

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE

OFFIZIELLER PARTNER VON

GERMANY'S NEXT  
**topmodel**

Unterföhring, Juni 2015

# Opel Adam

Begleitforschung "Germany's next Topmodel" (Staffel 10)



SIXX

MyVideo

GOLD

ZINK

# Agenda

---

## Steckbrief Onsite-Befragung

---

Daten zur Sendungsnutzung

---

Markenbekanntheit

---

Werbeerinnerung

---

Integration

---

Fazit



# Steckbrief

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	User von ProSieben.de u.a.
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsstichprobe über AdServer
<b>Stichprobe</b>	n = 4.754
<b>Befragungszeitraum</b>	02. Februar 2015 - 31. Mai 2015
<b>Inhalte</b>	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Kaufbereitschaft, Sponsor Erinnerung, Erinnerung Placements, Nutzung „Germany´s next Topmodel“

# Verschiedene Kontaktgruppen

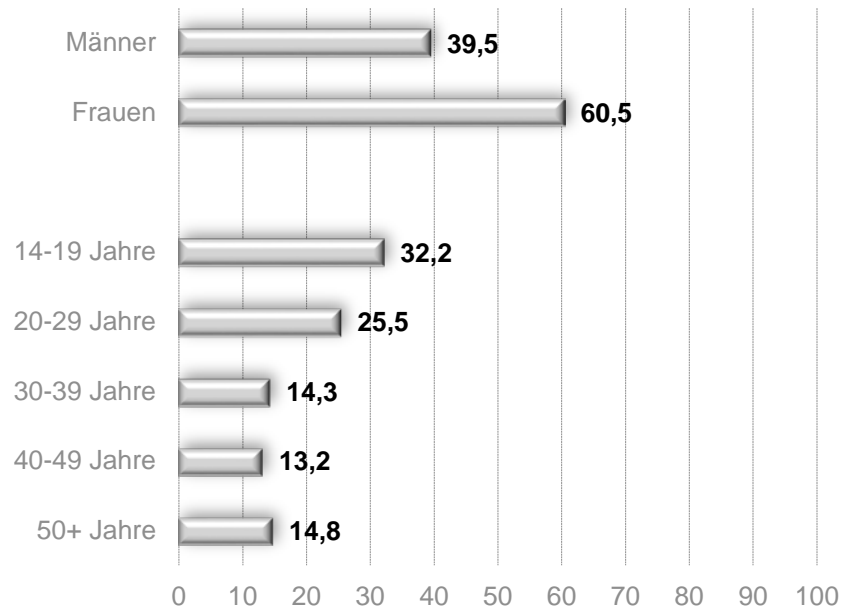
In den folgenden Auswertungen werden vier Gruppen dargestellt:



