

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, November 2013

AachenMünchener

Onsite-Befragung



SIXX

MyVideo

GOLD

MAXX

Agenda

Steckbrief

Werbeerinnerung

Markensympathie

Multiscreen-Analyse

Fazit

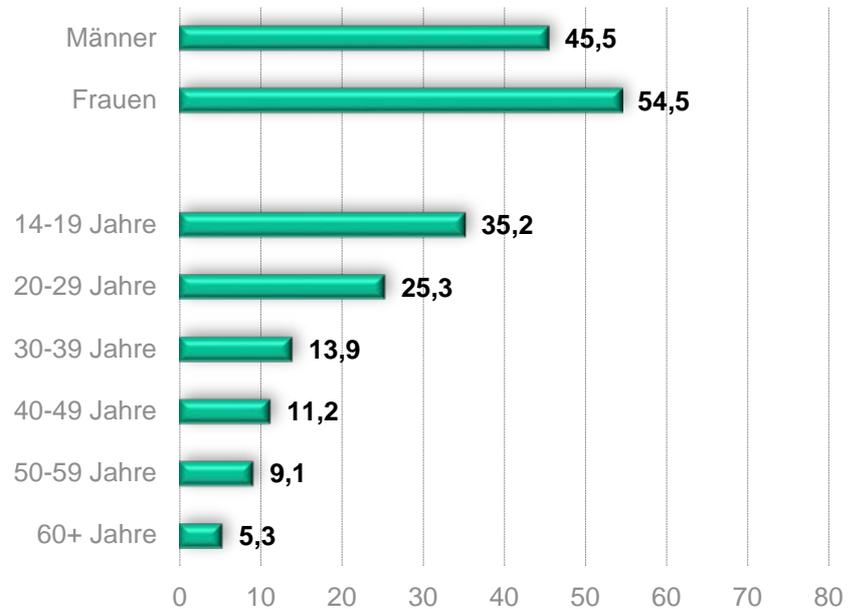
Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n=2.292
Befragungszeitraum	1. bis – 27. Oktober 2013
Inhalte	Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Markensympathie

