

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, Oktober 2015

Freixenet & The Taste

Begleitforschung – CATI-Tracking



SIXX

MyVideo

GOLD

MAXX

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

Integration

Fazit

Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media / forsa
Durchführung	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Grundgesamtheit	Erwachsene zwischen 14 und 49 Jahren in Privathaushalten in Deutschland
Auswahlverfahren	Systematische Zufallsauswahl
Methode	Computergestützte Telefoninterviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Datum	Nullmessung: 03. - 06. August 2015 Endmessung: 15. - 21. Oktober 2015
Stichprobe	Nullmessung: n= 764 Endmessung: n= 1.008

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

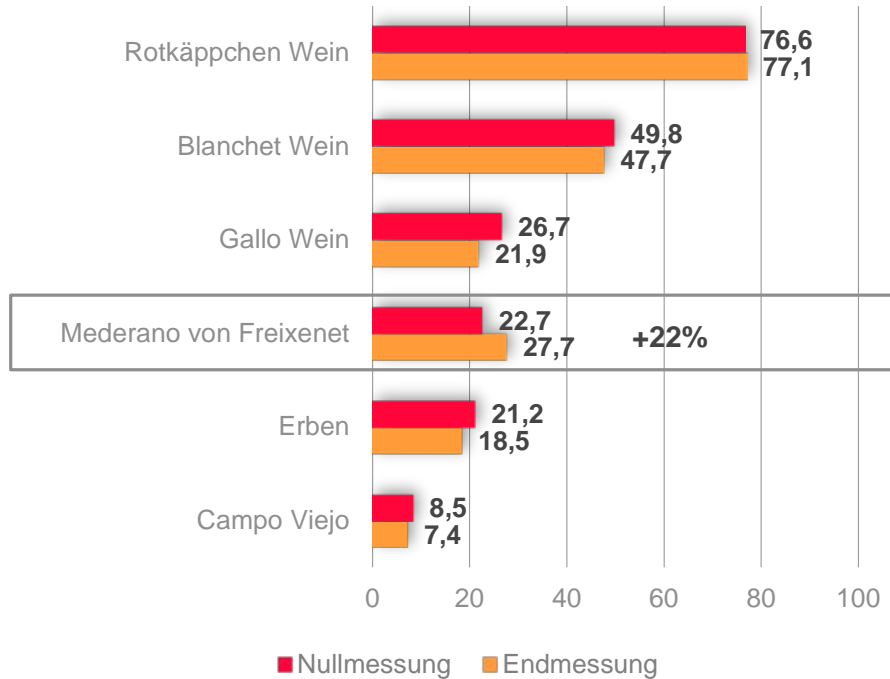
Integration

Fazit

Bekanntheitssteigerung im Sendungsverlauf; starker Effekt in den Zielgruppen

Gestützte Markenbekanntheit

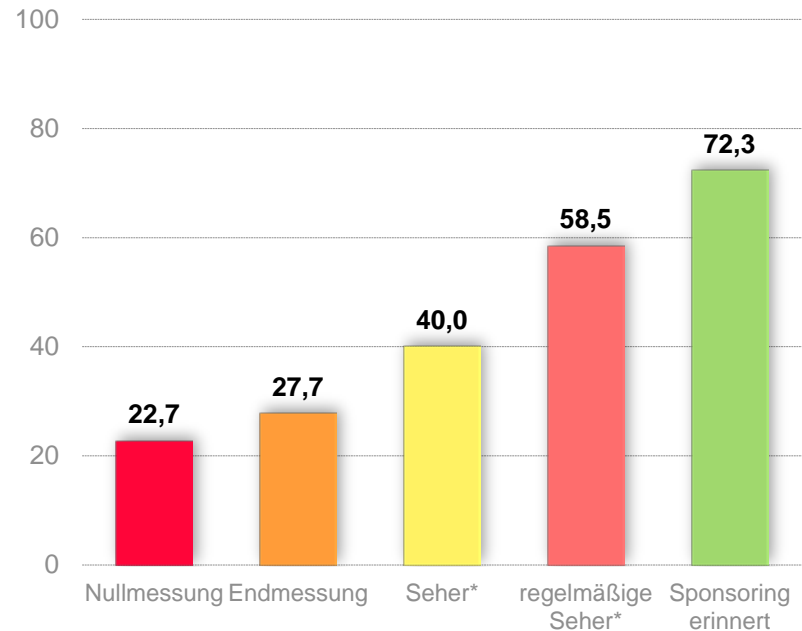
Angaben in %



Frage: Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Wein-Marken, und Sie sagen mir bitte, welche davon Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach. Basis: Erwachsene 14-49 Jahre. Quelle: SevenOne Media / forsa.

