

SPOTTEST

Beispiel und Angebot

Angebot SevenOne Media Spotttest

Fragenprogramm	Ablenkungsfragen zur Sendung Galileo ungestützte und gestützte Werbeawareness Itembatterie mit 10 flexiblen Items, 1 flexible offene Frage, 1 flexible geschlossene Frage, Schulnotenbewertung, Zuschaltung weiterer Fragen bei Bedarf möglich	
Wellen	Ca. alle 3 Monate	
Spotformat	Digitalisiert im mpg2-Format (DVD-kompatibel)	
Ergebnisse	Powerpoint-Präsentation ca. 14 Tage nach Feldende	
Kosten	Testen mehrerer Spots in einer Welle* € 1.100 für 1 Spot € 1.800 für 2 Spots € 2.300 für 3 Spots	Testen mehrerer Spots in aufeinander folgenden Wellen** € 1.100 bei erster Erhebung € 900 bei zweiter Erhebung € 700 bei dritter Erhebung
Zusatzfragen	Obige Preise beziehen sich auf das Standardfragenprogramm; <i>ein bis zwei zusätzliche Fragen möglich</i> ; Kosten € 100 pro geschlossener Frage, € 150 pro offener Frage	

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

*möglich bei Spots zu verschiedenen Produkten; nicht möglich für Motivvergleich

**bei einmaligem Aussetzen gilt der Preis wie bei zweiter Erhebung, bei zwei- oder mehrmaligem Aussetzen der Preis der ersten Erhebung

Agenda

1 | **Untersuchungsdesign**

2 | **Werbeerinnerung**

3 | **Infoleistung**



4 | **Bewertung**

5 | **Fazit**

Steckbrief Beispielspot

Durchführung	Psyma Research+Consulting GmbH
Auftraggeber	SevenOne Media
Testorte	München, Berlin, Hamburg, Köln
Stichprobengröße	100 Personen zwischen 14 und 49 Jahren
Erhebungsmethode	Computergestützte face-to-face-Interviews (CAPI) in Teststudios
Untersuchungsablauf	Quasibiotische Erhebungssituation: ca. 9 Min. Programmstrecke „Galileo“; ca. 4 Min. 10 Werbespots; ca. 1 Min. 2 Trailer; ca. 8 Min. zweiter Teil Programmstrecke „Galileo“; Interview.

Untersuchungsdesign

Galileo	Werbeblock	Trailer	Trailer	Galileo	
Thema 1 	10 Spots	Trailer 1	Trailer 2	Thema 2 	Interview
ca. 8:00 min.	ca. 4:00 min.	ca. 30 sec.	ca. 30 sec.	ca. 8:00 min.	

