

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, September 2014

SodaStream

Onsite-Befragung



SIXX

MyVideo

GOLD

ZMAXX

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

Fazit

Steckbrief

| | |
|---------------------------|---|
| Durchführung | SevenOne Media / Advertising Research |
| Erhebungsform | Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens |
| Grundgesamtheit | Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre |
| Auswahlverfahren | Zufallsstichprobe über AdServer |
| Stichprobe | n=1.427 |
| Befragungszeitraum | 17. bis 31. August 2014 |
| Inhalte | Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Verwendung von Trinkwassersprudlern und Kaufbereitschaft |

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

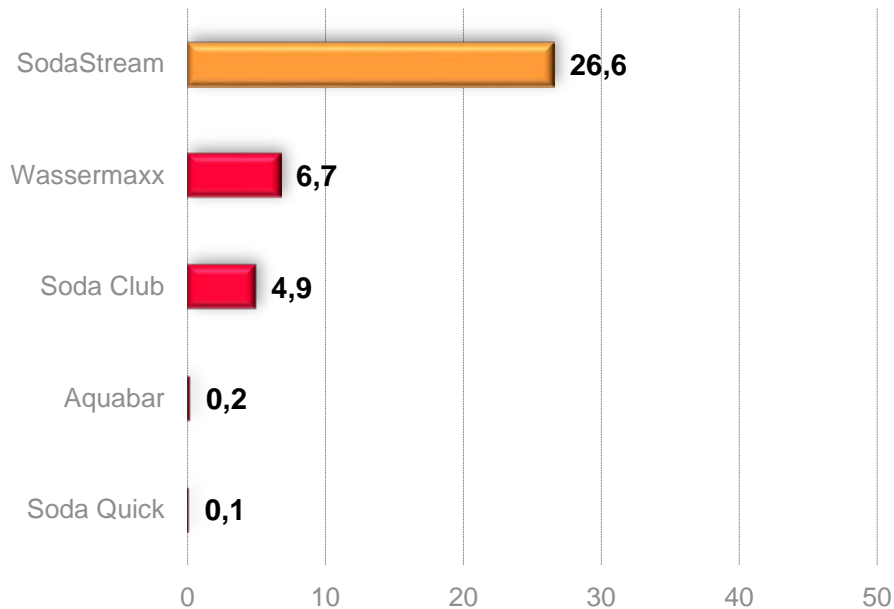
Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