Gestützte Markenbekanntheit – Mederano

Angaben in %



Frage: Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Wein-Marken, und Sie sagen mir bitte, welche davon Sie kennen [...]. Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die Mederano kennen; * Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; Quelle: SevenOne Media / forsa

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

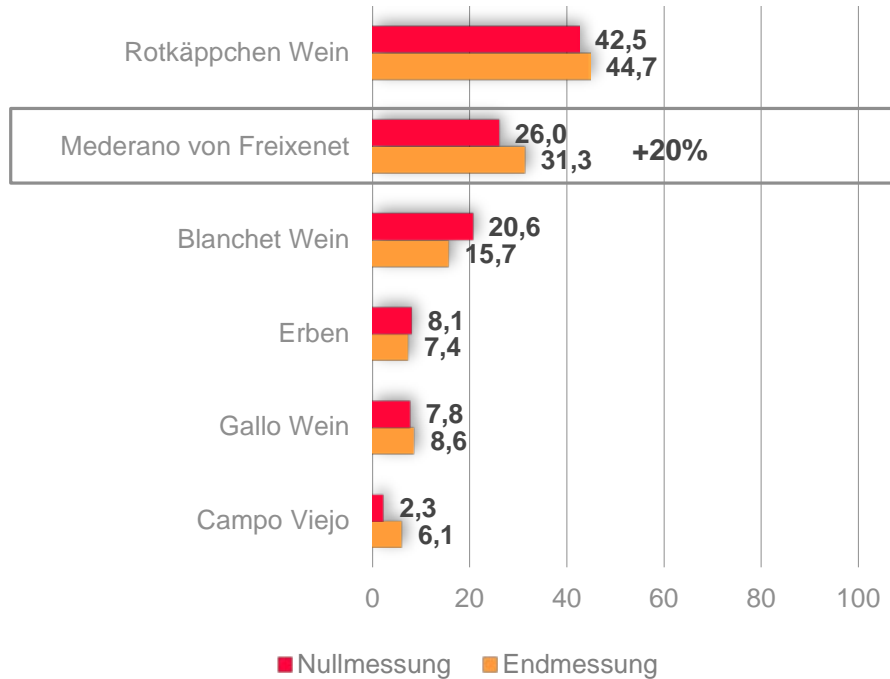
Integration

Fazit

Starke Werbeerinnerung, insbesondere bei den Sehern der Sendung

Gestützte Werbeerinnerung

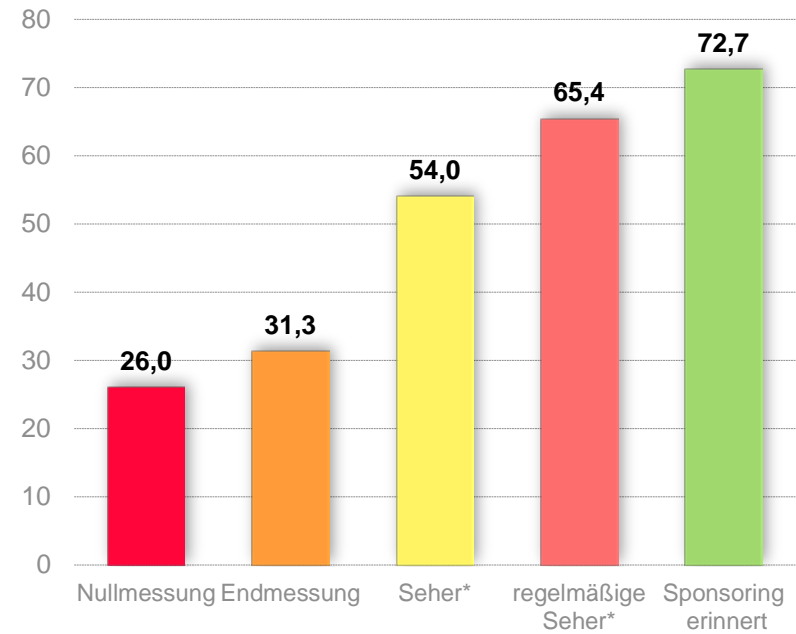
Angaben in %



Frage: Und für welche der folgenden Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört? Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die Mederano kennen
Quelle: SevenOne Media / forsa.

