

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, Januar 2016

FOX: Joy

Kampagnentracking



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung und Sponsoring

Relevant Set

Fazit

Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Frauen 20-39 Jahre, die mindestens an vier Tagen pro Woche ProSieben sehen
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 15.-19. Dezember 2015 Endmessung: 30. Dezember 2015 bis 1. Januar 2016
Stichprobe	Nullmessung: n=510 Endmessung: n=1.040
Wirkungsmaße	gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set, Sponsor Erinnerung und -bewertung

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

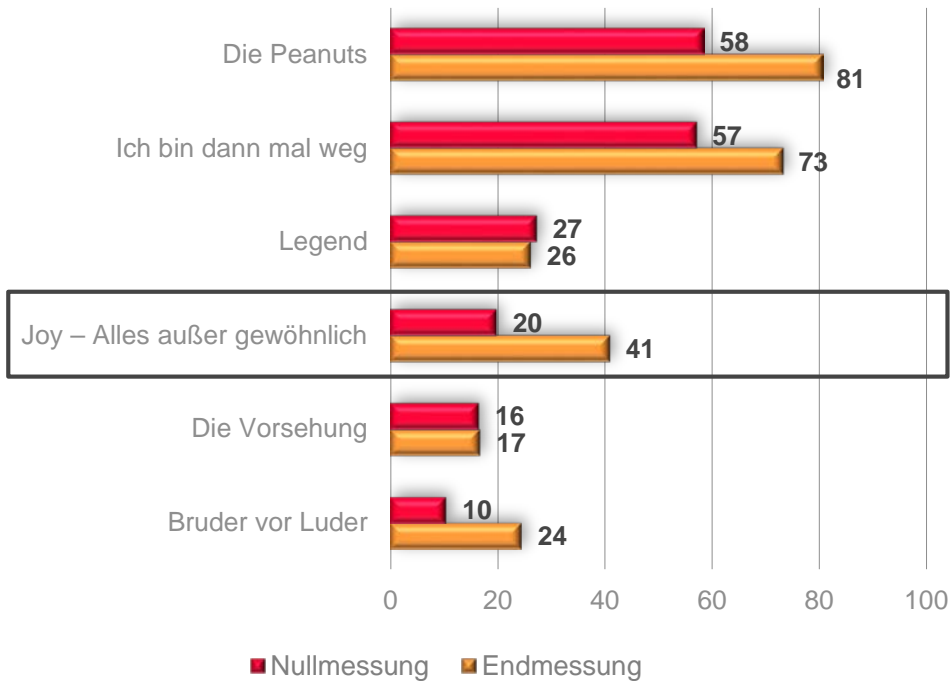
Werbeerinnerung und Sponsoring

Relevant Set

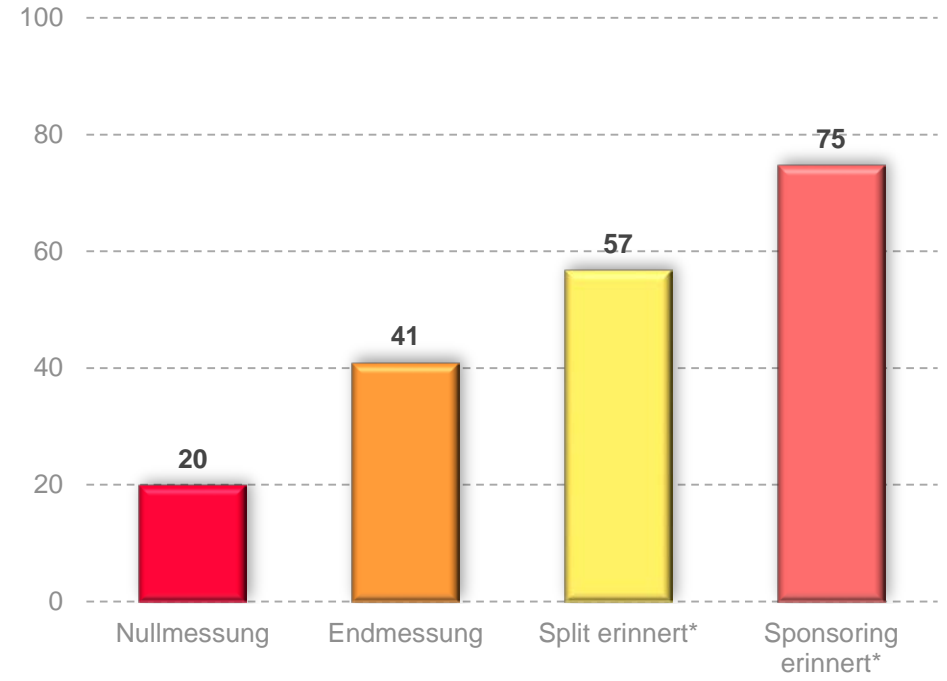
Fazit

Anstieg der Markenbekanntheit im Kampagnenverlauf

Gestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit Joy Angaben in Prozent



Frage: Nun geht es um das Thema Kinofilme. Welche aktuellen Kinofilme kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: Frauen 20-39 Jahre; *nur in der Endmessung erhoben
Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung und Sponsoring