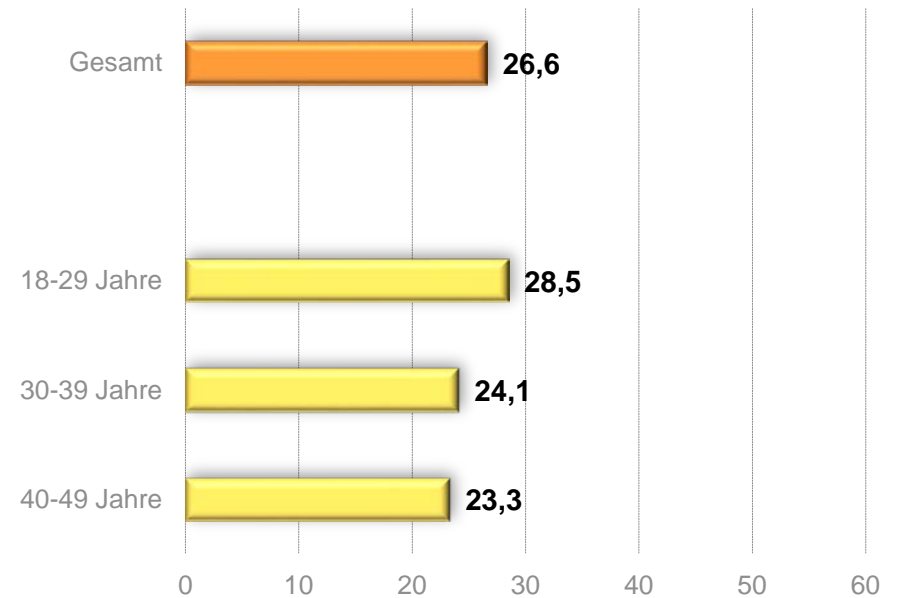
Fazit

Ein Viertel der Befragten kennt SodaStream spontan

Ungestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



Ungestützte Markenbekanntheit SodaStream Angaben in Prozent



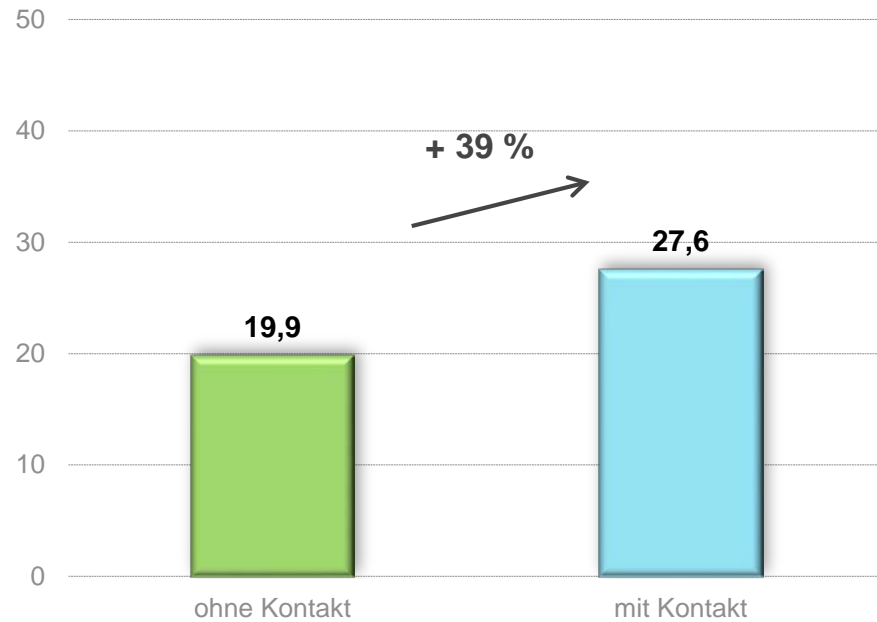
Frage: Nun geht es um das Thema Trinkwassersprudler. Welche Marken von Trinkwassersprudlern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre

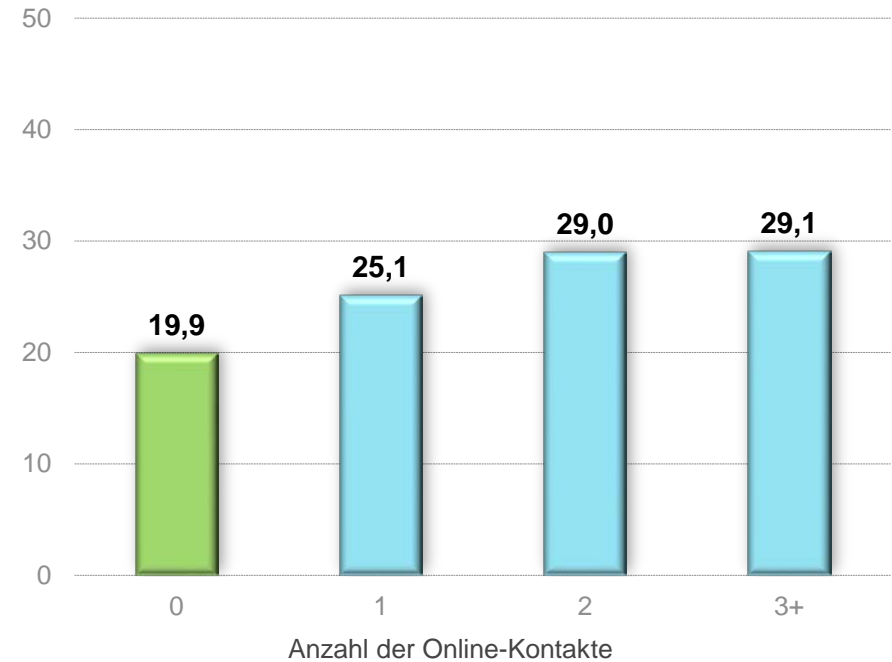
Quelle: SevenOne Media

Deutlicher Anstieg mit zunehmenden Kontakten

Ungestützte Markenbekanntheit SodaStream
Angaben in Prozent



Ungestützte Markenbekanntheit SodaStream
Angaben in Prozent



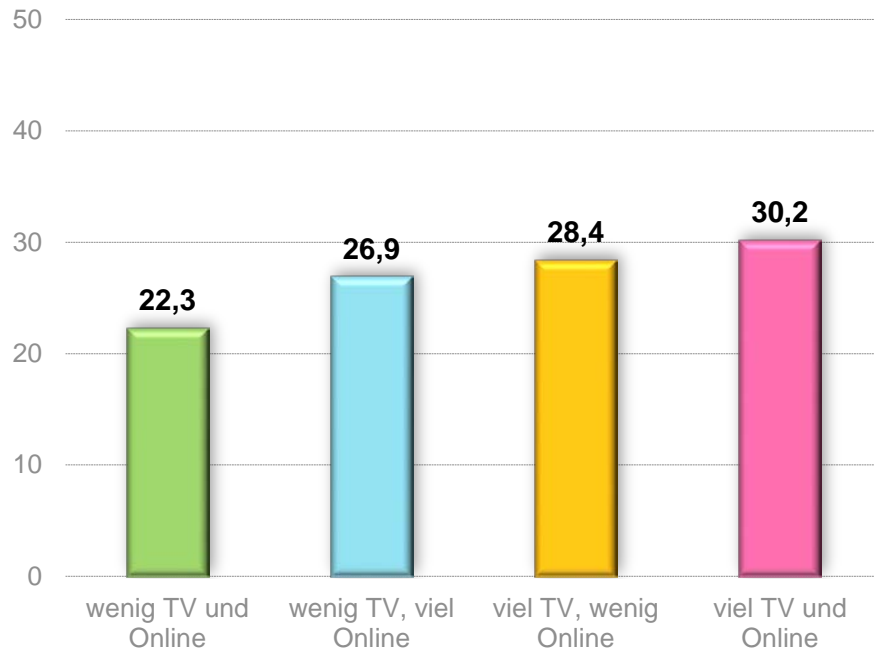
Frage: Nun geht es um das Thema Trinkwassersprudler. Welche Marken von Trinkwassersprudlern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre

Quelle: SevenOne Media

Kombination von vielen Kontakten in beiden Medien am wirksamsten

Ungestützte Markenbekanntheit SodaStream Angaben in Prozent



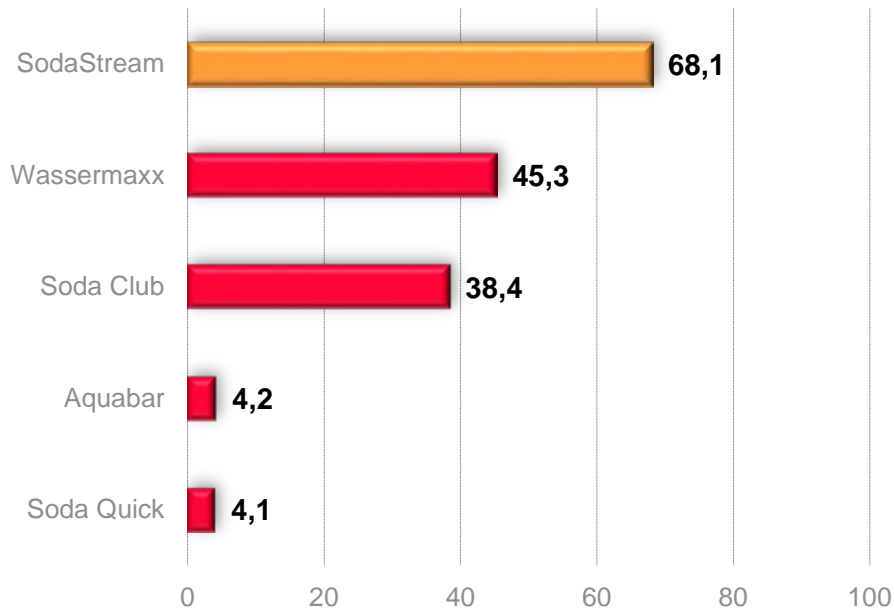
Frage: Nun geht es um das Thema Trinkwassersprudler. Welche Marken von Trinkwassersprudlern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre; TV: wenig=1-3mal pro Woche, viel=4-7mal pro Woche; Online: wenig=1-2 Kontakte, viel=3 und mehr Kontakte

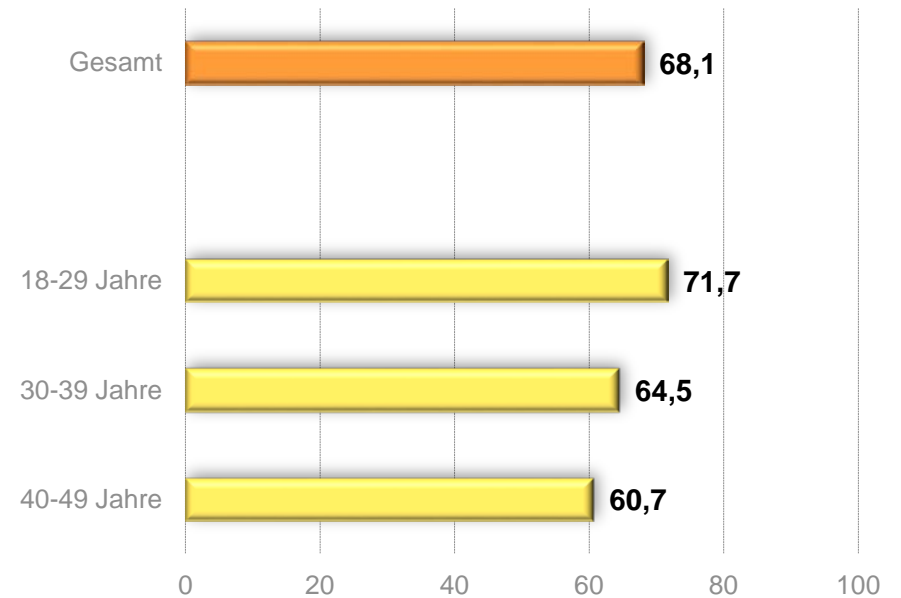
Quelle: SevenOne Media

Gestützte Markenbekanntheit liegt bei knapp 70 Prozent

Gestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit SodaStream Angaben in Prozent