\* mind. jede zweite Sendung

# Zielgruppenauftritt

## Struktur der Befragten Angaben in Prozent



Basis: User von ProSieben.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

Steckbrief Onsite-Befragung

---

**Daten zur Sendungsnutzung**

---

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

---

Kaufbereitschaft

---

Integration

---

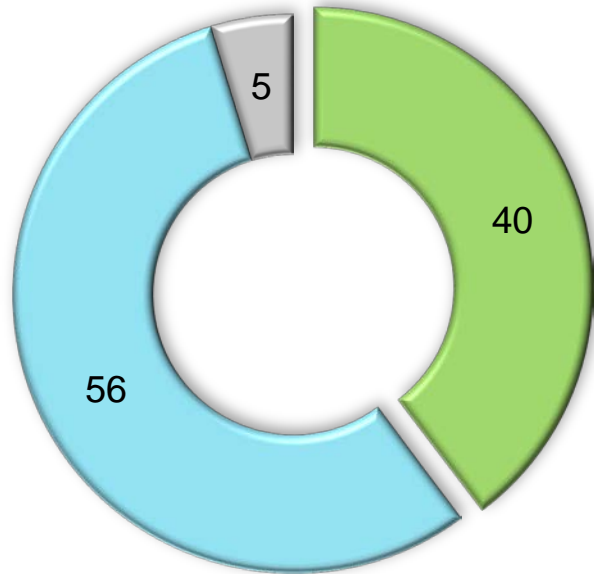
Fazit



# 40 Prozent kennen den Online-Bereich

## Bekanntheit des Online-Bereichs GNT

Angaben in Prozent

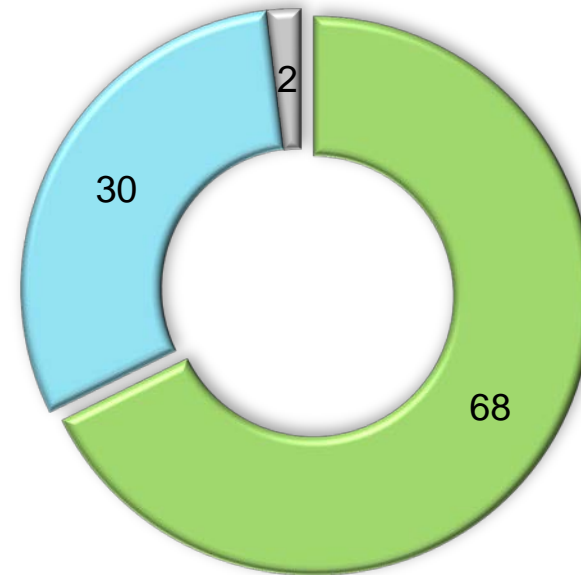


■ ja    ■ nein    ■ weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

## Besuch des Online-Bereichs GNT

Angaben in Prozent



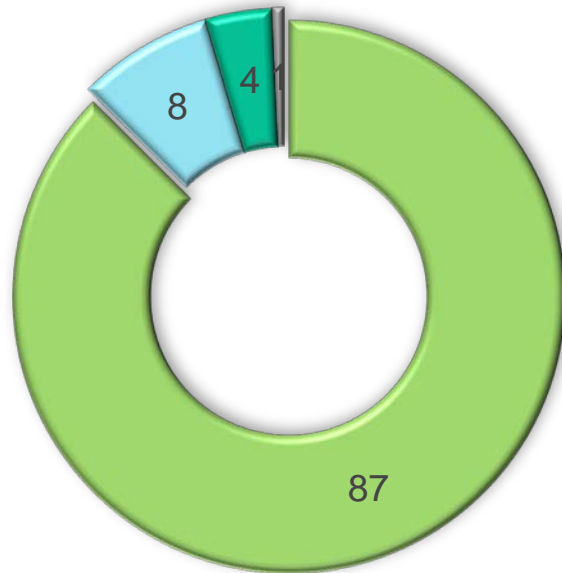
■ ja    ■ nein    ■ weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de u.a., die den Online-Bereich kennen  
Quelle: SevenOne Media

# Sehr viele sehen online ganze Folgen

## Nutzung ganzer Folgen auf der Website GNT

Angaben in Prozent

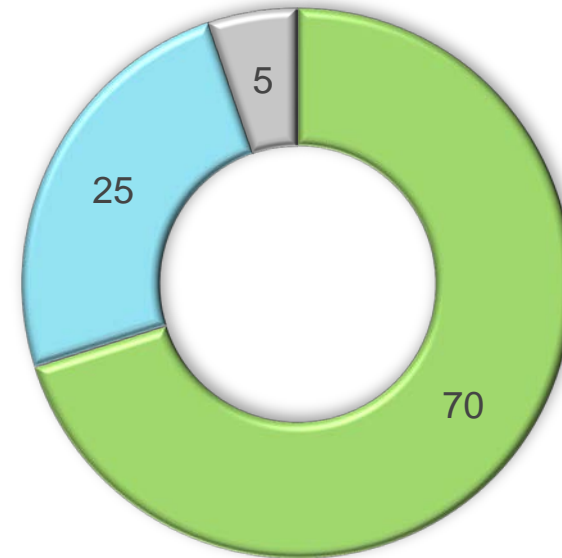


- ja
- nein, kann es mir aber vorstellen
- nein, und habe es auch nicht vor
- weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de u.a., die den Online-Bereich schon einmal besucht haben  
Quelle: SevenOne Media

## Gründe für die Nutzung ganzer Folgen

Angaben in Prozent



- sehe mir Folgen im Internet an, die ich im TV verpasst habe
- sehe mir Folgen ausschließlich immer im Internet an
- weiß nicht

Basis: User von ProSieben.de u.a., die bereits ganze Folgen angesehen haben  
Quelle: SevenOne Media