Zielgruppenauftritt

Demografie

Angaben in Prozent



Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Werbeerinnerung

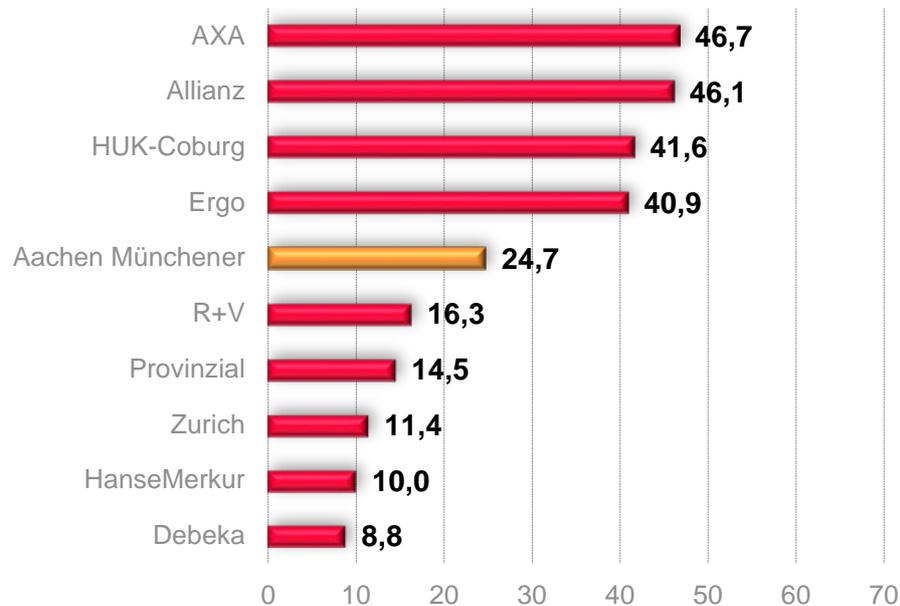
Markensympathie

Multiscreen-Analyse

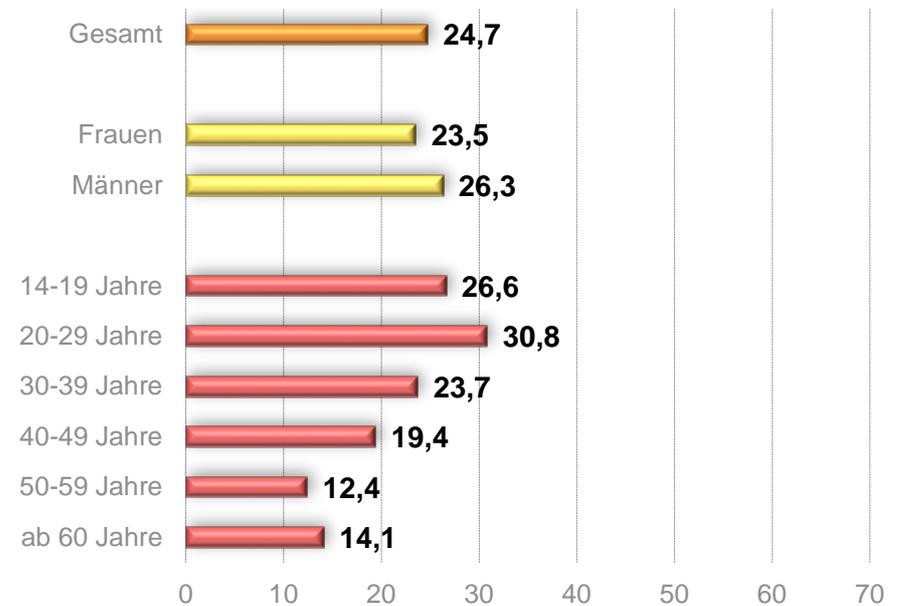
Fazit

Ein Viertel erinnert sich gestützt an Werbung

Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener Angaben in Prozent



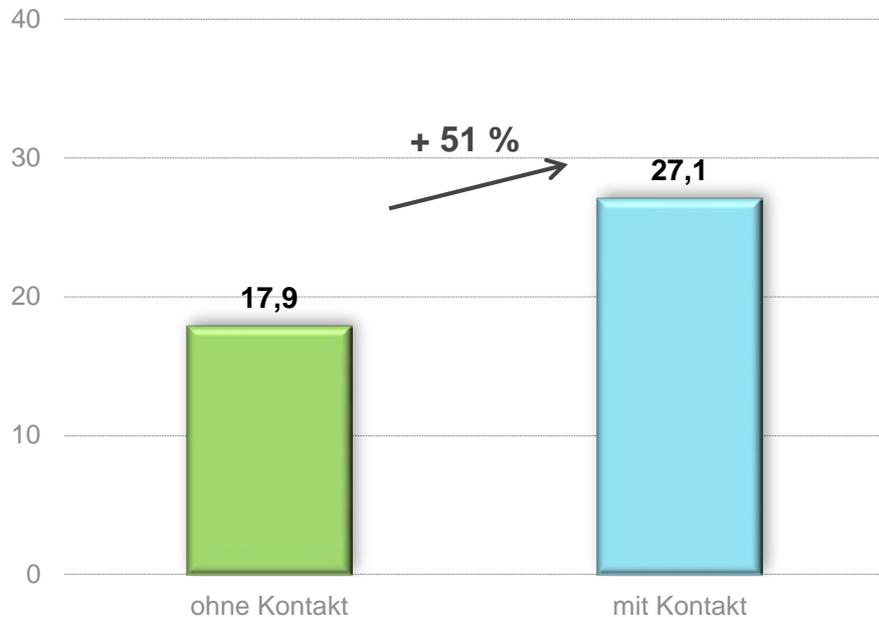
Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.