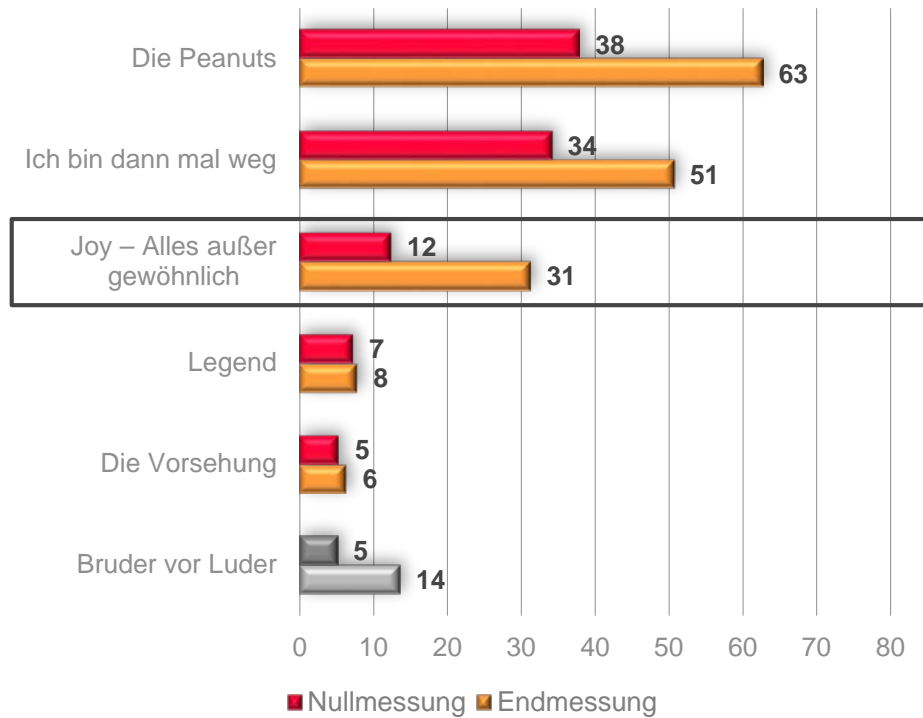
Relevant Set

Fazit

Höchster Recall bei Sponsorereinnerern

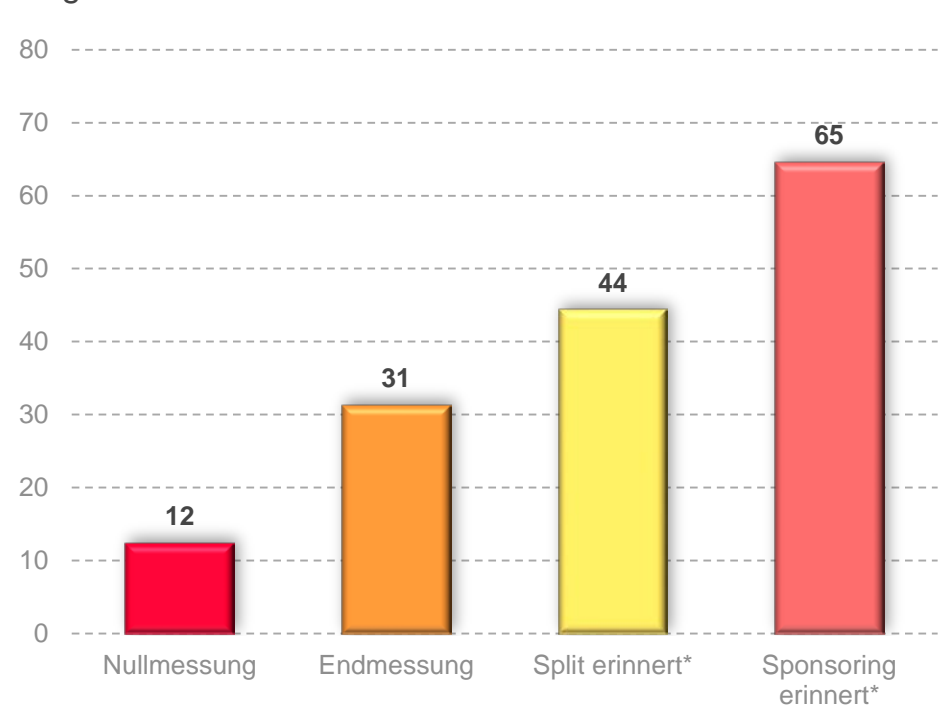
Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung Joy

Angaben in Prozent



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

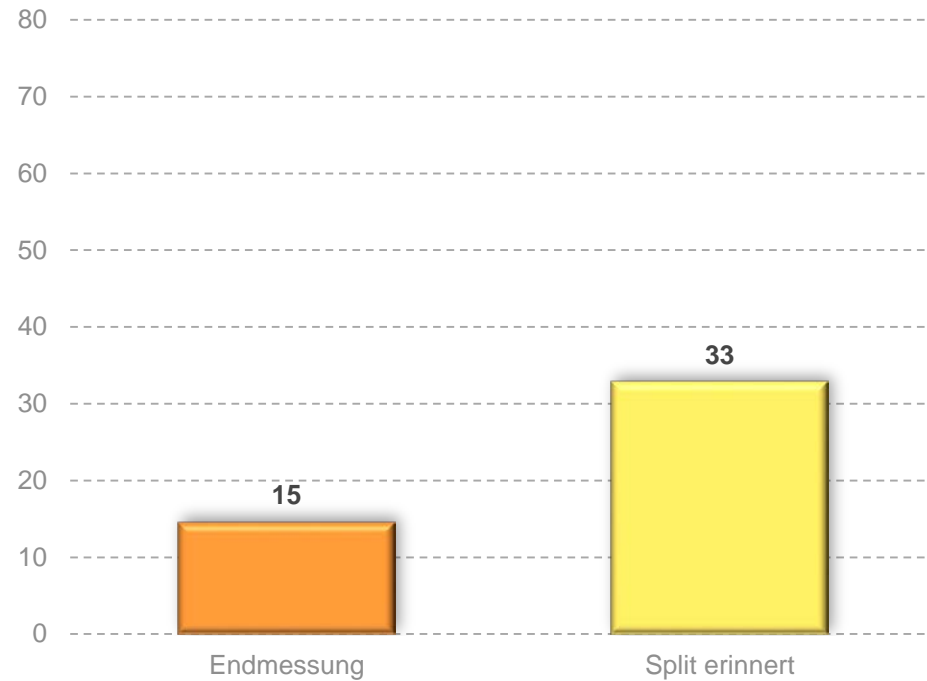
Basis: Frauen 20-39 Jahre; *nur in der Endmessung erhoben

Quelle: Payback / SevenOne Media

Jeder Siebte insgesamt erinnert sich an das Sponsoring

Gestützte Sponsor Erinnerung

Angaben in Prozent



Frage: Die Sendung „taff“ wurde präsentiert von dem Kinofilm „Joy – Alles außer gewöhnlich“. Ist Ihnen das aufgefallen?