# Agenda

---

Steckbrief Onsite-Befragung

---

Daten zur Sendungsnutzung

---

**Markenbekanntheit und Werbeerinnerung**

---

Kaufbereitschaft

---

Integration

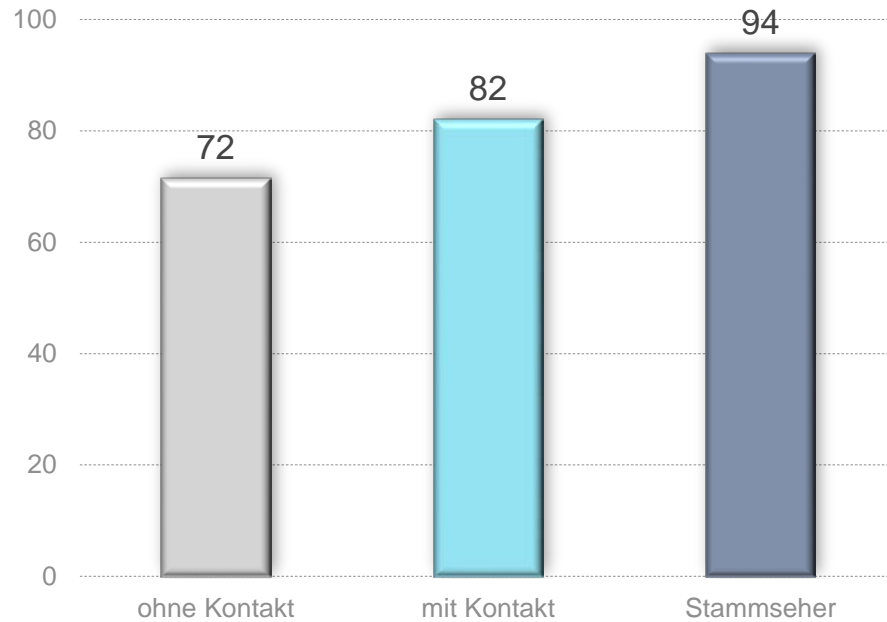
---

Fazit

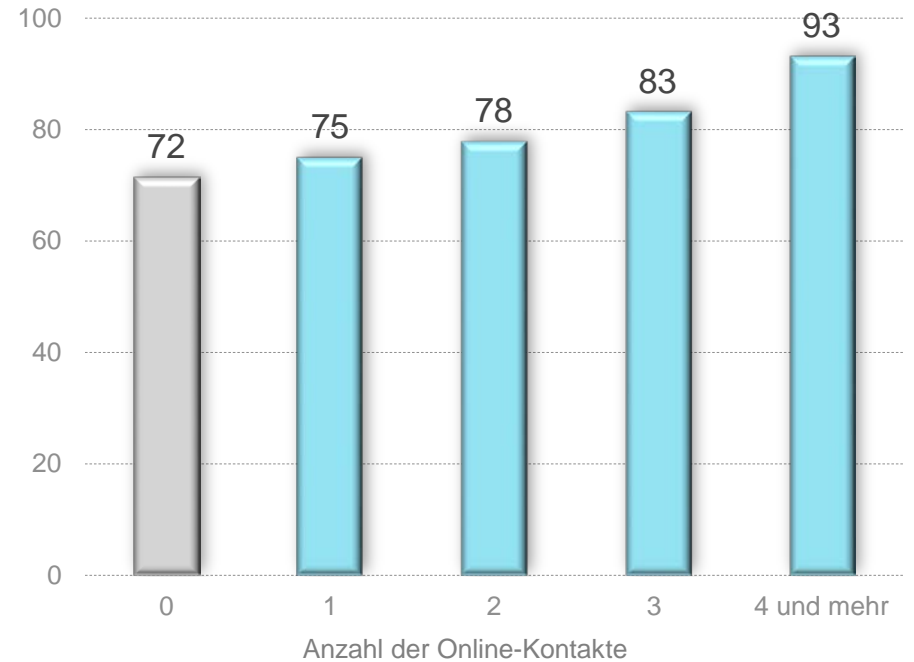


# Bekanntheit des Adam steigt auch 2015 mit Kontakten und Involvement nochmal an

## Markenbekanntheit Opel Adam Angaben in Prozent



## Markenbekanntheit Opel Adam Angaben in Prozent

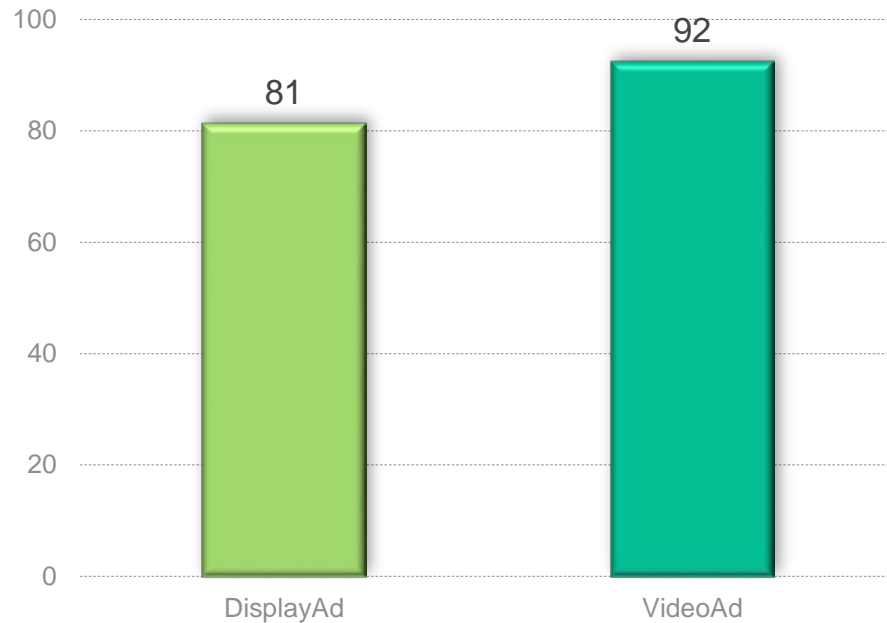


Sie sehen nun einige Modelle von Kleinwagen. Kreuzen Sie bitte diejenige an, die Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.  
Basis: User von ProSieben.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media.