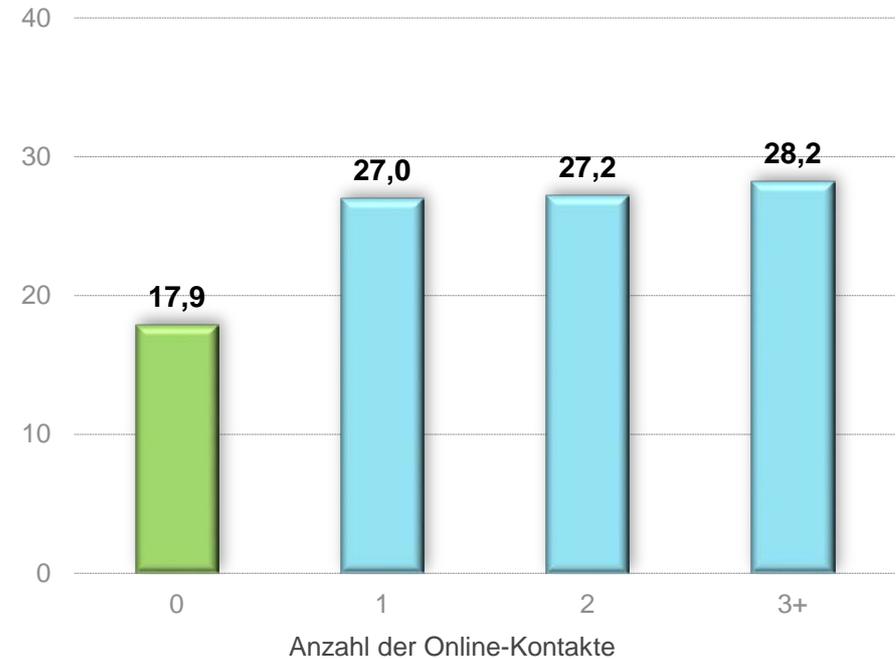
Quelle: SevenOne Media

Mit drei oder mehr Online-Kontakten sind es knapp 30 Prozent

Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener
Angaben in Prozent



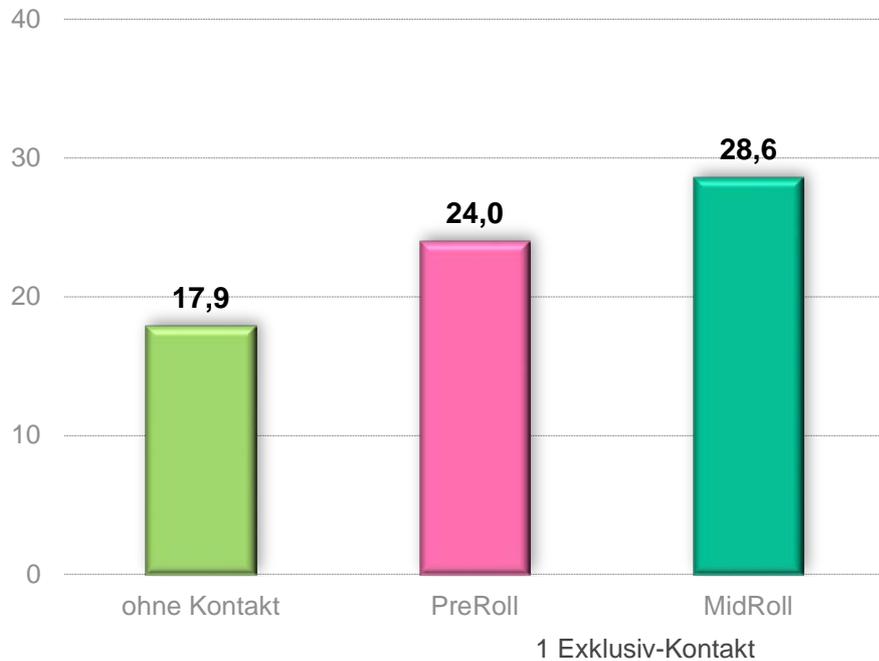
Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.
Quelle: SevenOne Media