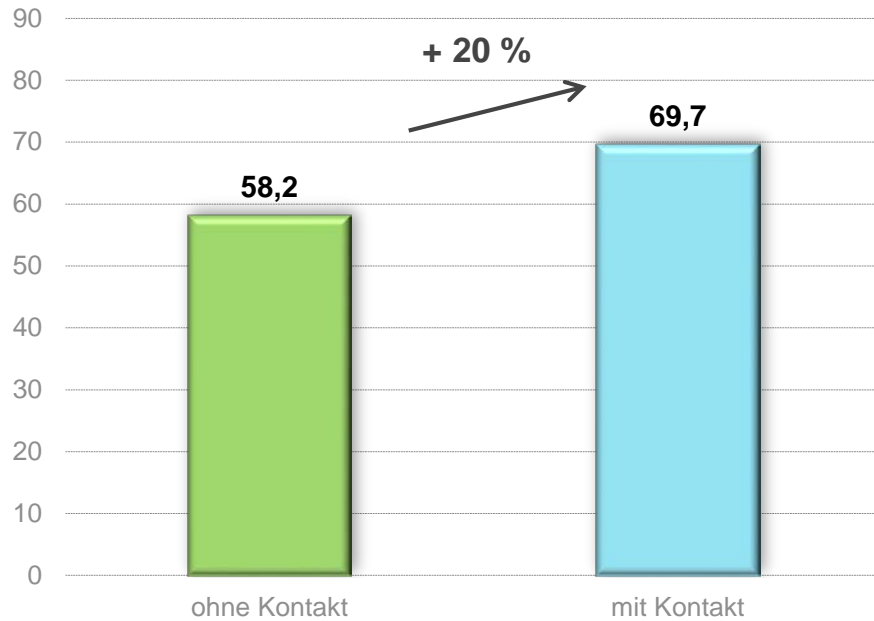
Frage: Manchmal fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Welche der folgenden Marken von Trinkwassersprudlern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre

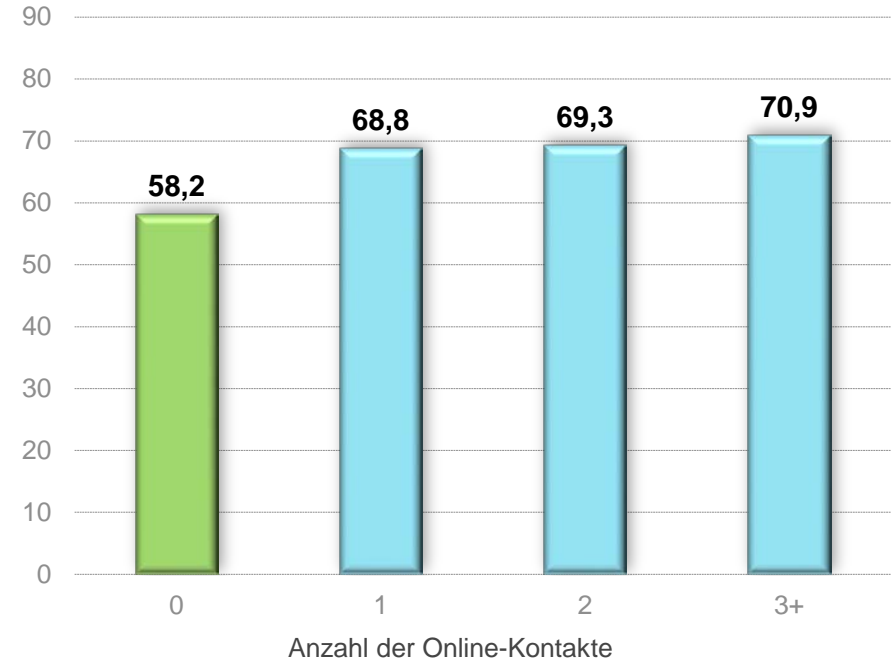
Quelle: SevenOne Media

Trotz hohen Ausgangsniveaus Anstieg mit Online-Kontakten

Gestützte Markenbekanntheit SodaStream
Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit SodaStream
Angaben in Prozent



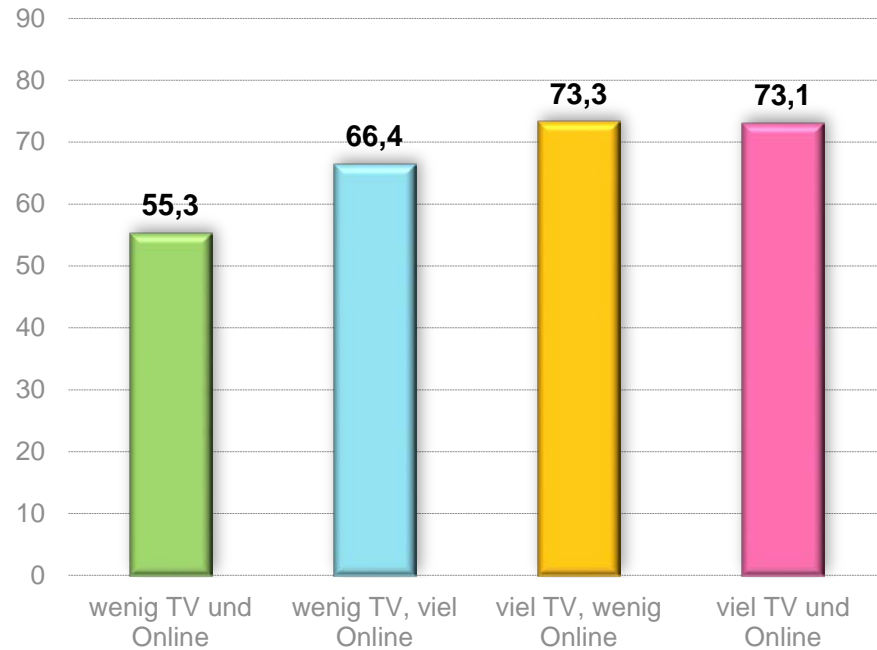
Frage: Manchmal fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Welche der folgenden Marken von Trinkwassersprudlern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre

Quelle: SevenOne Media

Viel TV wirkt am besten

Gestützte Markenbekanntheit SodaStream Angaben in Prozent



Frage: Manchmal fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Welche der folgenden Marken von Trinkwassersprudlern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre; TV: wenig=1-3mal pro Woche, viel=4-7mal pro Woche; Online: wenig=1-2 Kontakte, viel=3 und mehr Kontakte
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

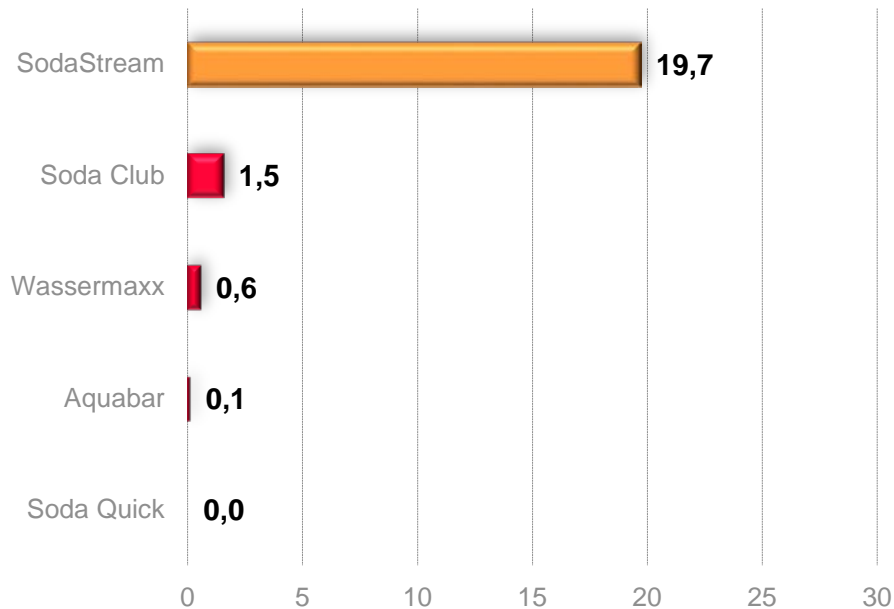
Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

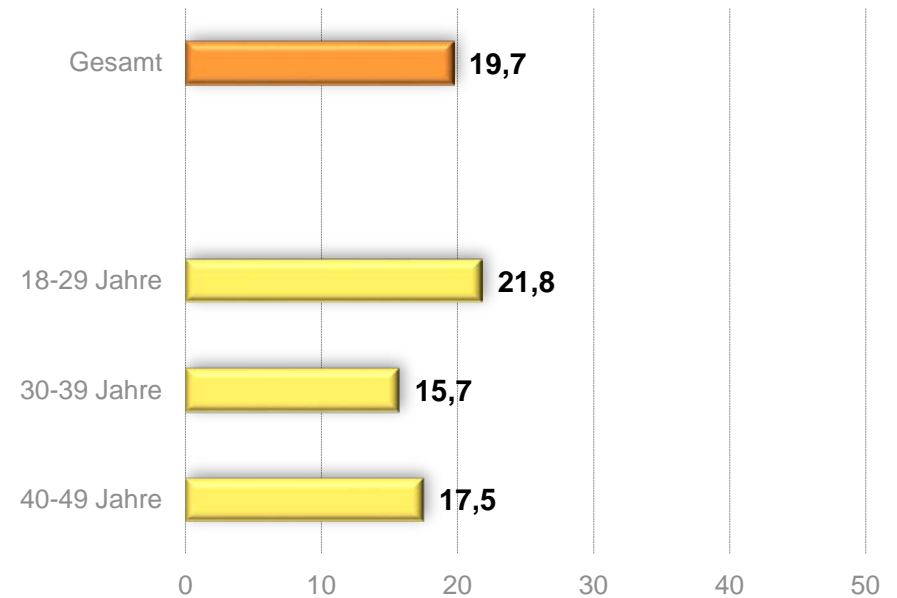
Fazit

Ein Fünftel kann sich spontan an Werbung erinnern

Ungestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung SodaStream Angaben in Prozent