# VideoAd-Kontakte zahlen dabei mehr auf die Bekanntheit des Adam ein

## Markenbekanntheit Opel Adam

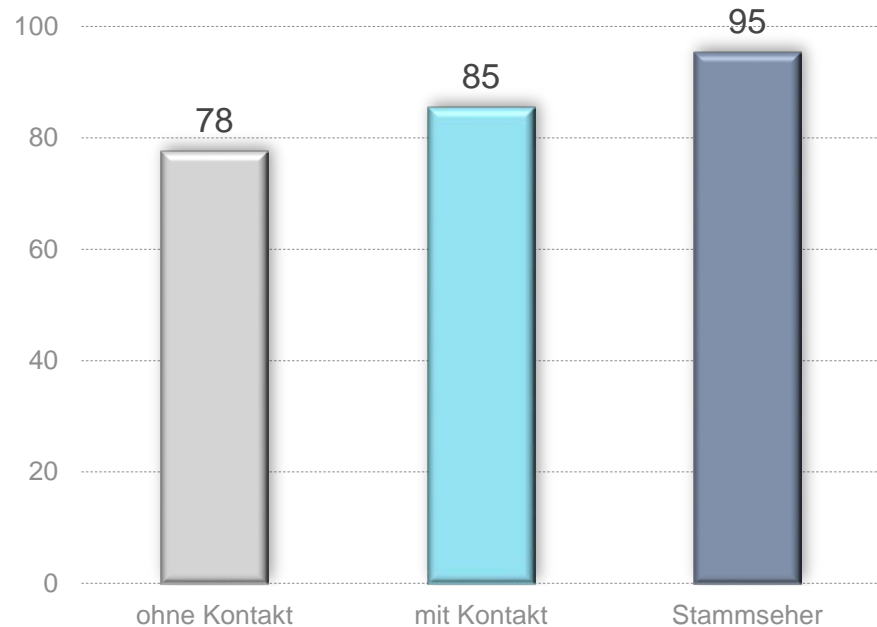
Angaben in Prozent



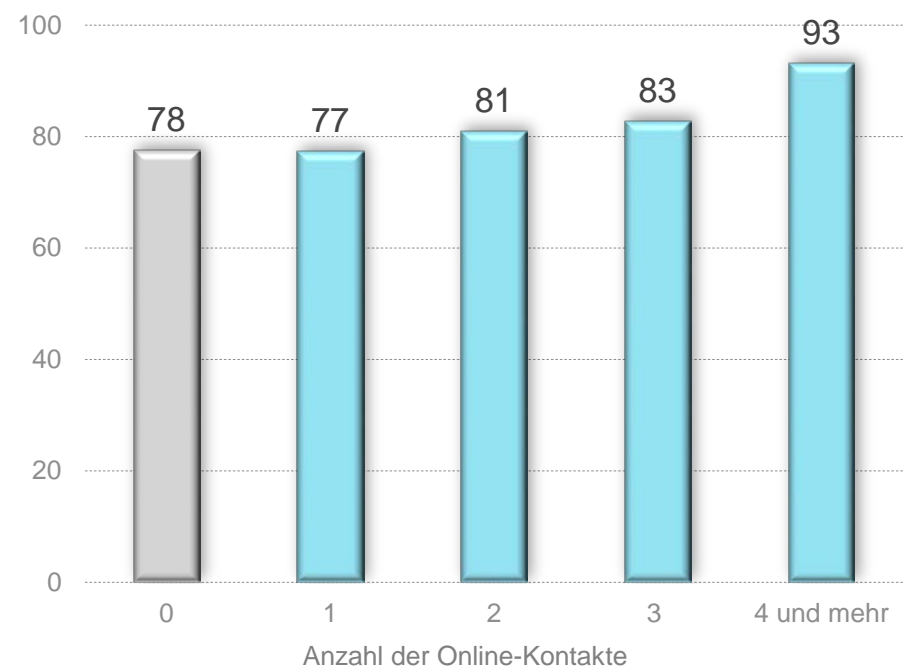
Sie sehen nun einige Modelle von Kleinwagen. Kreuzen Sie bitte diejenige an, die Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.  
Basis: User von ProSieben.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Werbeerinnerung bei Stammsehern und häufig kontaktierten auf sehr hohem Niveau

## Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent



## Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent

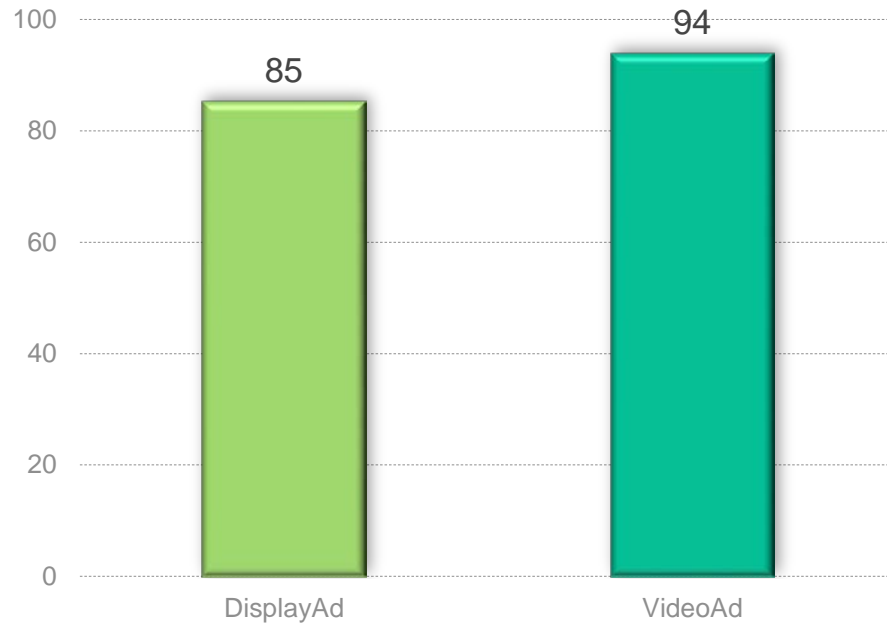


Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? Bitte kreuzen Sie alle Modelle an, für die Sie Werbung gesehen haben.  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen  
Quelle: SevenOne Media

# VideoAds zahlen in hohem Maße auf die Werbeerinnerung ein

## Werbeerinnerung Opel Adam

Angaben in Prozent

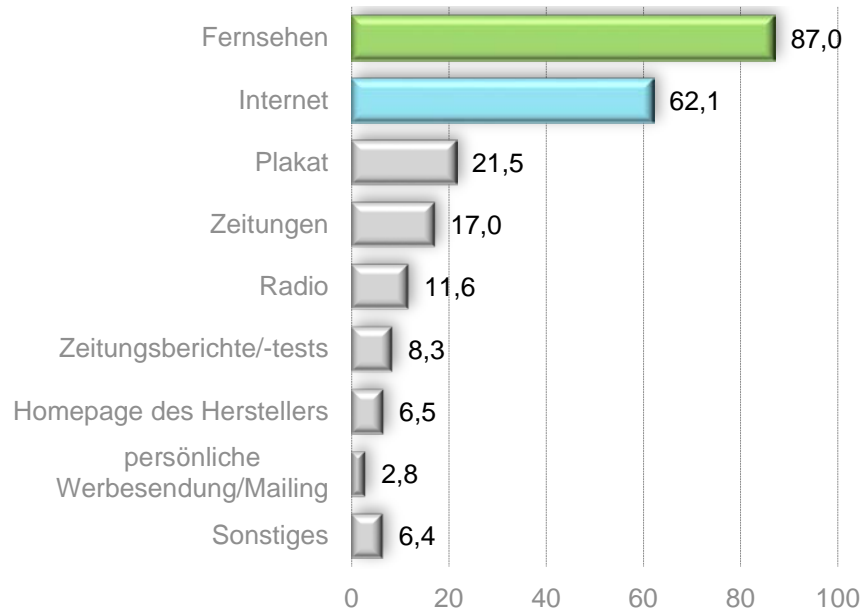


Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? Bitte kreuzen Sie alle Modelle an, für die Sie Werbung gesehen haben.  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen  
Quelle: SevenOne Media

# TV als Werbemedium an der Spitze, gefolgt von Internet

## Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



Frage: Können Sie sich noch erinnern, in welchem Medium Sie Werbung für Opel Adam gesehen oder gehört haben?; Basis: User von ProSieben.de u.a., die sich an Werbung für Opel Adam erinnern; Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