Agenda

1 | **Untersuchungsdesign**

2 | **Werbeerinnerung**

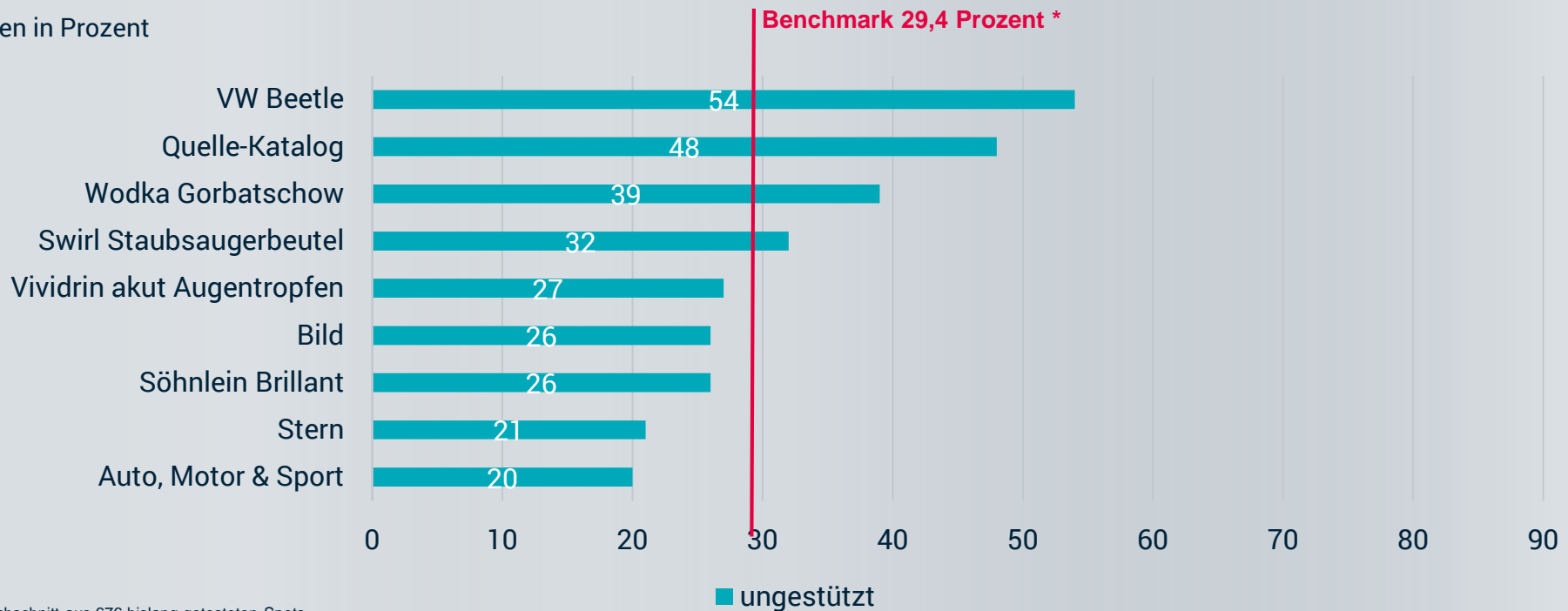
3 | **Infoleistung**

4 | **Bewertung**

5 | **Fazit**

Über die Hälfte erinnert sich an den VW Beetle

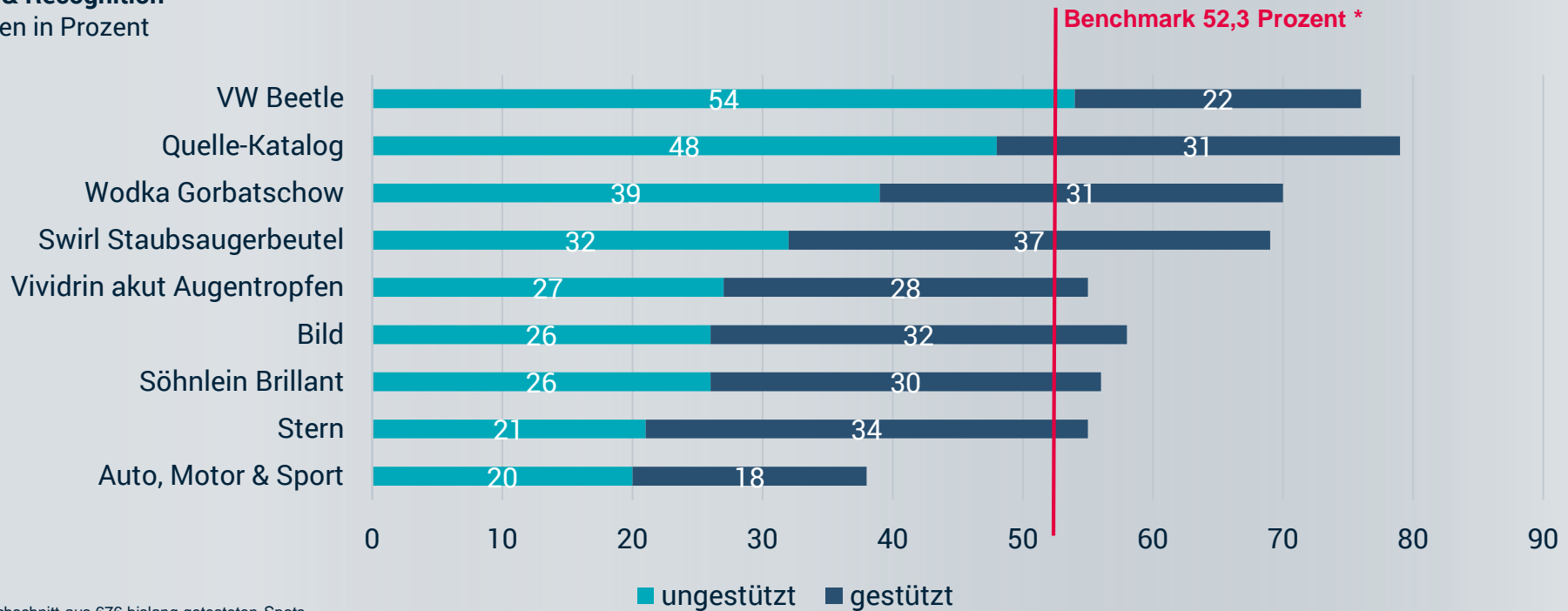
Recall
Angaben in Prozent



*Durchschnitt aus 676 bislang getesteten Spots