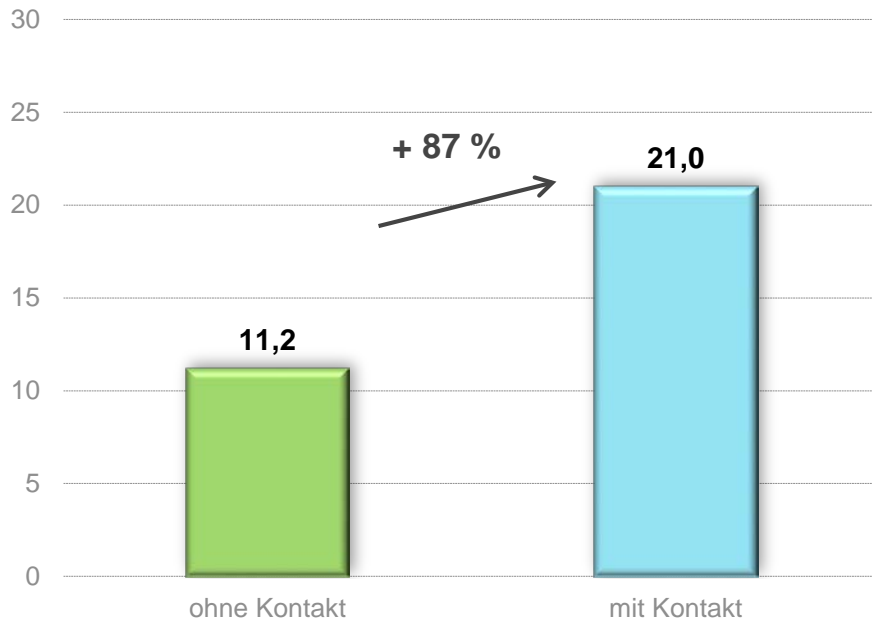
Frage: Und für welche Marken von Trinkwassersprudlern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre

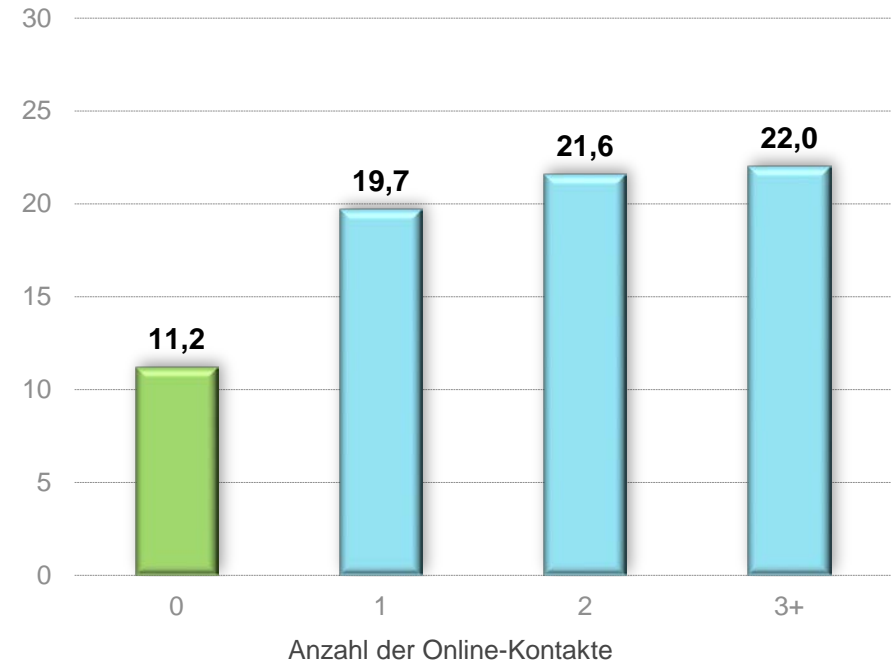
Quelle: SevenOne Media

Deutlicher Anstieg schon mit einem Kontakt

Ungestützte Werbeerinnerung SodaStream
Angaben in Prozent



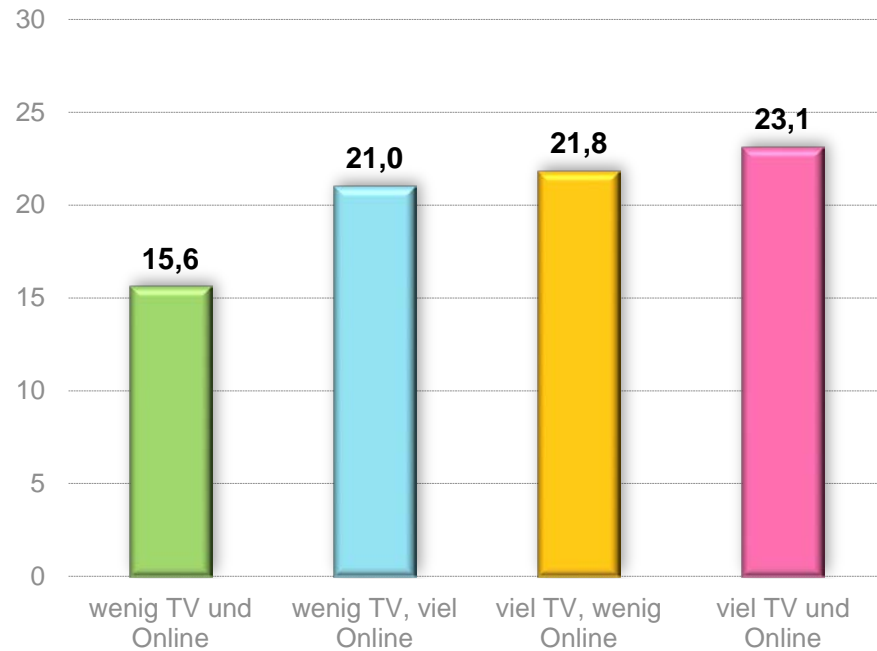
Ungestützte Werbeerinnerung SodaStream
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche Marken von Trinkwassersprudlern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre
Quelle: SevenOne Media