Steckbrief Onsite-Befragung

---

Daten zur Sendungsnutzung

---

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

---

**Kaufbereitschaft**

---

Integration

---

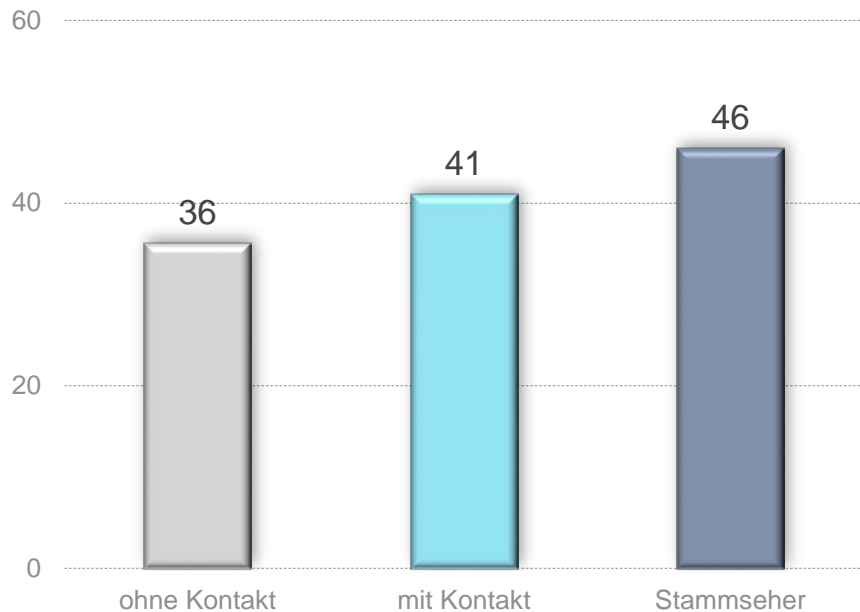
Fazit



# Auch auf die Kaufbereitschaft wirkt sich das Engagement positiv aus

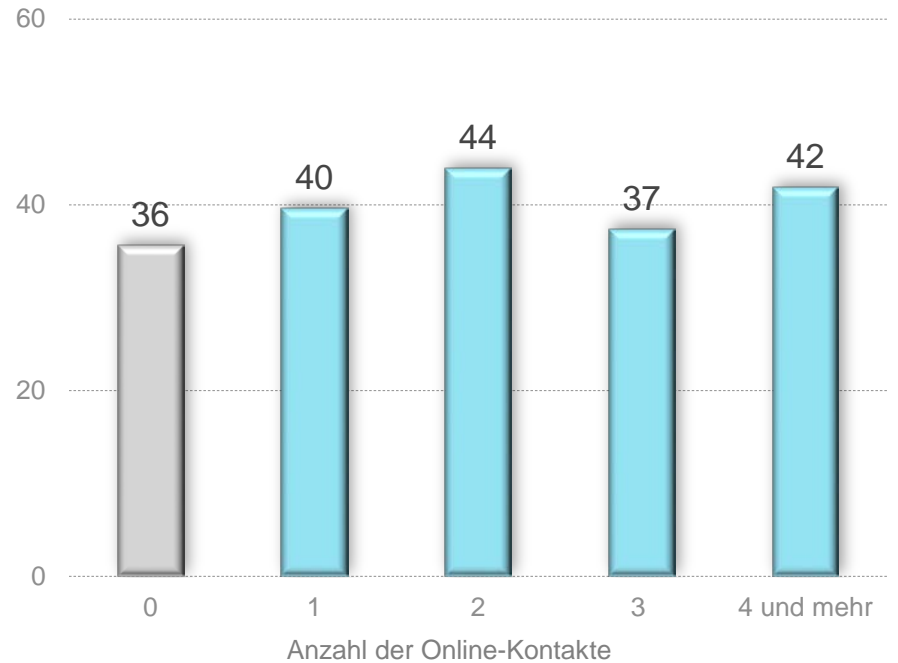
## Kaufbereitschaft Opel Adam

Angaben in Prozent; Top Two (ja, sicher/ja, vielleicht)



## Kaufbereitschaft Opel Adam

Angaben in Prozent; Top Two (ja, sicher/ja, vielleicht)



Mal angenommen, Sie planen in den nächsten zwei Jahren, sich einen Kleinwagen anzuschaffen. Käme bei einem Kleinwagenkauf ein Opel Adam für Sie in Betracht?

Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen

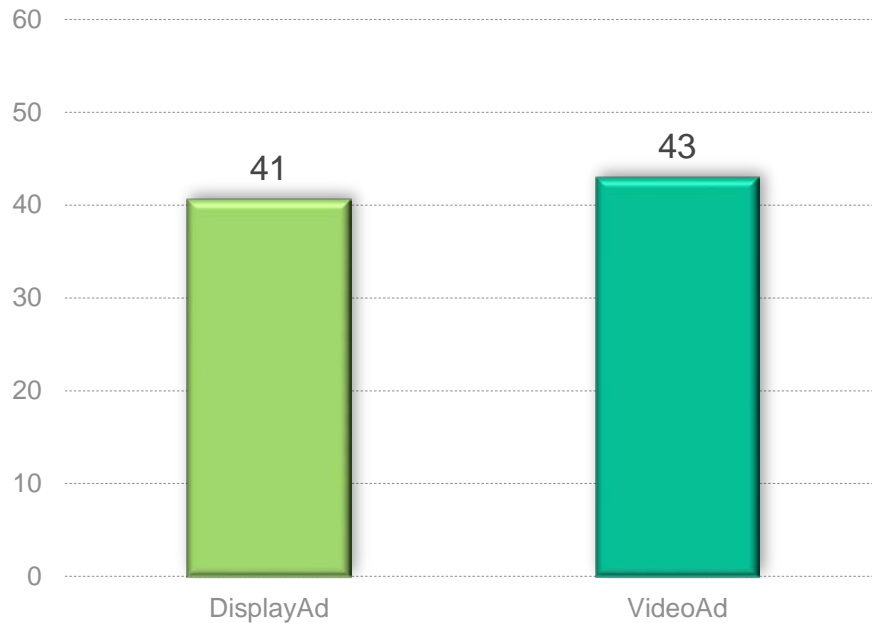
Quelle: SevenOne Media



# Überdurchschnittliches Kaufinteresse in beiden Kontaktgruppen

## Kaufbereitschaft Opel Adam

Angaben in Prozent; Top Two (ja, sicher/ja, vielleicht)



Mal angenommen, Sie planen in den nächsten zwei Jahren, sich einen Kleinwagen anzuschaffen. Käme bei einem Kleinwagenkauf ein Opel Adam für Sie in Betracht?  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen; Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

Steckbrief Onsite-Befragung

---

Daten zur Sendungsnutzung

---

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

---

Kaufbereitschaft

---

**Integration**

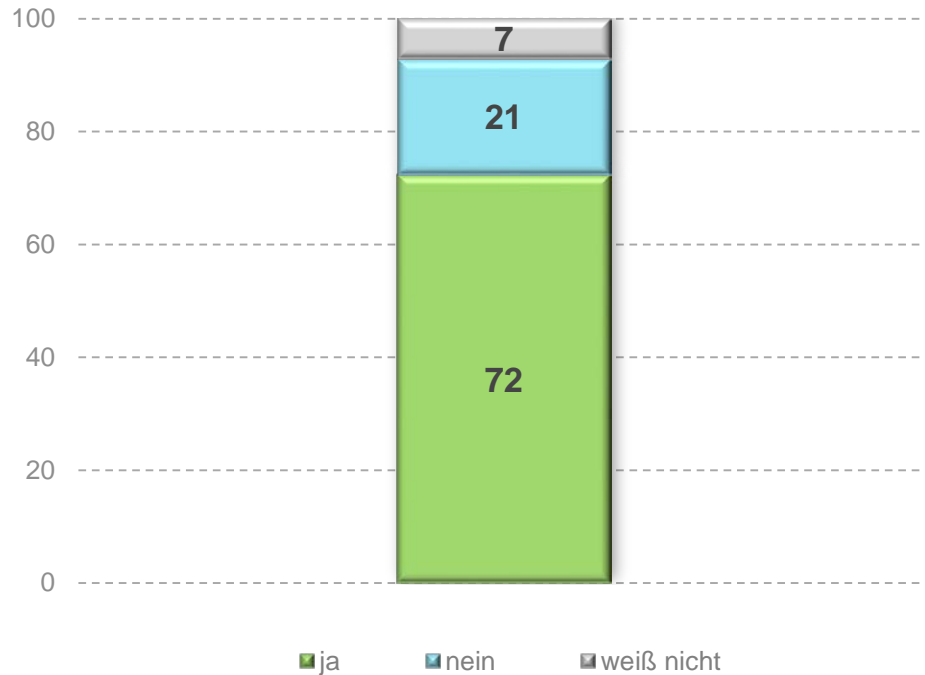
---

Fazit



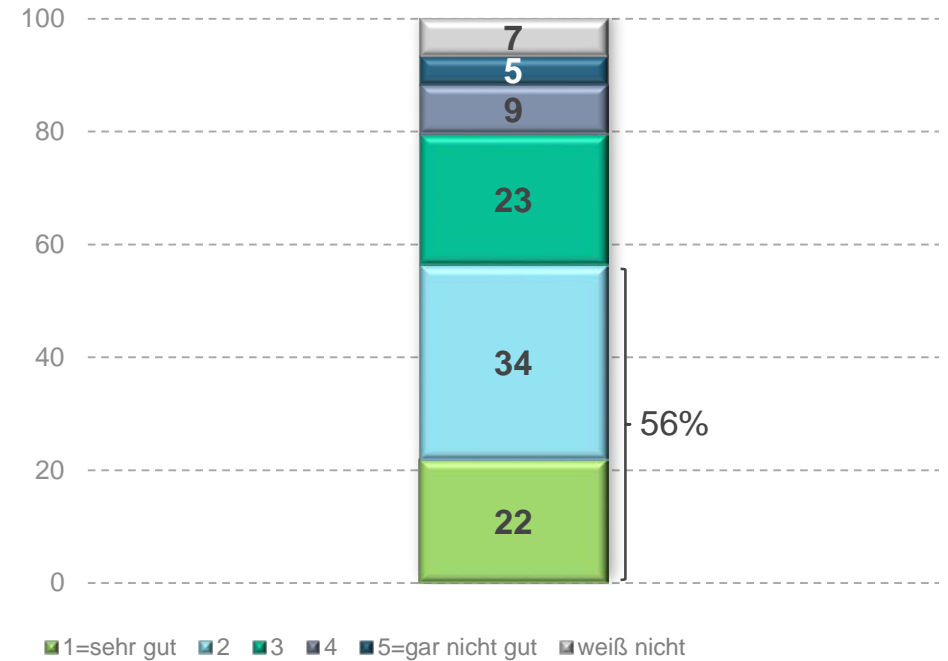
# Sehr hoher Sponsorrecall und gutes Fitting