Gestützte Werbeerinnerung – Mederano

Angaben in %



Frage: Und für welche der folgenden Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört? Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die Mederano kennen; * Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; Quelle: SevenOne Media / forsa.

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

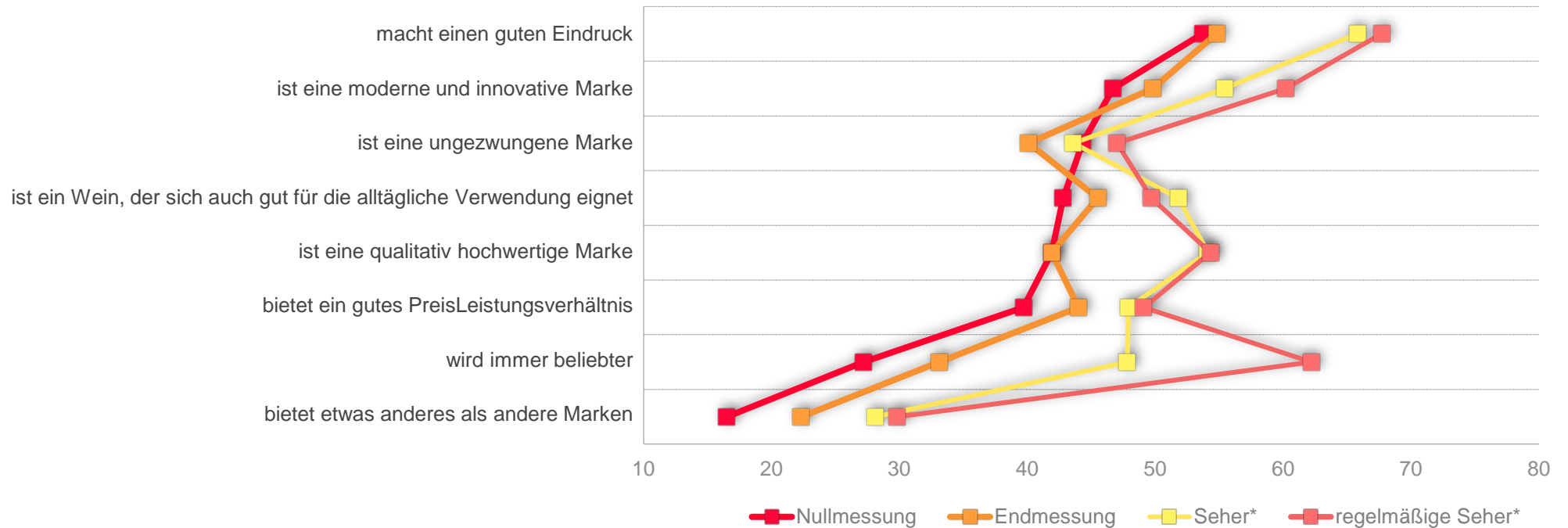
Integration

Fazit

The Taste schärft das Markenimage des Mederano

Image Mederano (Top Two)

Angaben in %



Frage: Ich lese Ihnen ein paar Aussagen zu Mederano vor, und Sie sagen mir bitte, wie sehr diese Aussagen Ihrer Meinung nach auf Mederano zutreffen. Sie können Ihre Aussage abstufen von 1, d.h. die Aussage trifft voll und ganz zu bis 4, d.h., die Aussage trifft überhaupt nicht zu. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Antwort abstufen

Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die Mederano kennen; * Seher: The Taste mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; Quelle: SevenOne Media, forsa.