Bestes Ergebnis mit MidRoll-Exklusivkontakt

Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener Angaben in Prozent

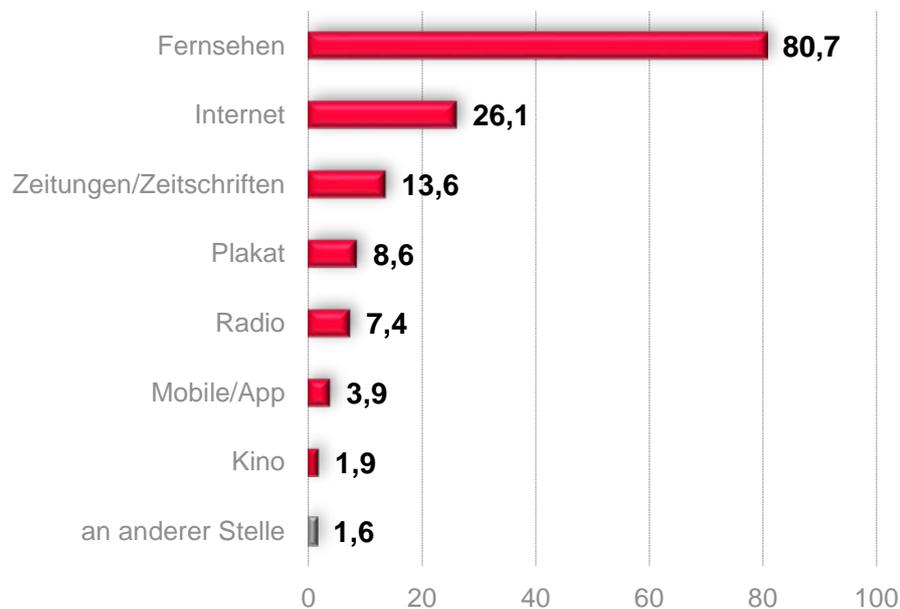


Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.
Quelle: SevenOne Media

Werbung wird vor allem im TV wahrgenommen

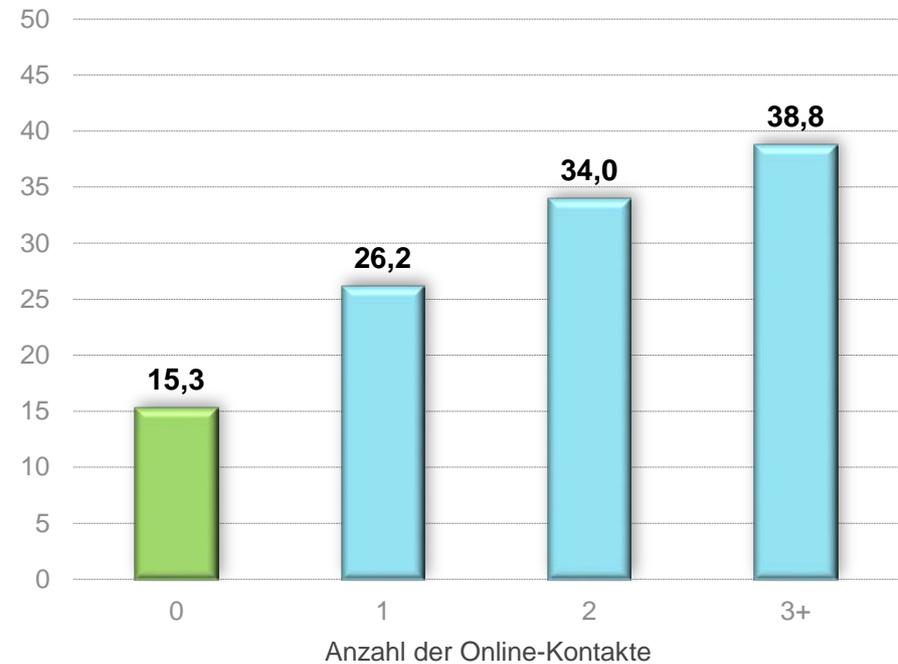
Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



Erinnerte Werbemedien - Internet

Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie die Werbung für die AachenMünchener gesehen, gehört oder gelesen haben?

Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a., die sich an Werbung für AachenMünchener erinnern

Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Werbeerinnerung

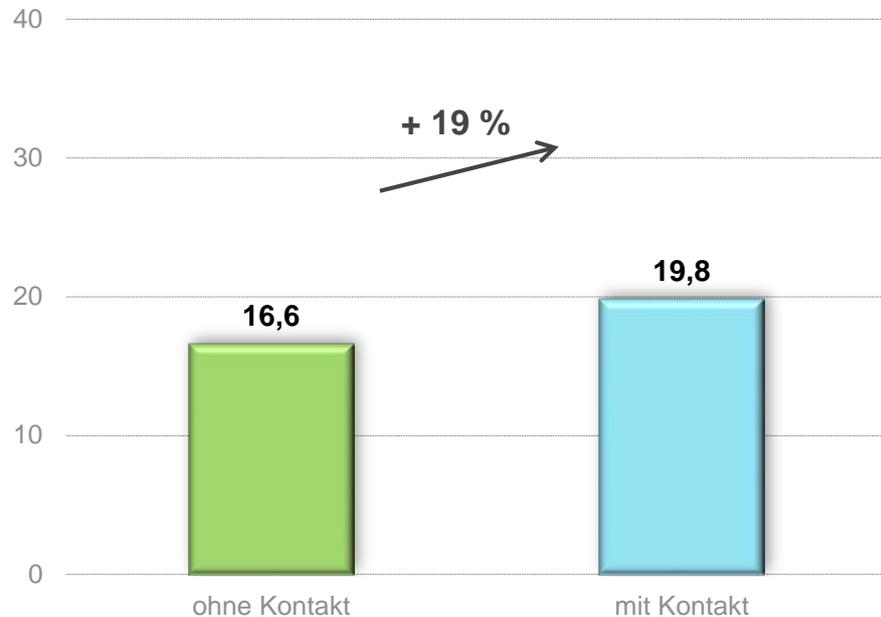
Markensympathie

Multiscreen-Analyse

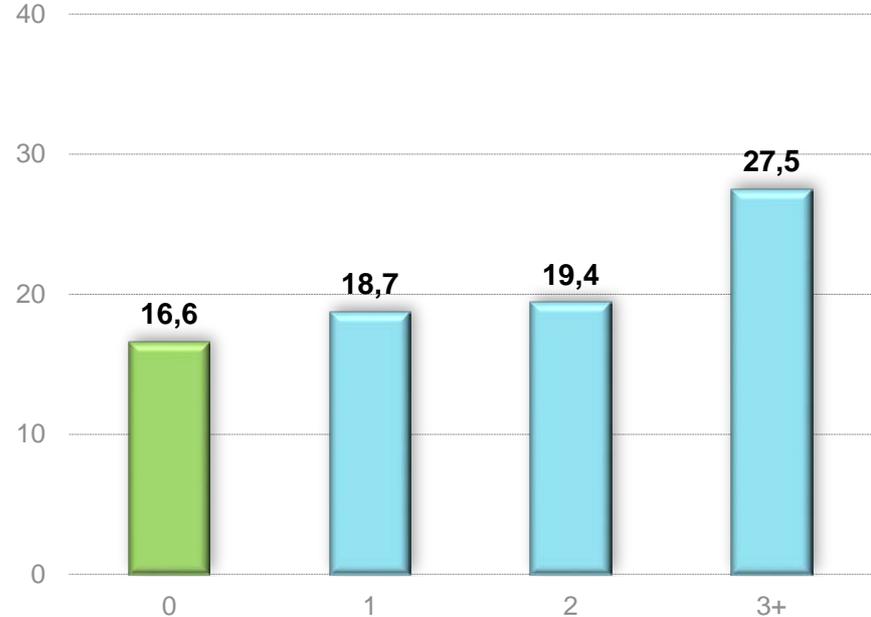
Fazit

Markensympathie steigt mit zunehmenden Kontakten

Markensympathie
Angaben in Prozent



Markensympathie
Angaben in Prozent



Frage: Wenn Sie einmal an alles denken, was Sie bisher über die AachenMünchener wissen bzw. gelesen oder gehört haben, wie sympathisch ist Ihnen die AachenMünchener alles in allem?
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a., die AachenMünchener kennen
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Werbeerinnerung

Markensympathie

Multiscreen-Analyse

Fazit

Bildung der Multiscreen-Gruppen

Häufige TV-Nutzung		Online-Kontakte	
		Mit Kontakt	Ohne Kontakt
regelmäßige iPad-Nutzung	ja		
	nein		