**Sponsorerinnerung Opel Adam**  
Angaben in Prozent



Haben Sie bemerkt, dass Opel Adam diesen Online-Bereich präsentiert?  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die die Sendung mind. selten sehen  
Quelle: SevenOne Media

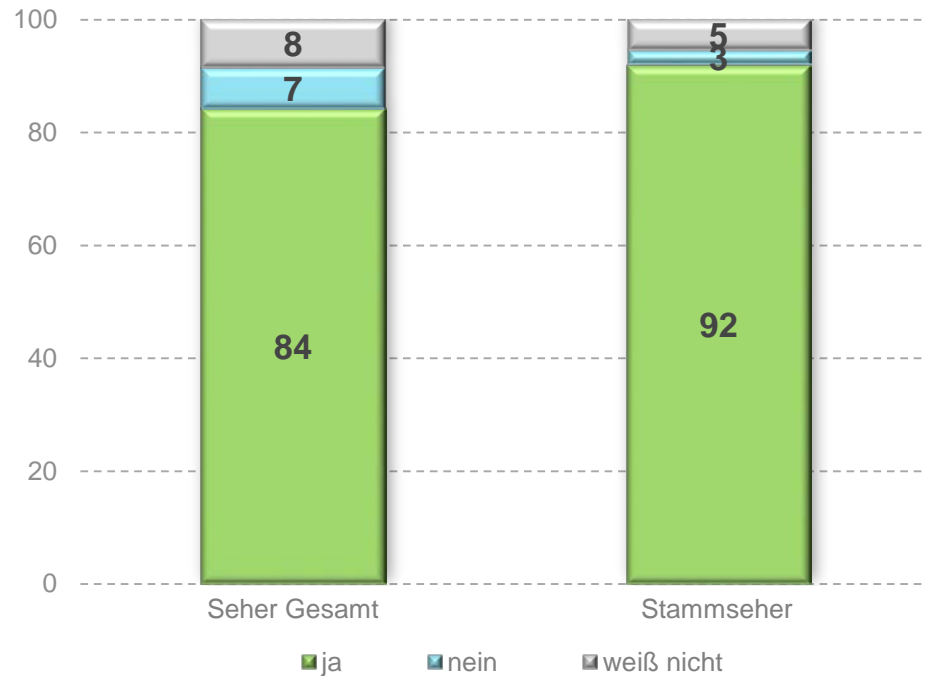
**Sponsorfitting Opel Adam**  
Angaben in Prozent



Wie gut passt Ihrer Meinung nach Opel Adam als Sponsor des Online-Bereichs zu 'Germany's next Topmodel by Heidi Klum'?  
Basis: User von ProSieben.de u.a., die das Sponsoring erinnern. Quelle: SevenOne Media

# Auch die Produktplatzierungen sind der Mehrheit der Zuschauer aufgefallen

## Erinnerung Product Placement Angaben in Prozent



[...] Können Sie sich an einen oder mehrere Auftritte des Opel Adam während der Sendung erinnern?

Basis: User von ProSieben.de u.a., die die Sendung mind. selten sehen. Quelle: SevenOne

# Agenda

---

Steckbrief Onsite-Befragung

---

Daten zur Sendungsnutzung

---

Markenbekanntheit

---

Werbeerinnerung

---

Integration

---

**Fazit**



## Kontinuität + authentische Integrationen + crossmediales Konzept + passgenaue Zielgruppe ...

- Kontinuierliche **steigende Markenbekanntheit**
- **Top Werbeerinnerung** – vor allem bei Seherinnen
- Klares **Branding als Sponsor**
- Sehr gutes **Fitting** zur Sendung
- **Steigendes Kaufpotenzial** – affin in der Zielgruppe
- Starke ergänzende **Wirkung der Online-Kontakte**
- **Hohes Involvement** der Fans in den Online-Bereich

 ... = **nachhaltig wirksame und erfolgreiche Kooperation**