VW Beetle insgesamt deutlich über dem Durchschnitt

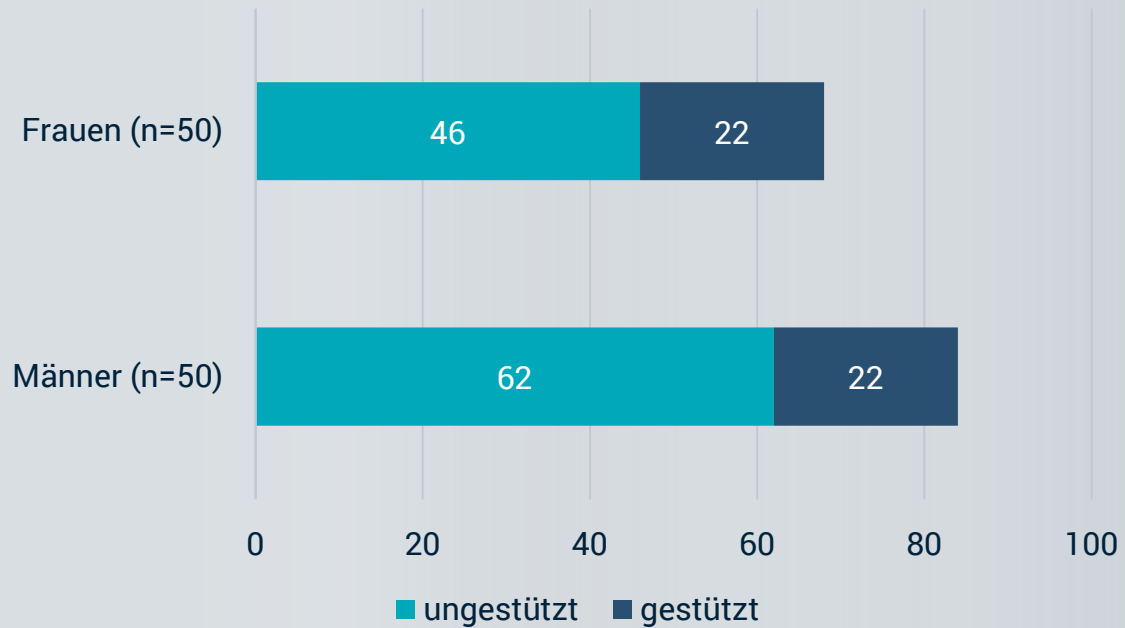
Recall & Recognition
Angaben in Prozent



*Durchschnitt aus 676 bislang getesteten Spots

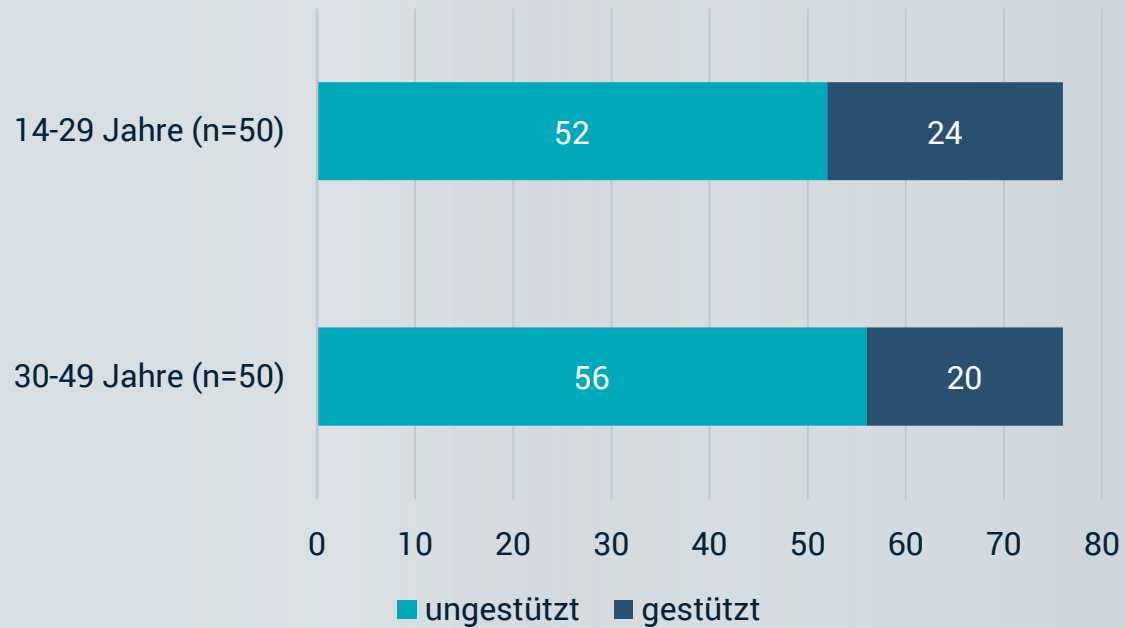
Höhere Awareness bei den Männern

Recall & Recognition Angaben in Prozent



