

# MINI CLUBMAN

Kampagnenbegleitforschung Addressable TV



## Steckbrief

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	SmartTV-Onlinebefragung über Connected TV anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
<b>Auswahlverfahren</b>	Einladung über die Kachel auf der Startleiste
<b>Datum</b>	24. Juli bis 2. August 2017
<b>Stichprobe</b>	n = 1.034
<b>Inhalt</b>	Markenbekanntheit Automodelle, Werbeerinnerung Automodelle, erinnerte Werbemedien, Relevant Set, Image MINI Clubman, Bekanntheit SwitchIn, Bewertung SwitchIn

## Verschiedene Kontaktgruppen

In den folgenden Auswertungen werden vier Gruppen dargestellt:

ohne Kontakt

kein gemessener Kontakt

SwitchIn

Ausschließlich Kontakt zum SwitchIn

TV

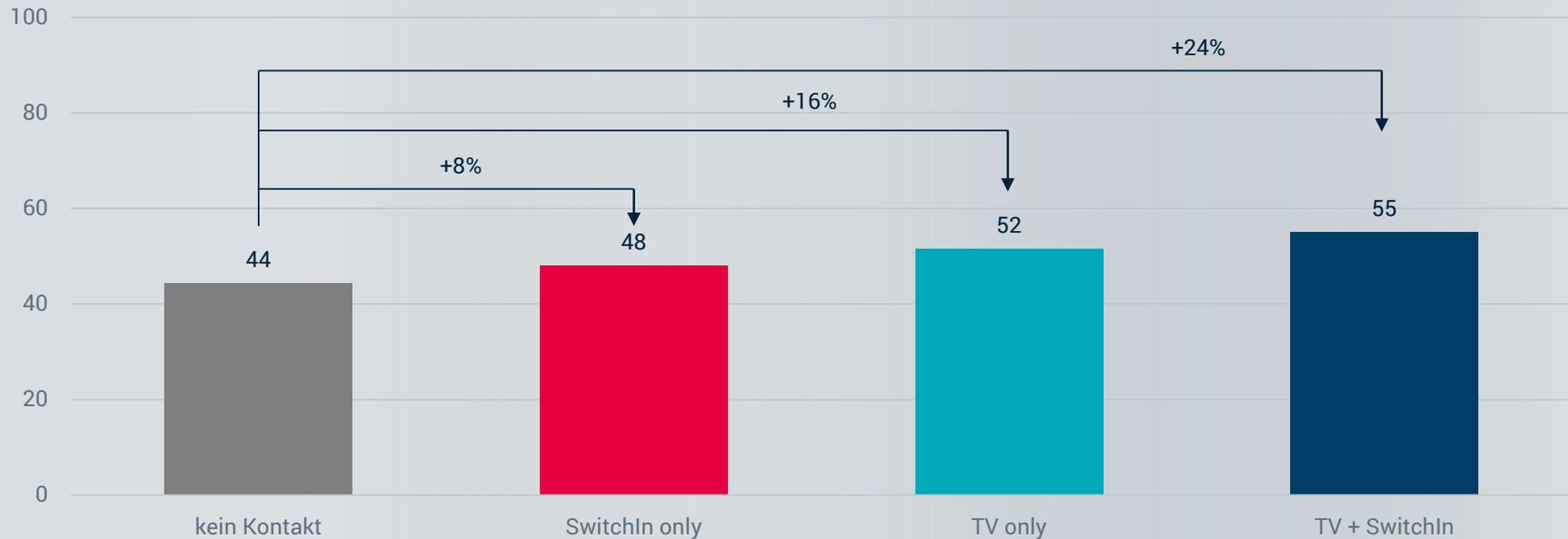
Ausschließlich Kontakt zum TV-Spot

TV + SwitchIn

Kontakt zum TV-Spot und zum SwitchIn

# Kombination TV plus SwitchIn XXL treibt die Bekanntheit am stärksten

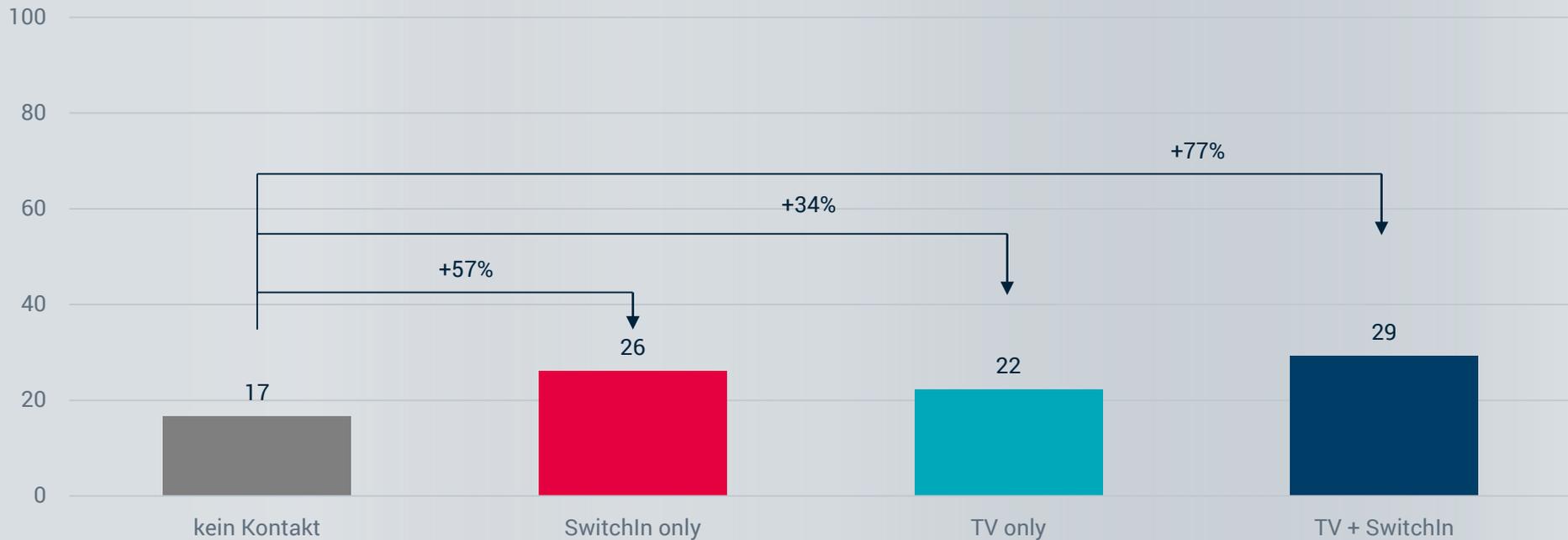
## Gestützte Markenbekanntheit – MINI Clubman Angaben in Prozent



## Werbeerinnerung von TV plus SwitchIn XXL am höchsten

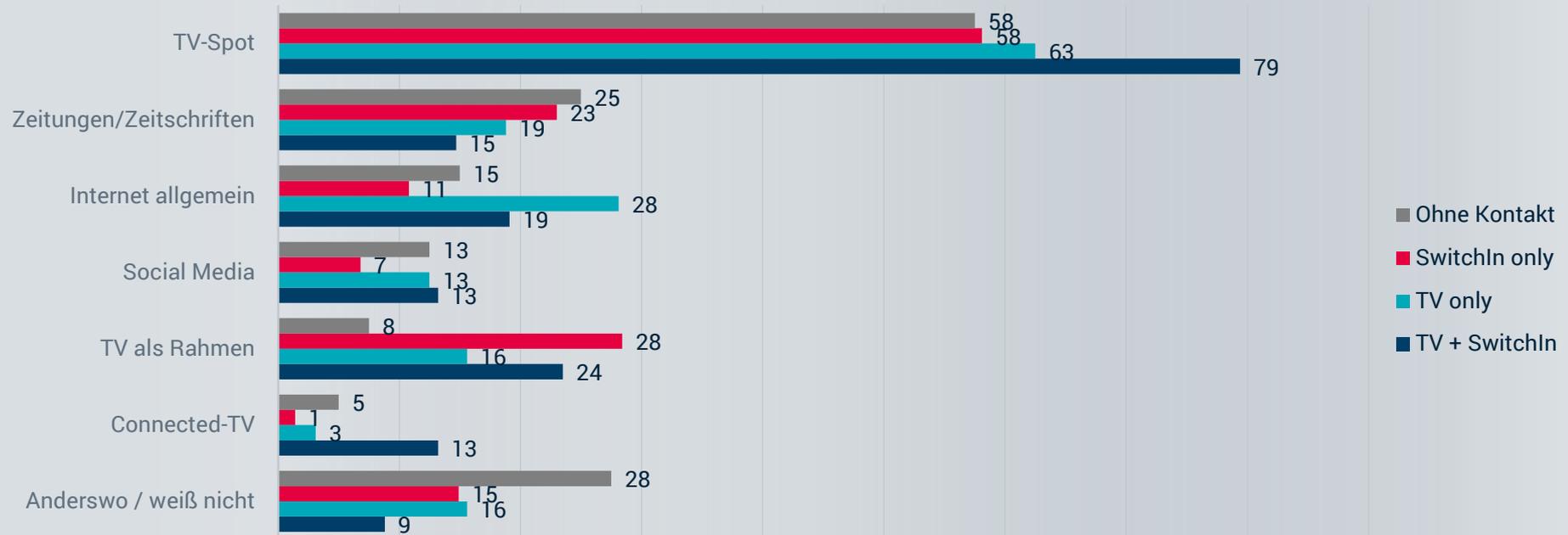
### Gestützte Werbeerinnerung – MINI Clubman