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

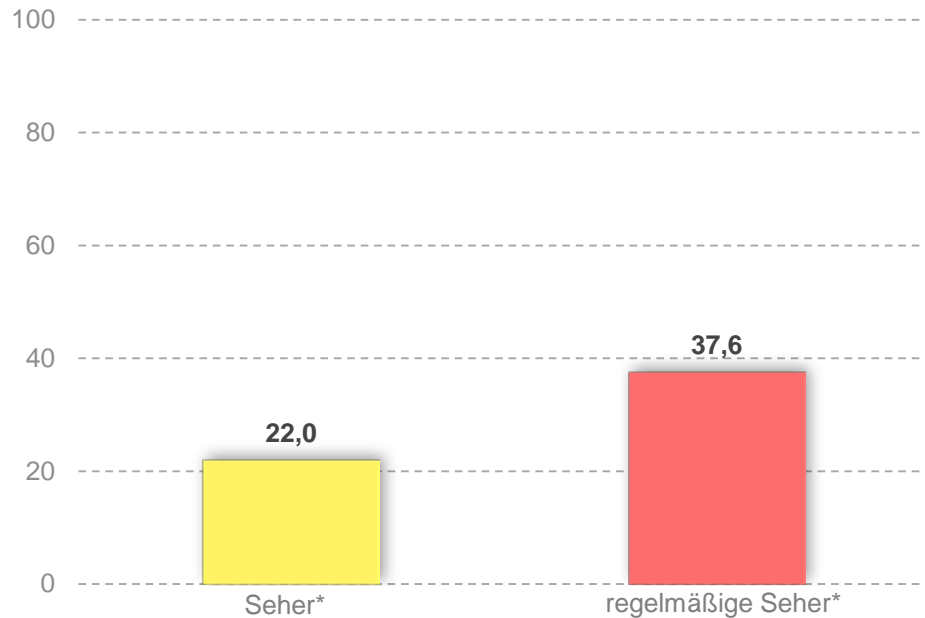
Integration

Fazit

Mehr als jeder Fünfte erinnert Mederano als Sponsor – starkes Fitting

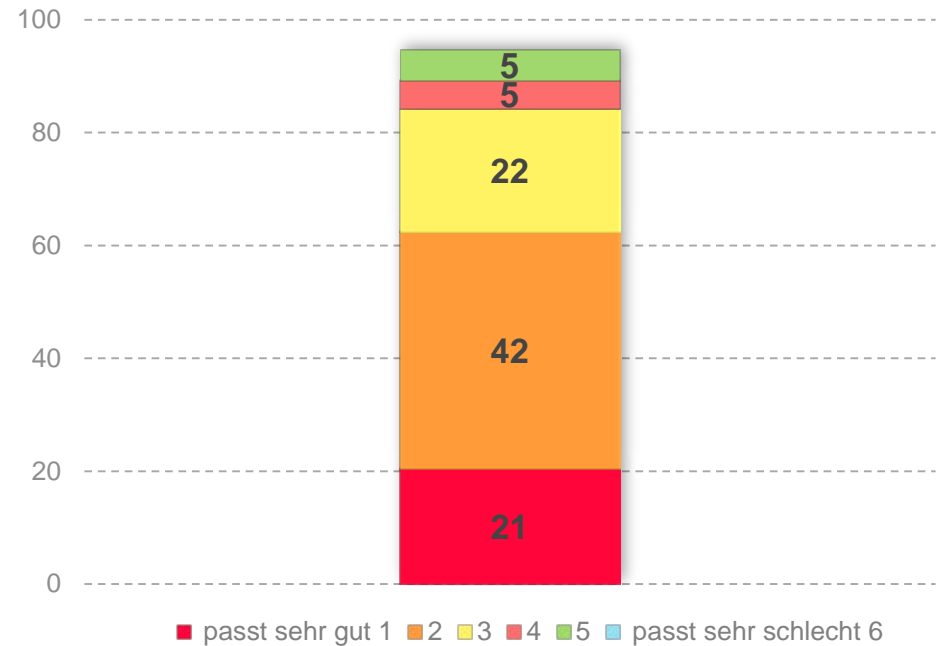
Sponsorerinnerung Mederano

Angaben in %



Sponsorfitting Mederano & The Taste

Angaben in %



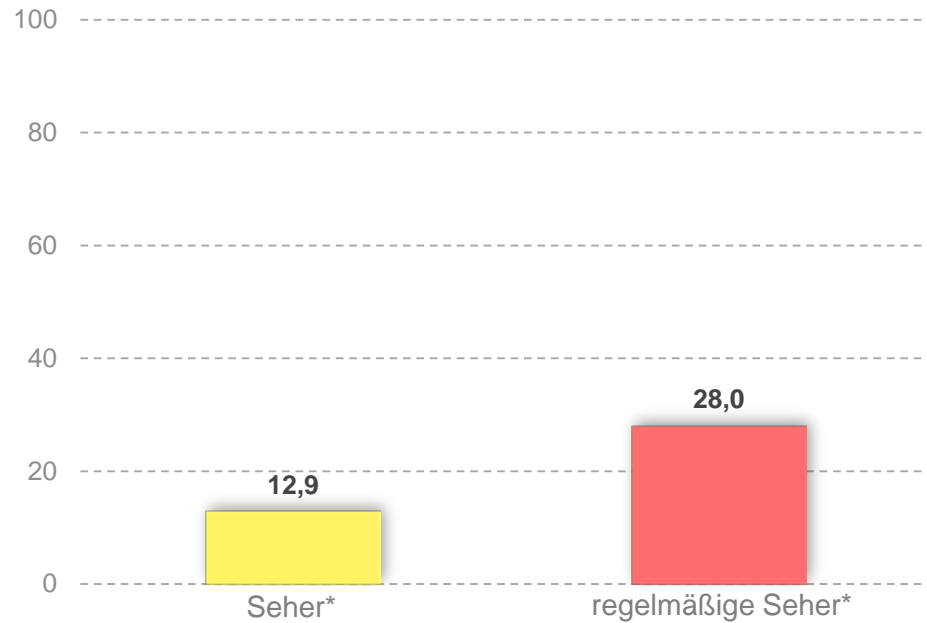
Frage: [...] Können Sie sich an Sponsorhinweise von Mederano rund um die Sendung erinnern?
Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die The Taste mind. selten gesehen haben; *Seher:The Taste mind. selten gesehen, regelm. Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; Quelle: SevenOne Media / forsa.