Aber keine Altersunterschiede

Recall & Recognition Angaben in Prozent



Agenda

1 | **Untersuchungsdesign**

2 | **Werbeerinnerung**

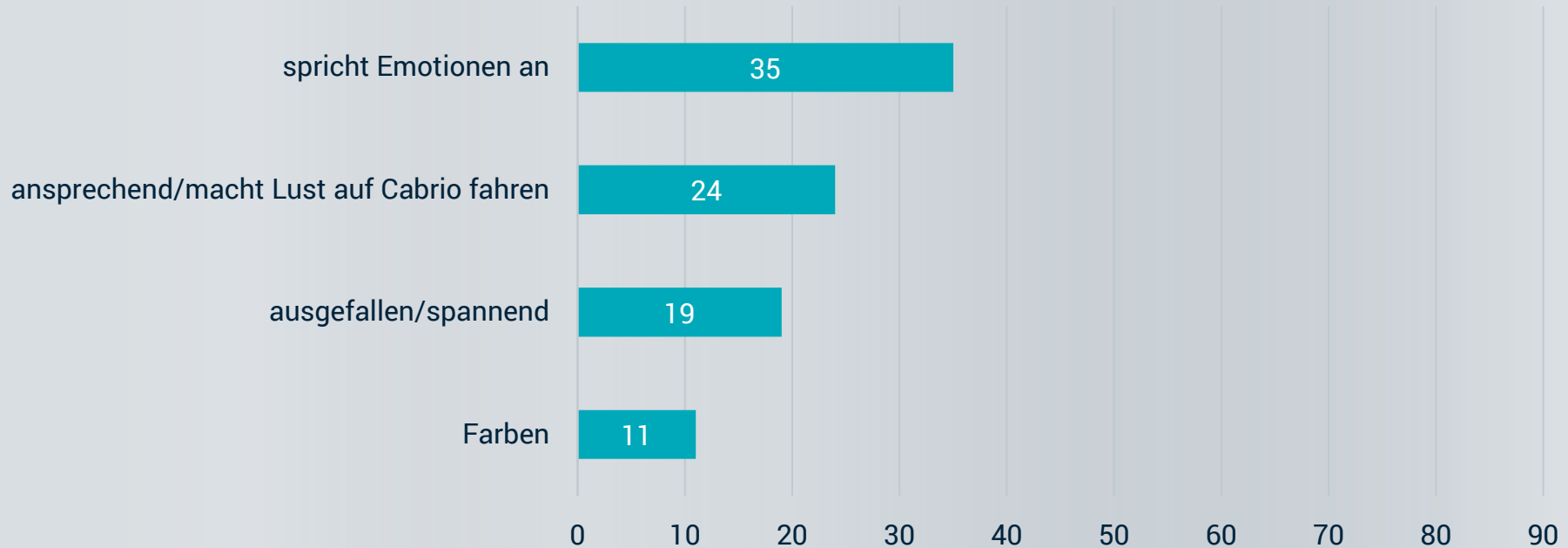
3 | **Infoleistung**

4 | **Bewertung**

5 | **Fazit**

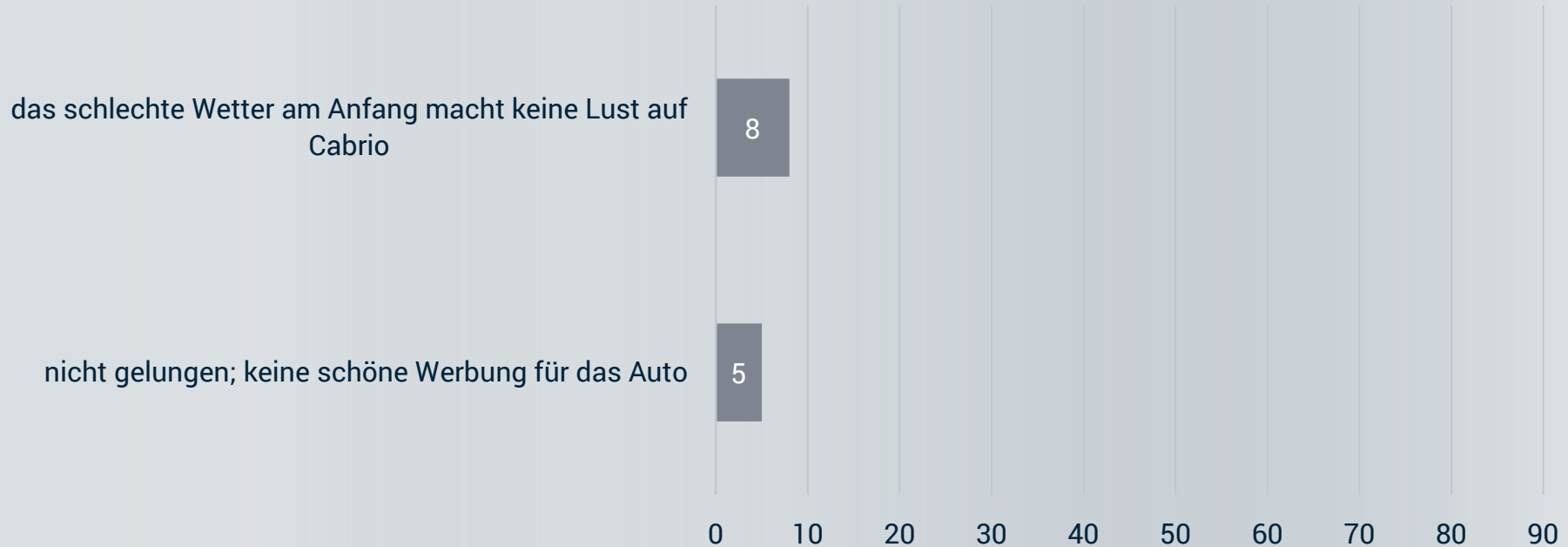
Spot beeindruckt vor allem durch Emotionalität

