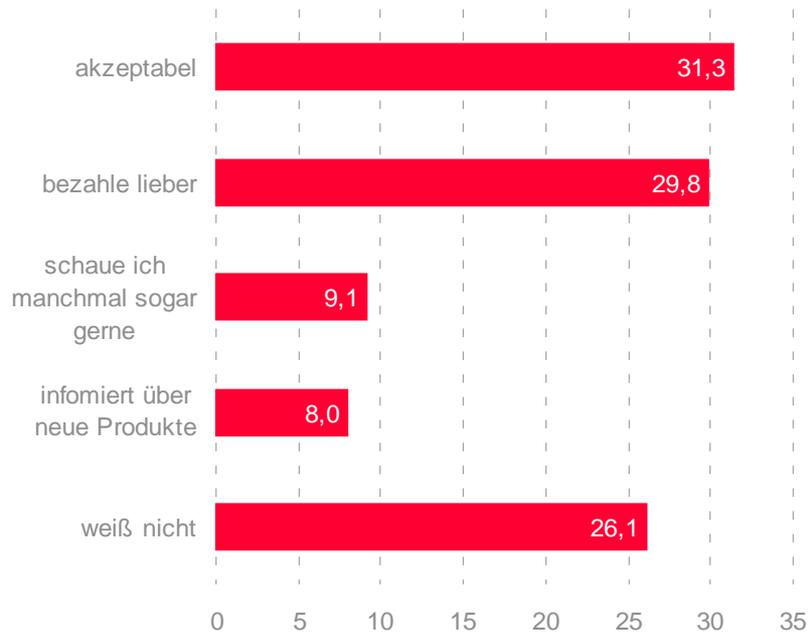
*Angaben beziehen sich auf die jeweils genutzte App, in der der User befragt wurde,

** Achtung: Bei sixx sehr geringe Fallzahl (n=26),

Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576), Quelle: SevenOne Media

Hohe Akzeptanz von Werbung, aber knapp 30 Prozent würden lieber zahlen

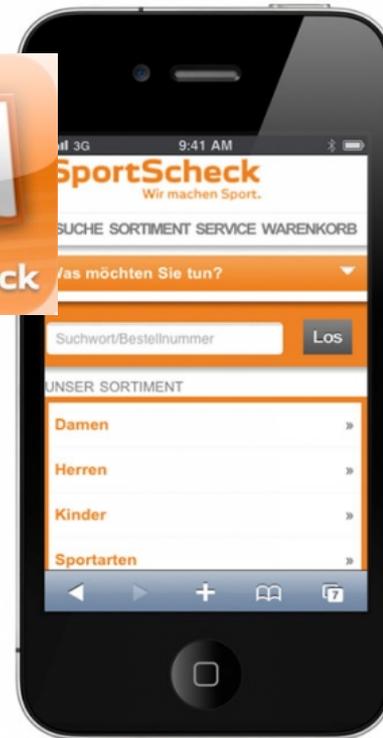
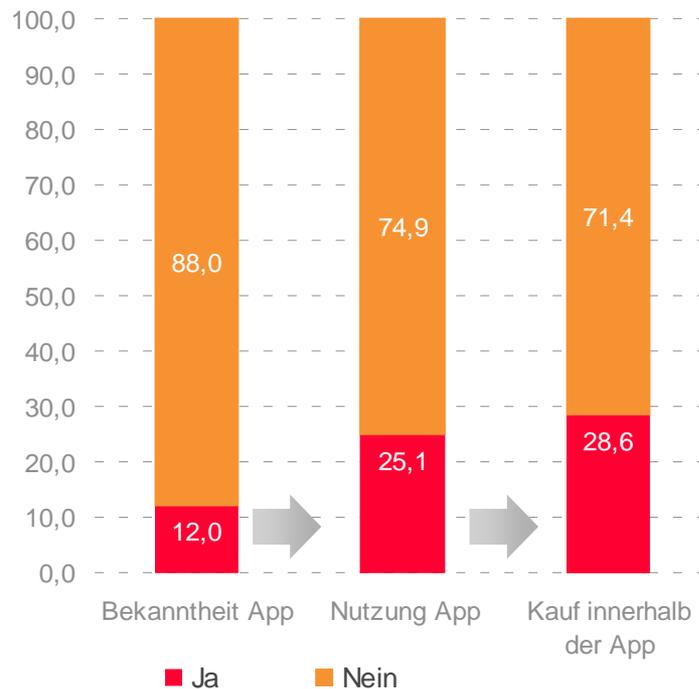
Akzeptanz von Werbung innerhalb der Apps Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