Angaben in Prozent



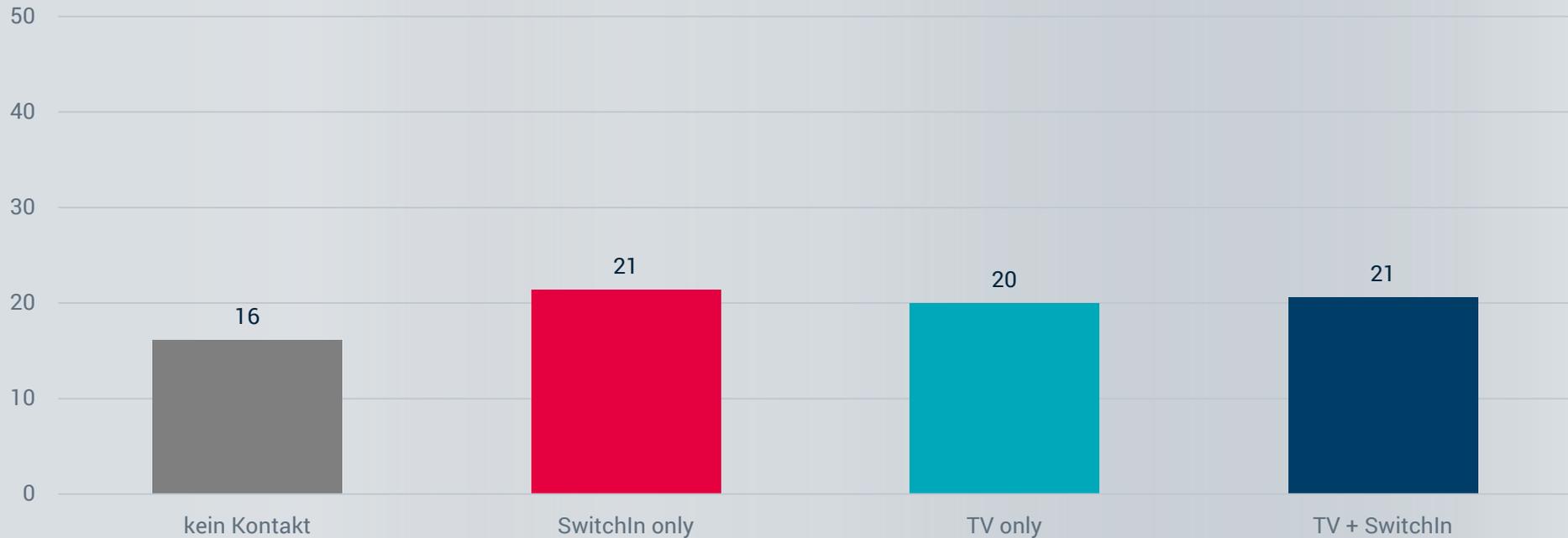
# Werbung wird hauptsächlich im TV wahrgenommen

## Wahrnehmungsorte Werbung MINI Clubman Angaben in Prozent



## Alle Werbemittel steigern die Kaufbereitschaft

### Relevant Set – MINI Clubman Angaben in Prozent



## SwitchIn XXL super Ergänzung zum klassischen TV-Spot

- SwitchIn XXL steigert die Bekanntheit um 8 Prozent, der TV-Spot um 16 Prozent, die Kombination aus beidem um 24 Prozent.
- Die Werbeerinnerung wird durch das SwitchIn um 57 Prozent gesteigert, durch den TV-Spot um 34 Prozent, durch die Kombination um 77 Prozent.
- Die meisten Befragten erinnern sich an den TV-Spot. In den Kontaktgruppen wird auch das SwitchIn erinnert.
- Die Kaufbereitschaft kann durch alle Werbemittel gesteigert werden.

### Fazit

Das SwitchIn XXL wirkt allein sehr gut. Noch besser ist die Kombination mit einem TV-Spot, wodurch die Werbeerinnerung zusätzlich gesteigert werden kann.

Advertising Research

# JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

[jennifer.osterhold@sevenonemedia.de](mailto:jennifer.osterhold@sevenonemedia.de)