Frage: Wie gut passt Ihrer Meinung nach Mederano als Sponsor zur Sendung "The Taste"?
Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die Mederano als Sponsor erinnern
Quelle: SevenOne Media / forsa.

Besonders Stammsehern fällt die Platzierung der Produkte auf

Erinnerung Placement

Angaben in %



Frage: [...] Können Sie sich an einen oder mehrere Auftritte von Mederano während der Sendung erinnern?

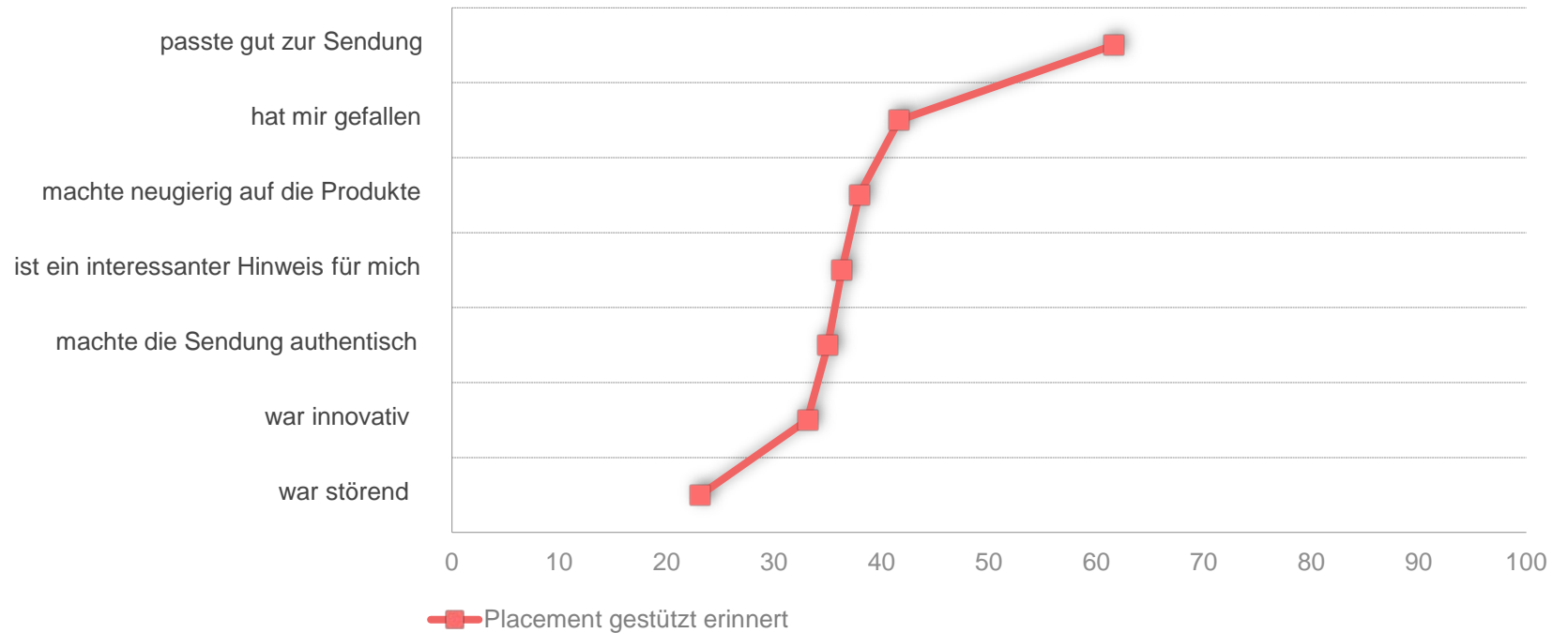
Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die The Taste mind. selten gesehen haben; *Seher:The Taste mind. selten gesehen,regelm. Seher: mind. jede dritte Folge gesehen