Eher geringe Bekanntheit der SportScheck-App unter den Usern

Bekanntheit und Nutzung der SportScheck-App Angaben in Prozent und Indizes



Basis Bekanntheit: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576);
Basis Nutzung: User, die die SportScheck-App kennen (n=168), Basis Kauf: User, die die SportScheck App nutzen (n=42); Quelle: SevenOne Media

Inhalt

Steckbrief

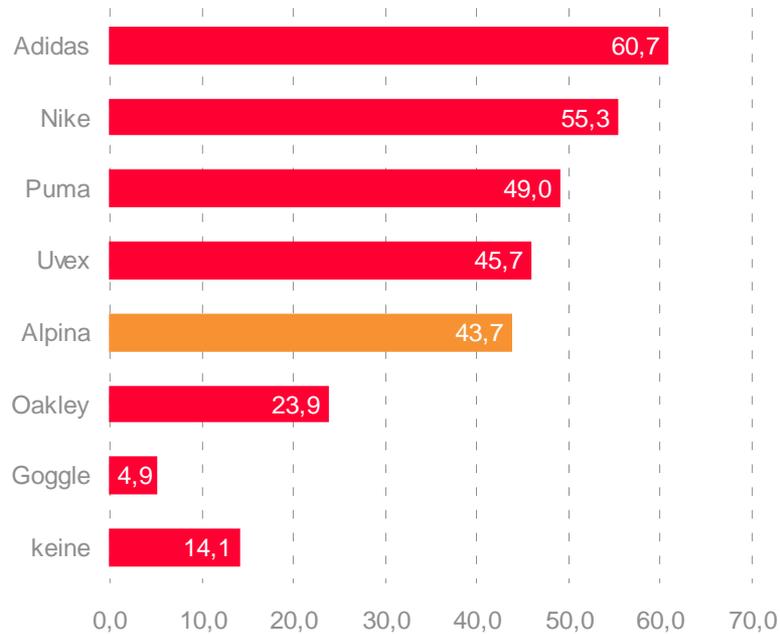
Nutzung und Bewertung der Apps

Werbewirkung Alpina Sportbrille

Fazit

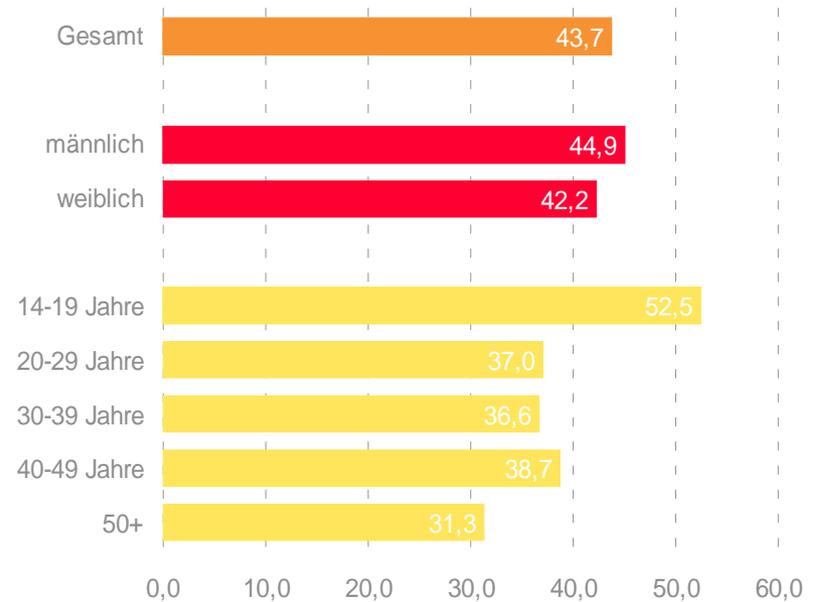
Hohe Bekanntheit von Alpina Sportbrillen bei den jungen Usern