Likes (offen)
Angaben in Prozent



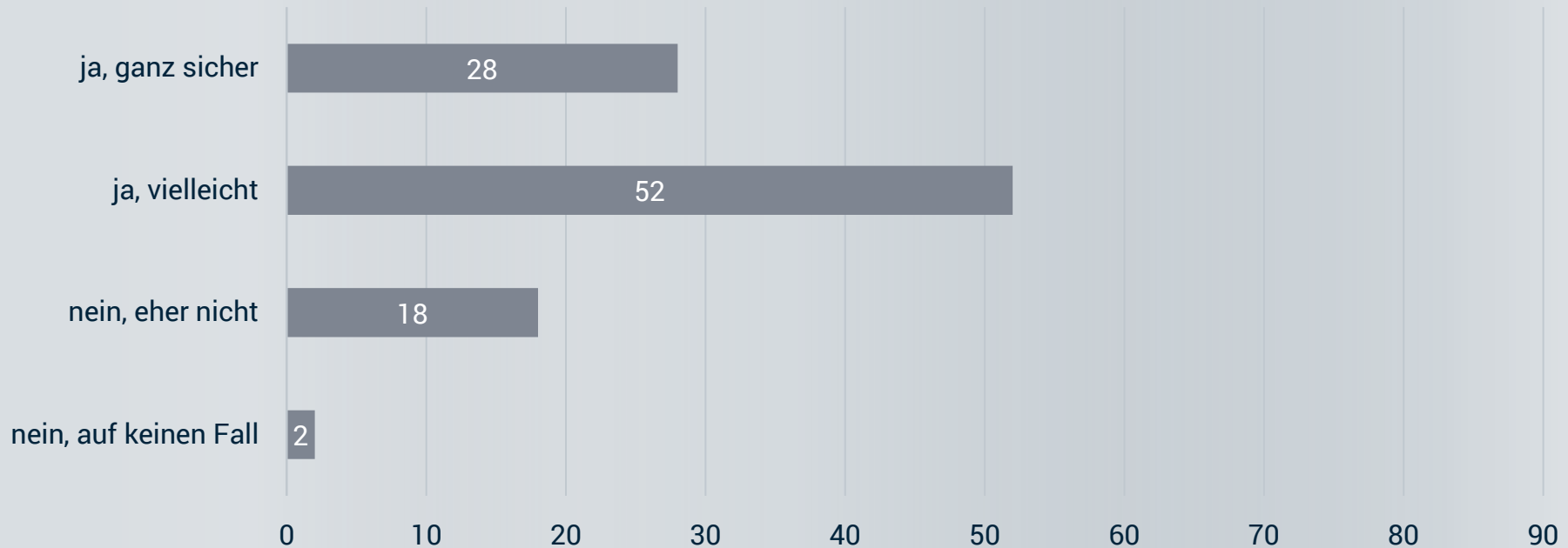
Kaum negative Nennungen

Dislikes (offen)
Angaben in Prozent



80 Prozent können sich eine Probefahrt vorstellen

Probefahrt
Angaben in Prozent



Agenda

1 | **Untersuchungsdesign**