Quelle: SevenOne Media / forsa.

Produktplatzierungen haben sich harmonisch in die Sendung integriert

Bewertung Placement (Top Two)

Angaben in Prozent



Frage: Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen dazu vor, dass Wein von Freixenet während der Sendung zu sehen waren. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie diesen Aussagen zustimmen und zwar auf einer Skala von 1=stimme voll und ganz zu bis 4=stimme überhaupt nicht zu. Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die das Placement von Mederano erinnern

Quelle: SevenOne Media, forsa.

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

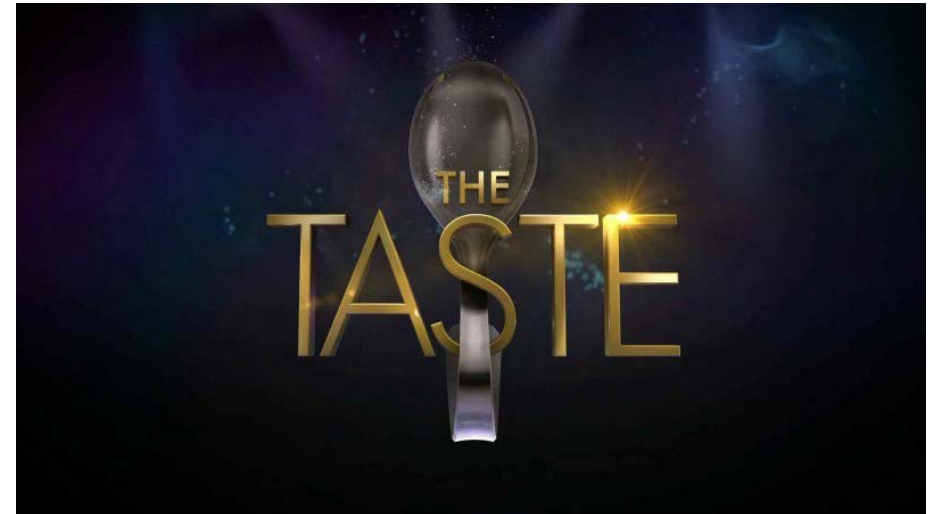
Image

Integration

Fazit

Key Facts

- Steigerung der Markenbekanntheit im Sendungsverlauf – deutliche Ausschläge bei den Sehern der Sendung
- Steigende Werbeerinnerung im Sendungsverlauf – überproportionale Werte bei der Sendungs-ZG
- The Taste schärft das Markenprofil: besonders positives Markenbild der (regelmäßigen) Seher
- Mehr als jeder Fünfte erinnert Mederano als Sponsor; sehr gutes Fitting wird bescheinigt
- Placements gefallen und fügen sich harmonisch in die Sendung ein



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