Gestützte Bekanntheit von Sportbrillen Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

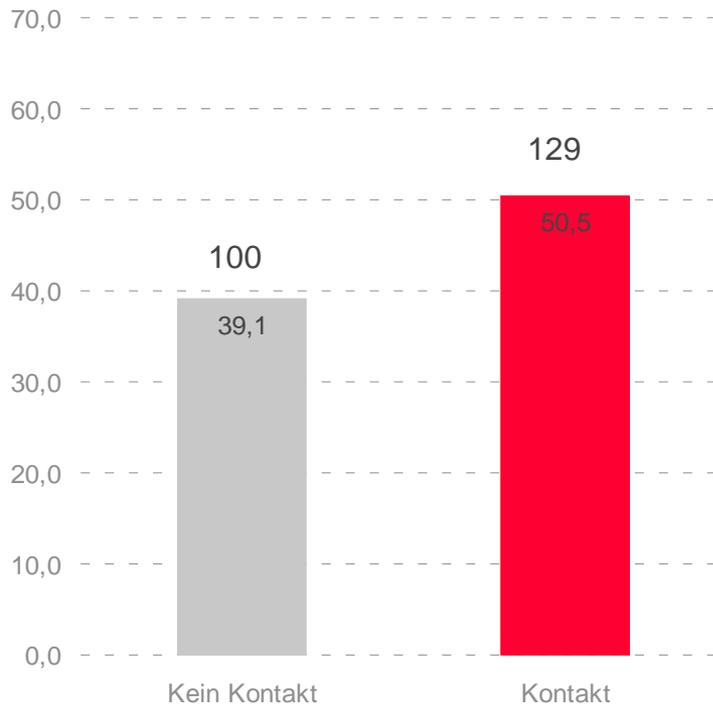
Gestützte Bekanntheit der Alpina Sportbrille Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

Mobile-Kontakte steigern deutlich die Bekanntheit der Marke

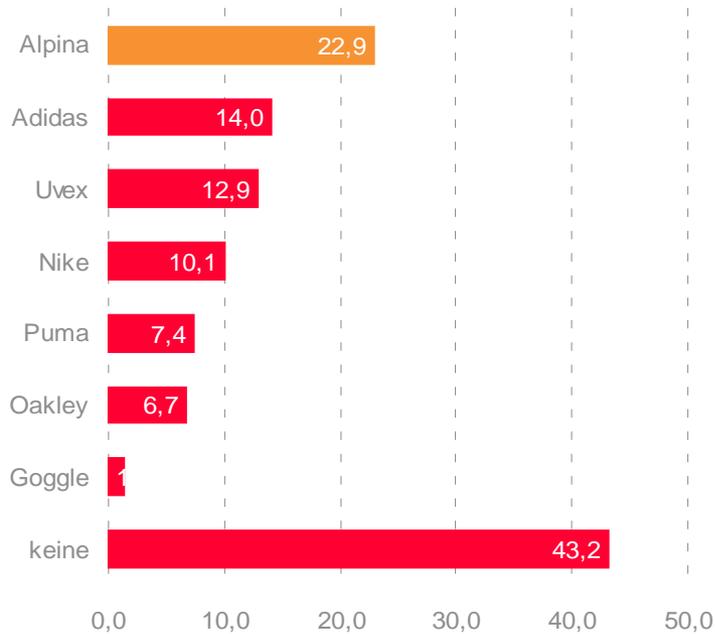
Gestützte Bekanntheit Alpina SB nach Kontakt Angaben in Prozent und Indizes