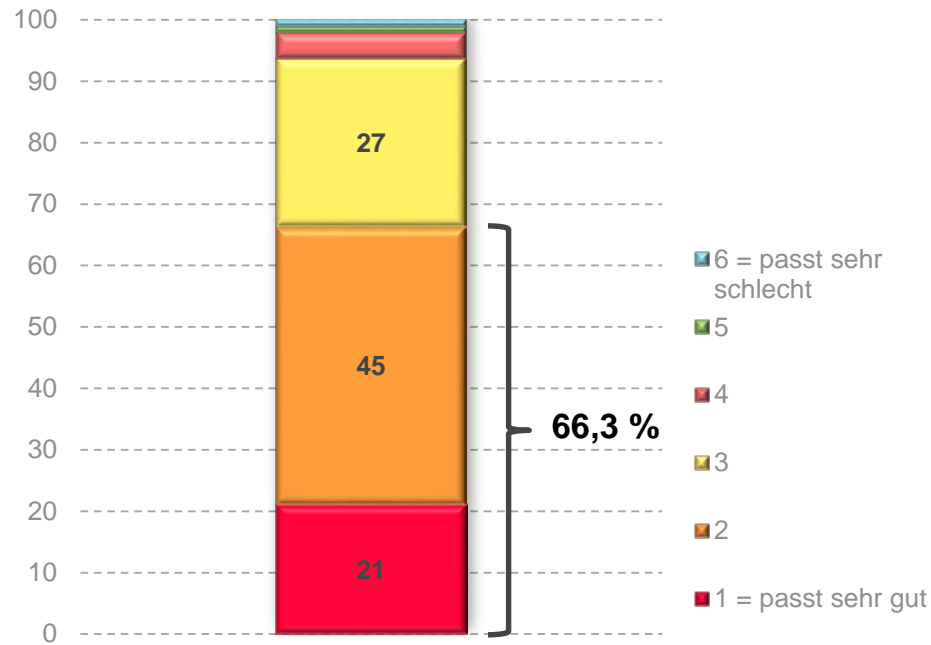
Basis: Frauen 20-39 Jahre, die taft zwischen dem 21.12. und 30.12. mind. einmal gesehen haben; *nur in der Endmessung erhoben

Quelle: Payback / SevenOne Media

Zwei Drittel bescheinigen einen hohen Sponsorfit

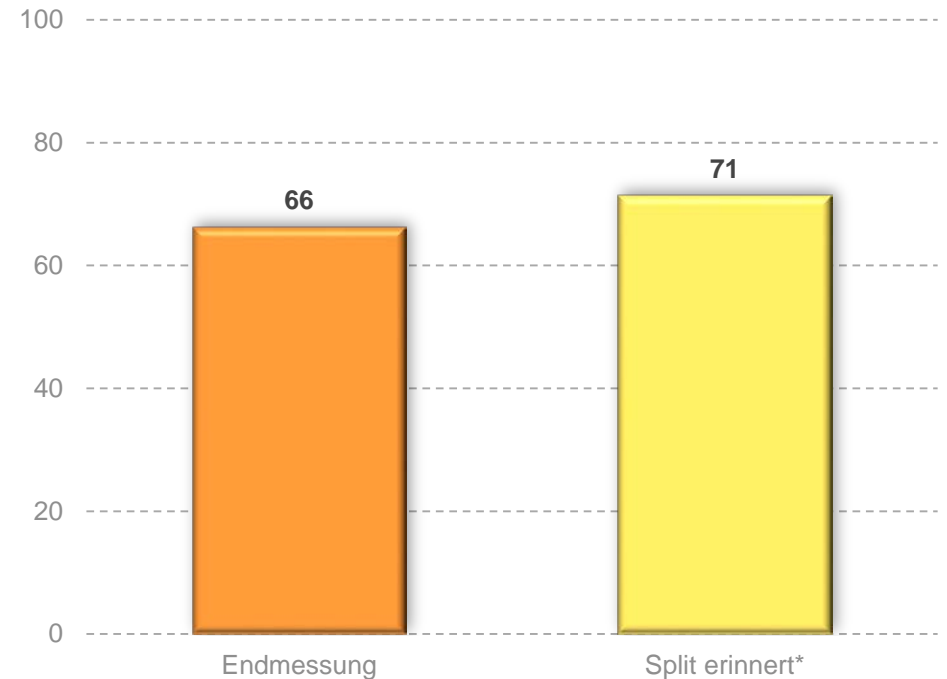
Sponsorfit

Angaben in Prozent



Sponsorfit

Angaben in Prozent (TopTwo)