2 | **Werbeerinnerung**

3 | **Infoleistung**

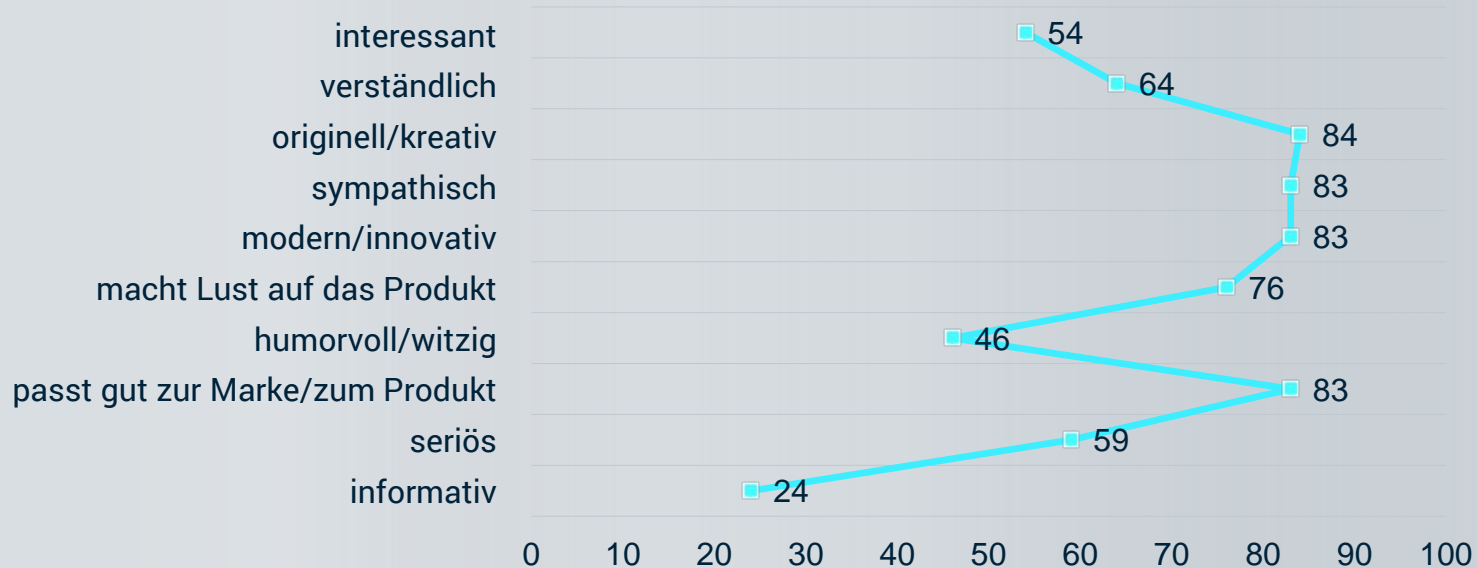
4 | **Bewertung**

5 | **Fazit**

Spot überzeugt mit Markenfitting und Originalität

Spotprofil VW Beetle

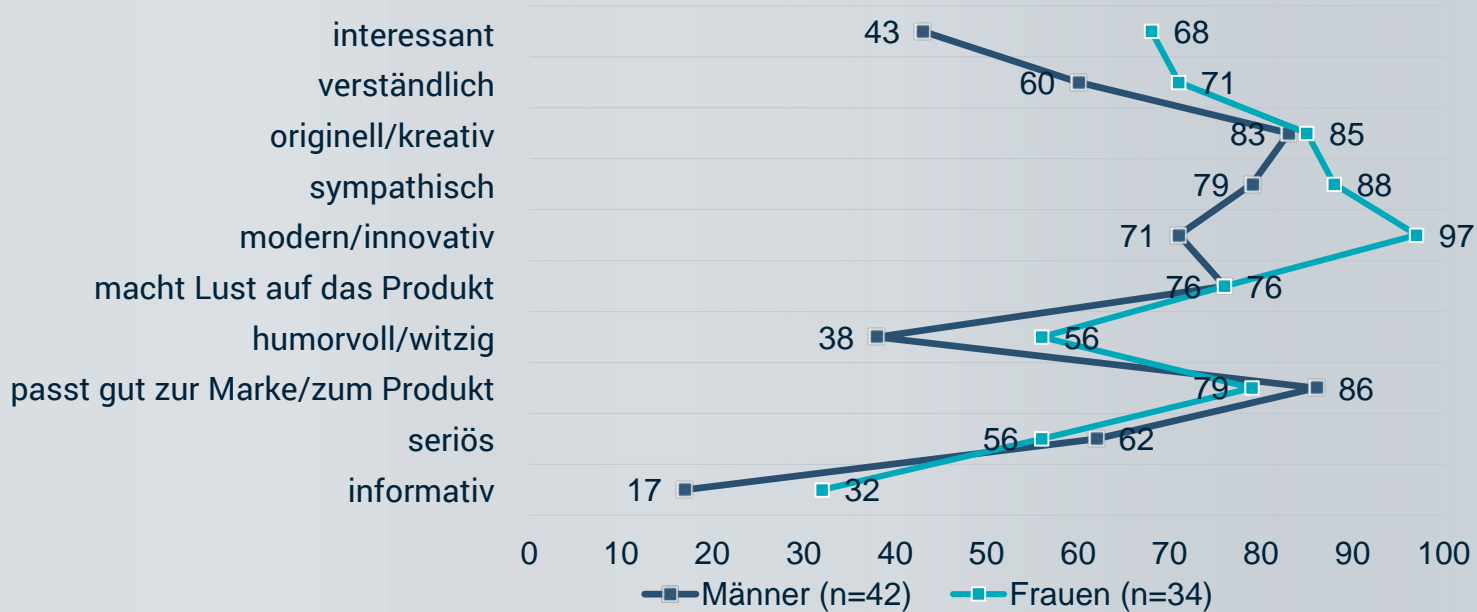
Angaben in Prozent (TopTwo)