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

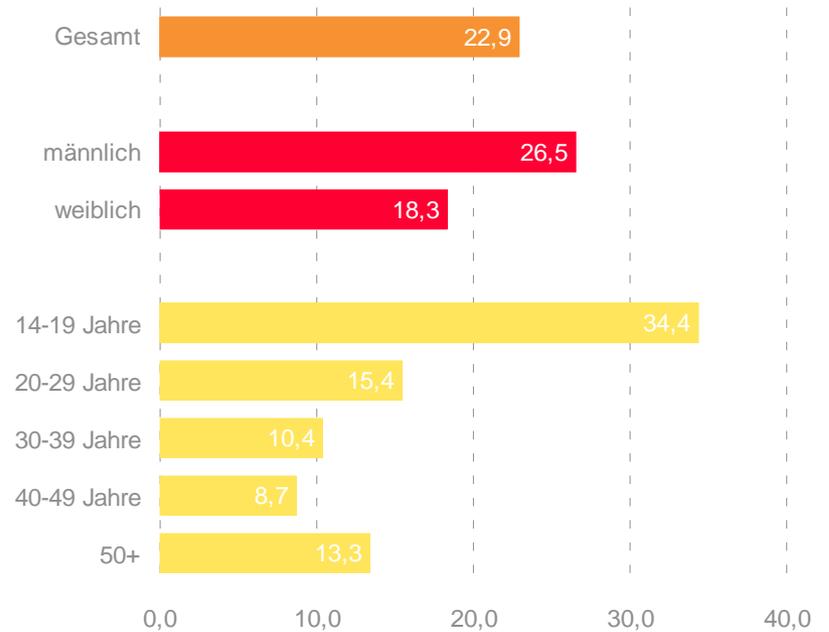
Top Werbeerinnerung für die Alpina-Sportbrille, speziell bei Jungen

Gestützter Recall Sportbrillen Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

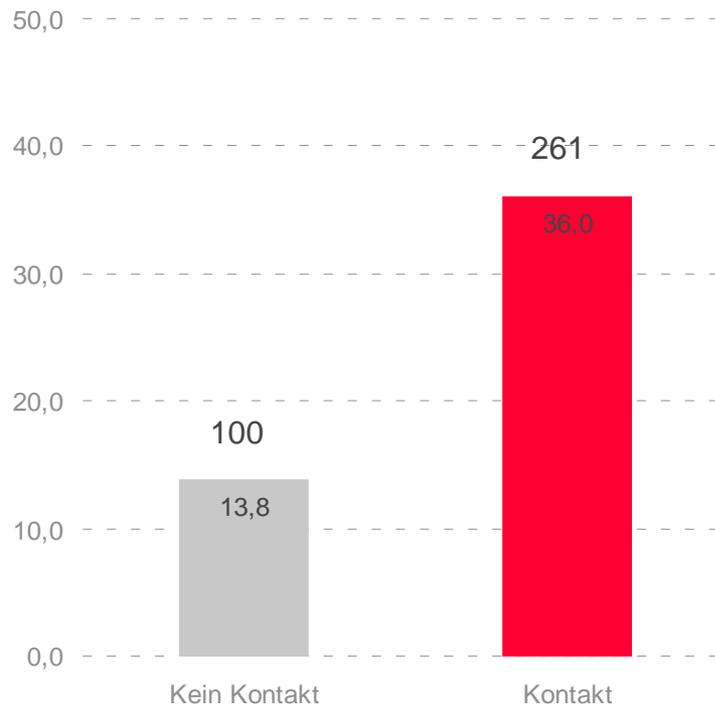
Gestützter Recall Alpina Sportbrille Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