Seltene TV-Nutzung		Online-Kontakte	
		Mit Kontakt	Ohne Kontakt
regelmäßige iPad-Nutzung	ja		
	nein		



häufige Nutzung über alle drei Medien



häufige Nutzung von zwei Medien



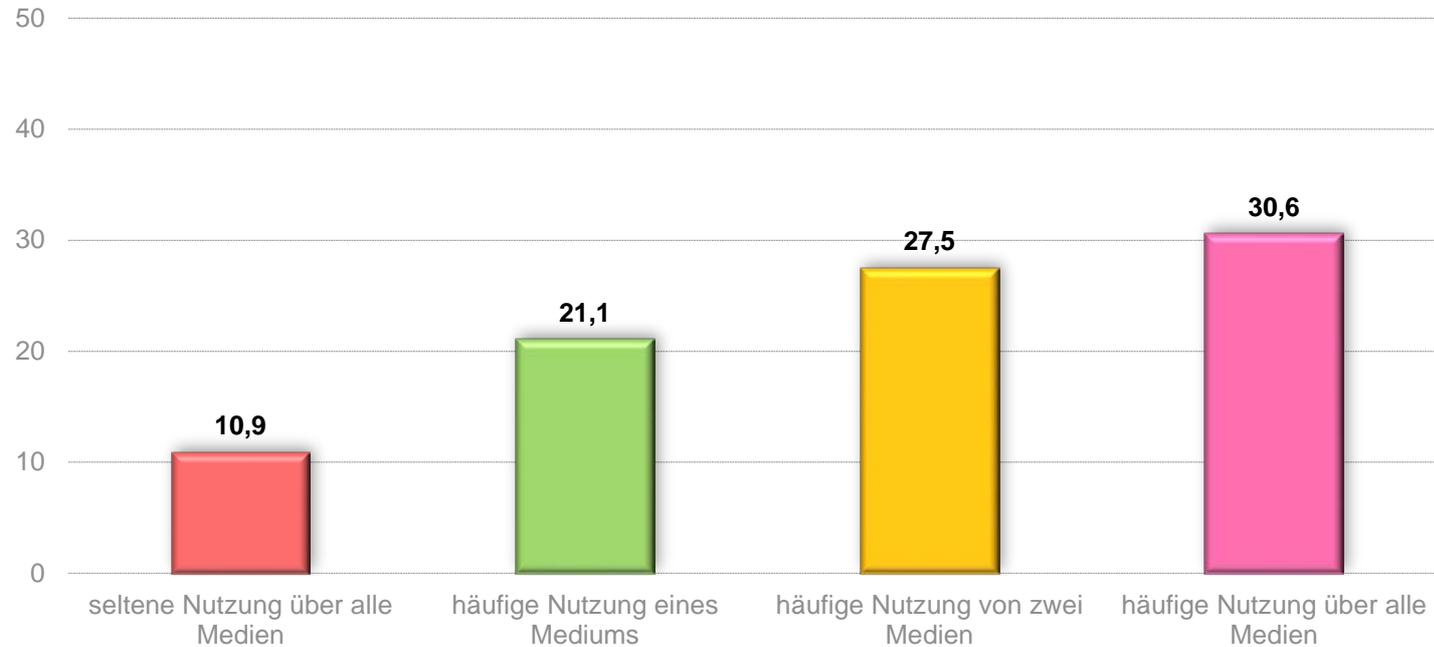
häufige Nutzung eines Mediums



seltene Nutzung über alle drei Medien

Häufige Nutzung über alle Medien deutlich überlegen

Gestützte Werbeerinnerung - AachenMünchener Angaben in Prozent

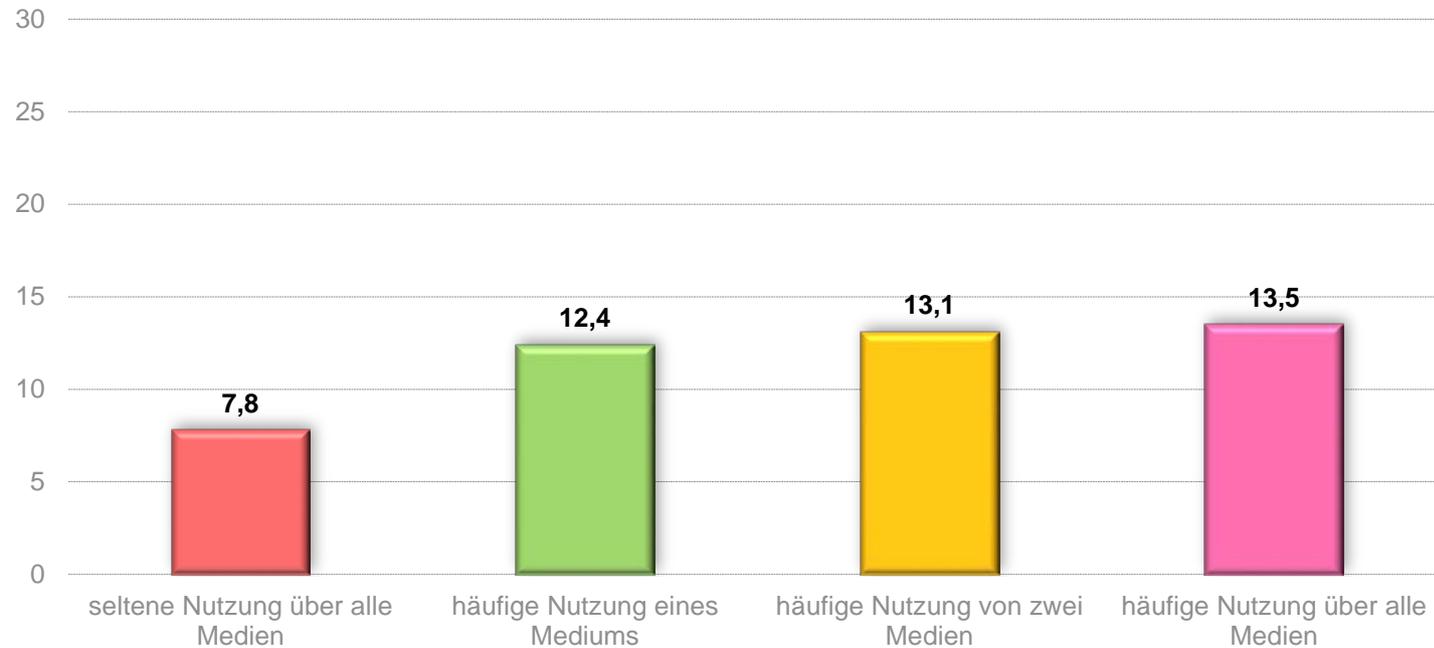


Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.
Quelle: SevenOne Media

Auch Markensympathie profitiert von Multiscreen-Kontakten

Markensympathie - AachenMünchener

Angaben in Prozent



Frage: Wenn Sie einmal an alles denken, was Sie bisher über die AachenMünchener wissen bzw. gelesen oder gehört haben, wie sympathisch ist Ihnen die AachenMünchener alles in allem?

Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a., die AachenMünchener kennen

Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Werbeerinnerung

Markensympathie

Multiscreen-Analyse

Fazit

Kontaktwahrscheinlichkeiten über mehrere Medien wirken besser

Werbeerinnerung

Ein Viertel kann sich gestützt an Werbung für die AachenMünchener erinnern. Mit drei oder mehr Online-Kontakten steigt die Werbeerinnerung deutlich an. TV ist mit über 80 Prozent das am häufigsten erinnerte Werbemedium. Über 25 Prozent haben Werbung im Internet wahrgenommen.

Bewertung

Durch Kontakte mit der Online-Kampagne nimmt die Markensympathie deutlich zu.

Multiscreen

Werbeerinnerung und Markensympathie fallen bei Befragten, die mehrere Medien häufig nutzen und dadurch wahrscheinlich auch mehr Kampagnenkontakte hatten, höher aus.



Kontakt

Franziska Rochau
Senior Research Manager

SevenOne Media
Medienallee 4
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89/9507-43 52
Fax +49 (0) 89/9507-943 52
www.sevenonemedia.de
franziska.rochau@sevenonemedia.de