Frauen fühlen sich etwas stärker angesprochen

Spotprofil VW Beetle

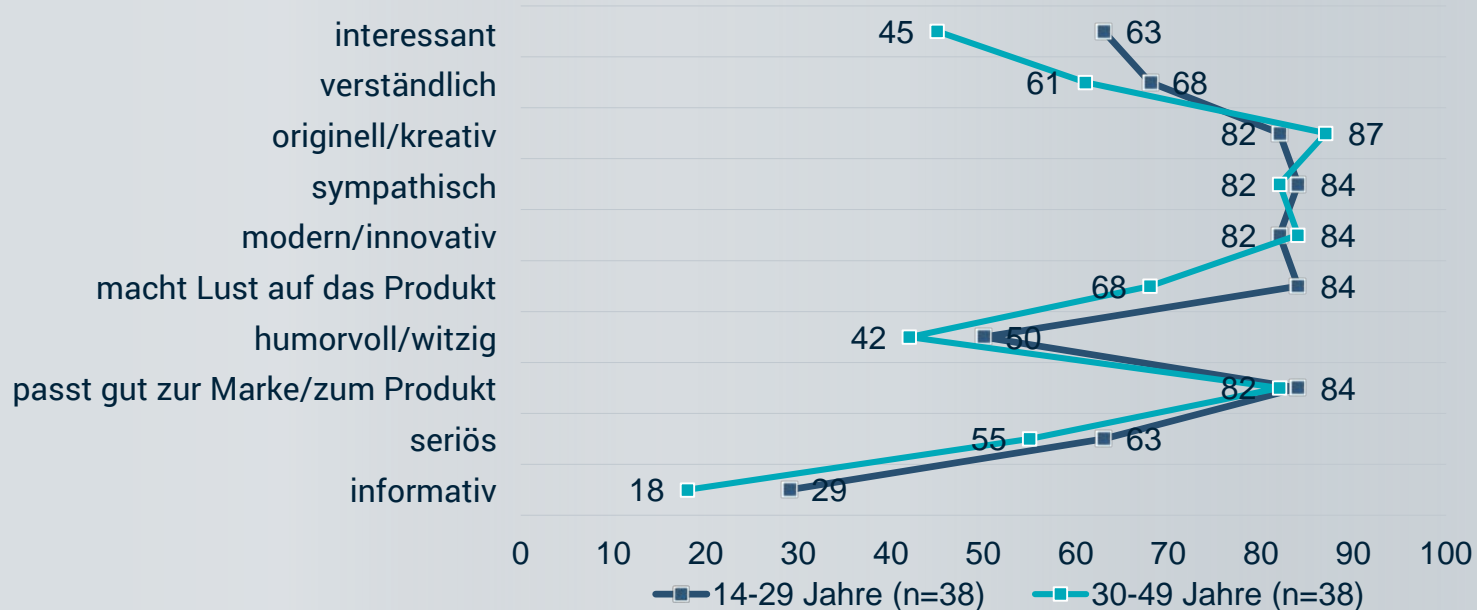
Angaben in Prozent (TopTwo)