Mobile-Kontakte pushen die Werbeerinnerung

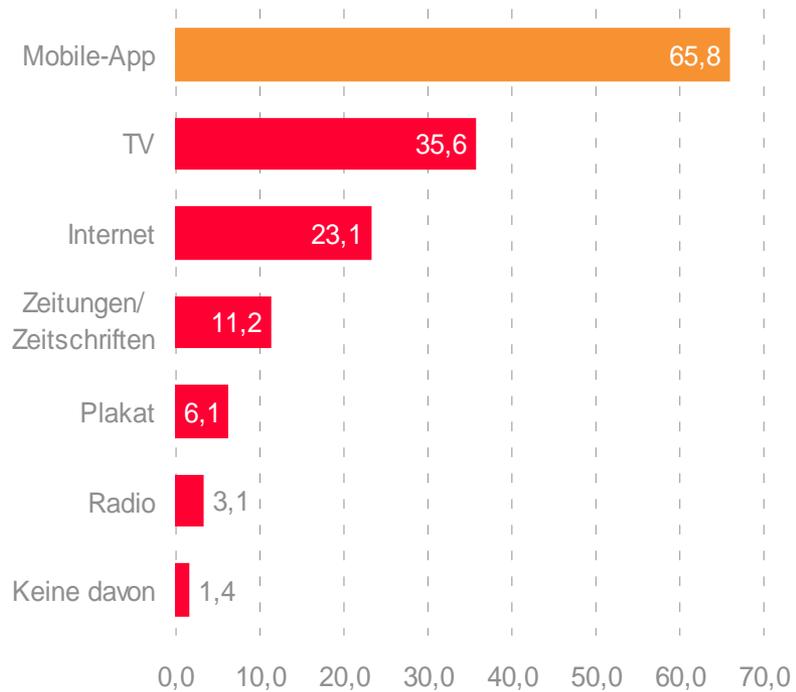
Gestützter Recall Alpina SB nach Kontakt Angaben in Prozent und Indizes



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx (n=1.576)
Quelle: SevenOne Media

Beste Erinnerung an Mobile-Werbung

Erinnerte Werbemedien Alpina Sportbrille Angaben in Prozent



Basis: User der Apps von ProSieben, Sat.1, GNTM, ran und sixx, die sich an Werbung für die Alpina-Sportbrille erinnern können (n=295)

Quelle: SevenOne Media



Inhalt

Steckbrief

Nutzung und Bewertung der Apps

Werbewirkung Alpina Sportbrille

Fazit

Fazit

App-Nutzung

Die ProSieben-App ist die am häufigsten genutzte App. Dies spiegelt sich nicht ganz in der Befragung wider. Hier haben wir die meisten User innerhalb der Sat1.-App erreicht. Der Großteil der befragten User nutzt ein bis zwei Apps, die primär zu Hause verwendet werden. Mobile-App ist also nicht gleichbedeutend mit mobiler Nutzung.

Sender-Apps werden beinahe täglich verwendet, während Apps zu speziellen Sendungen wie ran und GNTM eher gezielt und punktuell genutzt werden. Dies hängt vermutlich eng mit den Motiven der Nutzung zusammen. Während die Sender Apps hauptsächlich zur Hand genommen werden, um verpasste Sendungen zu sehen oder sich die Zeit zu vertreiben, suchen die User der ran- und GNTM-App auch gezielt nach Highlights der Sendung und wollen sich informieren.

Struktur der App-Nutzer

Die Nutzerstruktur unterscheidet sich je nach App sehr deutlich: ProSieben und ran sind sehr männeraffine Apps. Die Apps zu GNTM und sixx werden dagegen hauptsächlich von Frauen genutzt. Die User der ProSieben-App sind zudem deutlich jünger als die der anderen Apps.

Alle Apps bekommen von den Usern durchweg gute Noten. Am besten wird dabei die ran-App bewertet.

Werbewirkung der SportScheck-Kampagne

Die Befragung zeigt eindrucksvoll die Wirkung der Mobile-Kontakte mit der Kampagne von SportScheck. Am Ende des SportScheck-Spots wurde für eine Alpina-Sportbrille geworben. Obwohl es sich nur um ein kurzes TagOn handelte, fällt die Bekanntheit der Sportbrille bei Usern, die Kontakt mit dem Spot hatten, deutlich höher aus. Sie können sich auch weitaus besser an Werbung für die Sportbrille erinnern. Dabei kann die überwiegende Mehrheit auch korrekt zuordnen, dass sie die Werbung innerhalb der App wahrgenommen hat.

Kontakt

Olaf Schlesiger

Senior Research Manager

SevenOne Media GmbH

Betastr. 10i

D-85774 Unterföhring

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

Fax +49 (0) 89/9507-41 80

www.sevenonemedia.de

olaf.schlesiger@sevenonemedia.de