Frage: Wie gut passt Ihrer Meinung nach der Kinofilm „Joy – Alles außer gewöhnlich“ als Sponsor zur Sendung „taff“?
Basis: Frauen 20-39 Jahre, die sich an Sponsoring erinnern; *nur in der Endmessung erhoben
Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung und Sponsoring

Relevant Set

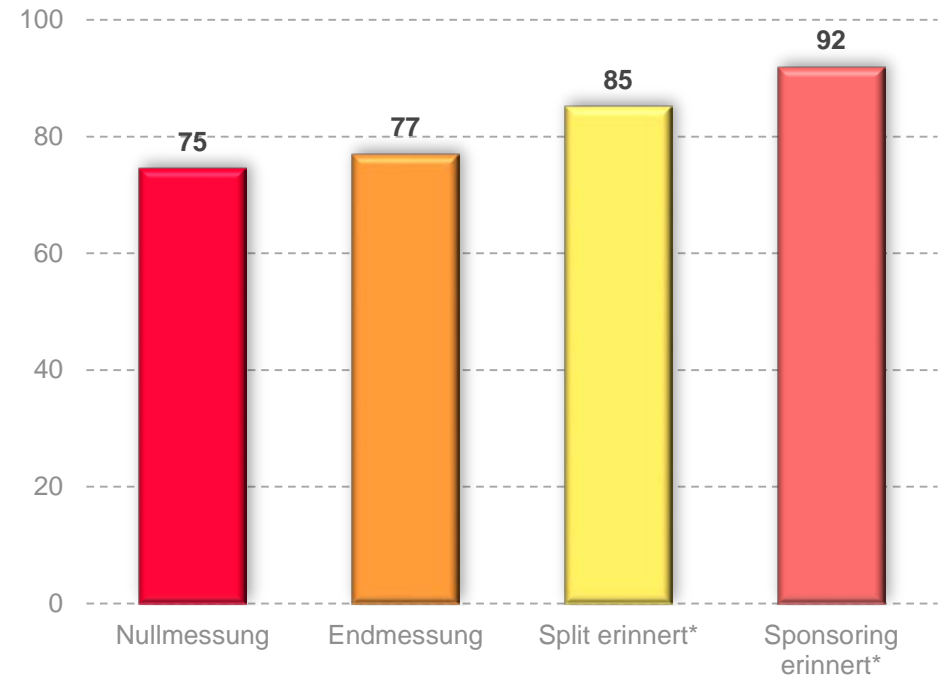
Fazit

Überproportional hohe Bereitschaft bei Erinnerungn von Split und Sponsoring



Relevant Set

Angaben in Prozent



Frage: Sie sagten ja, dass Sie den Kinofilm Joy zumindest dem Namen nach kennen. Könnten Sie sich vorstellen, den Film im Kino anzusehen? Basis: Frauen 20-39 Jahre, die den Film kennen; *nur in der Endmessung erhoben. Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung und Sponsoring

Relevant Set

Fazit

Fazit

- Markenbekanntheit und Werbeerinnerung profitieren von den Sponsoringmaßnahmen.
- Das TV-Engagement wird von zwei Dritteln positiv bewertet.
- Die Bereitschaft, sich den Film anzusehen, ist bei denjenigen, die sich an das Sponsoring erinnern, am höchsten.

Fazit

Der Kinotrailer Joy und taff bilden ein erfolgreiches Team.



Kontakt

Franziska Rochau
Senior Research Manager

SevenOne Media GmbH
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