Keine großen Altersunterschiede in der Bewertung

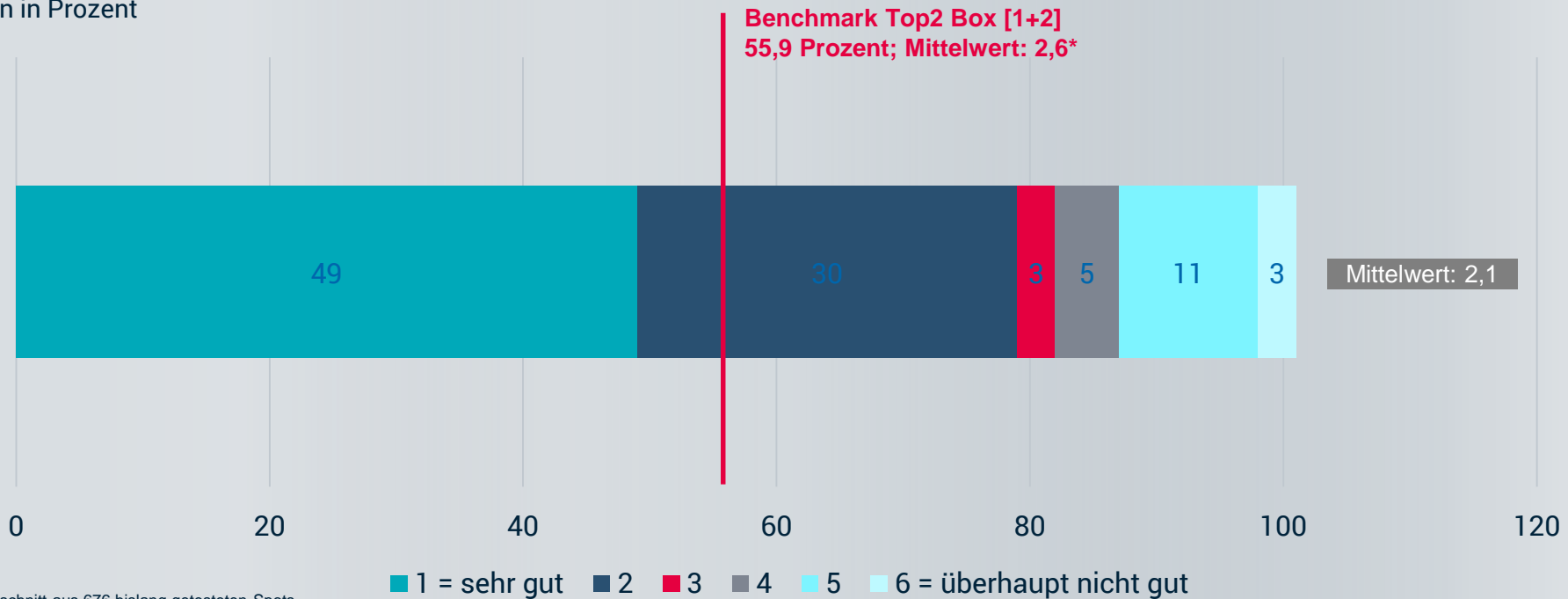
Spotprofil VW Beetle

Angaben in Prozent (TopTwo)



Jeder Zweite vergibt eine Eins

Spotbewertung
Angaben in Prozent



*Durchschnitt aus 676 bislang getesteten Spots

Agenda

1 | **Untersuchungsdesign**

2 | **Werbeerinnerung**

3 | **Infoleistung**

4 | **Bewertung**

5 | **Fazit**

Fazit

Werbeerinnerung

Über die Hälfte der Befragten erinnern den Werbespot für den VW Beetle Cabrio spontan, womit dieser Spot an erster Stelle im Gesamtranking steht. Insgesamt behalten über drei Viertel der Befragten den Beetle-Spot (ungestützt und gestützt) im Gedächtnis. Vor allem Männer erinnern sich besser an den Spot.

Likes / Dislikes, Probefahrt

Mehr als ein Drittel der Befragten, die sich an den Werbespot erinnert haben, fühlen sich vor allem emotional angesprochen. Es werden kaum negative Aussagen über den Spot getroffen. Zudem weckt er die Lust aufs Cabrio Fahren.

Bewertung

Die herausragenden Spotmerkmale bei der Bewertung sind: kreativ, sympathisch, modern und passt gut zur Marke/zum Produkt. Als informativ wird der Spot eher nicht eingestuft. Frauen spricht der Spot etwas stärker an als Männer. Fast 50 Prozent bewerten den Spot mit "sehr gut".

SevenOne Media GmbH

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 [0] 89 9507 4352

Franziska.Rochau@SevenOneMedia.de