Viel Kontakt zu TV und Online am wirkungsvollsten

Ungestützte Werbeerinnerung SodaStream Angaben in Prozent



Frage: Und für welche Marken von Trinkwassersprudlern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

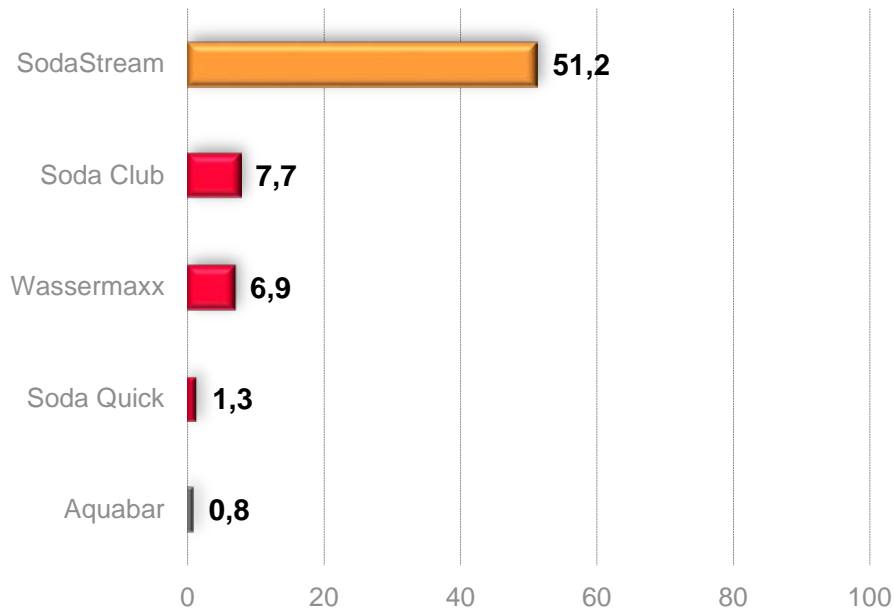
Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre; TV: wenig=1-3mal pro Woche, viel=4-7mal pro Woche; Online: wenig=1-2 Kontakte, viel=3 und mehr Kontakte

Quelle: SevenOne Media

Die Hälfte der Befragten erinnert sich gestützt an Werbung

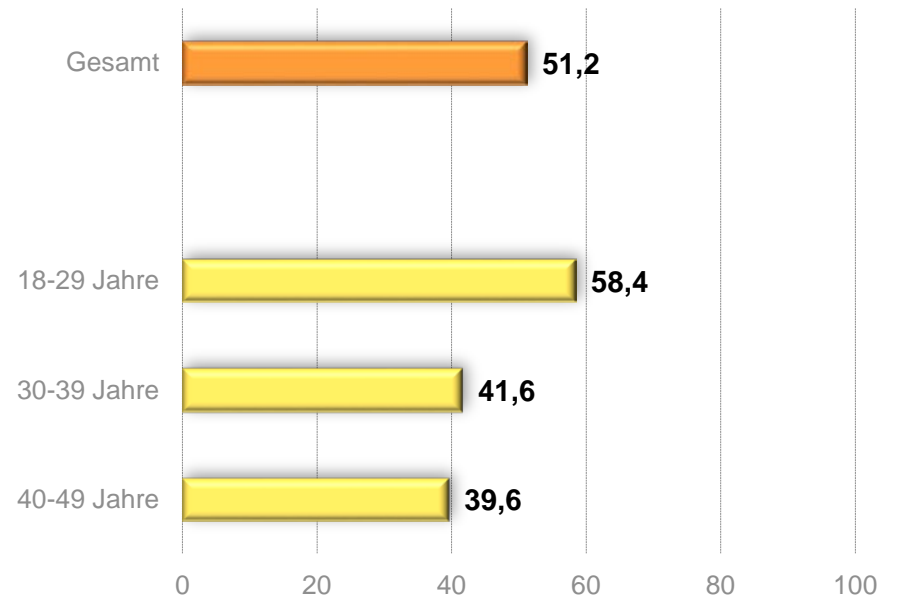
Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung SodaStream

Angaben in Prozent



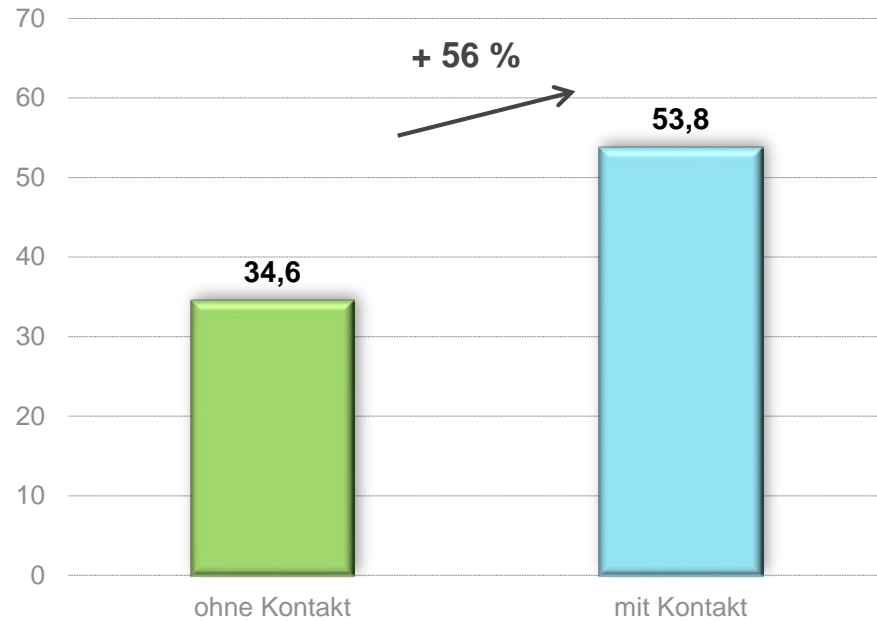
Frage: Und für welche der folgenden Marken von Trinkwassersprudlern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre

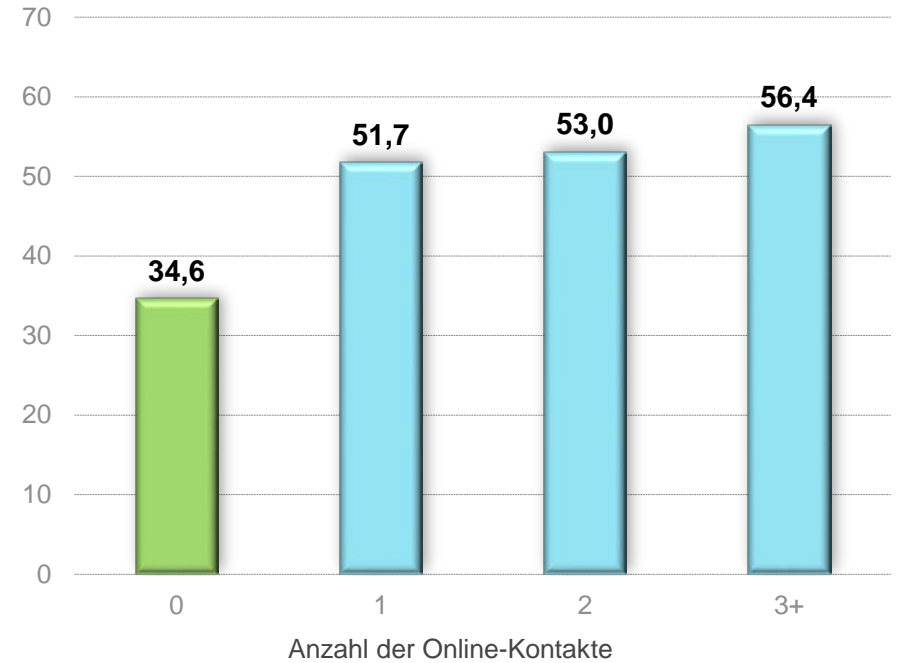
Quelle: SevenOne Media

Steiler Anstieg der Werbeerinnerung mit Online-Kontakten

Gestützte Werbeerinnerung SodaStream
Angaben in Prozent



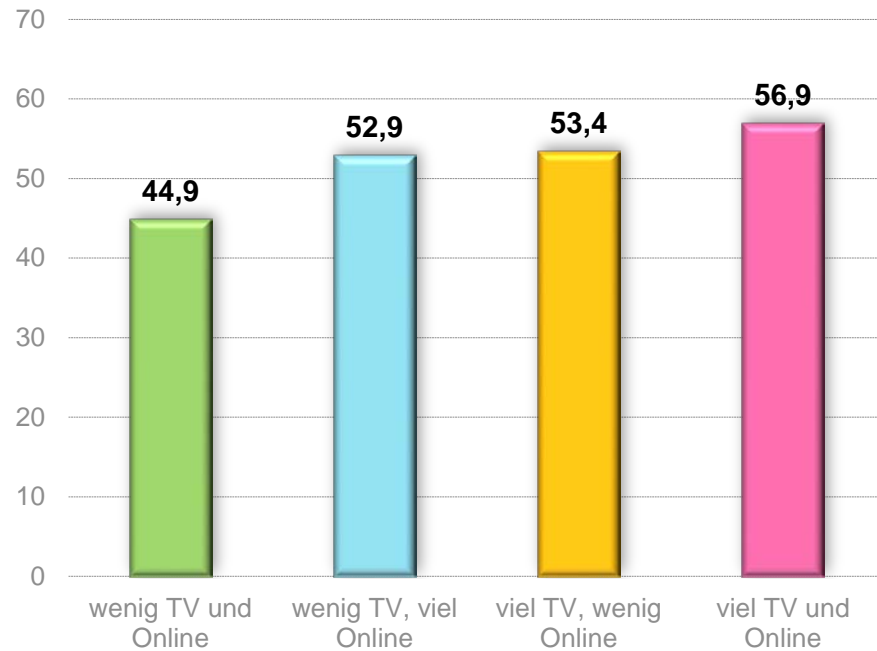
Gestützte Werbeerinnerung SodaStream
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Marken von Trinkwassersprudlern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre
Quelle: SevenOne Media

Viel TV und Online wirkt am besten

Gestützte Werbeerinnerung SodaStream Angaben in Prozent



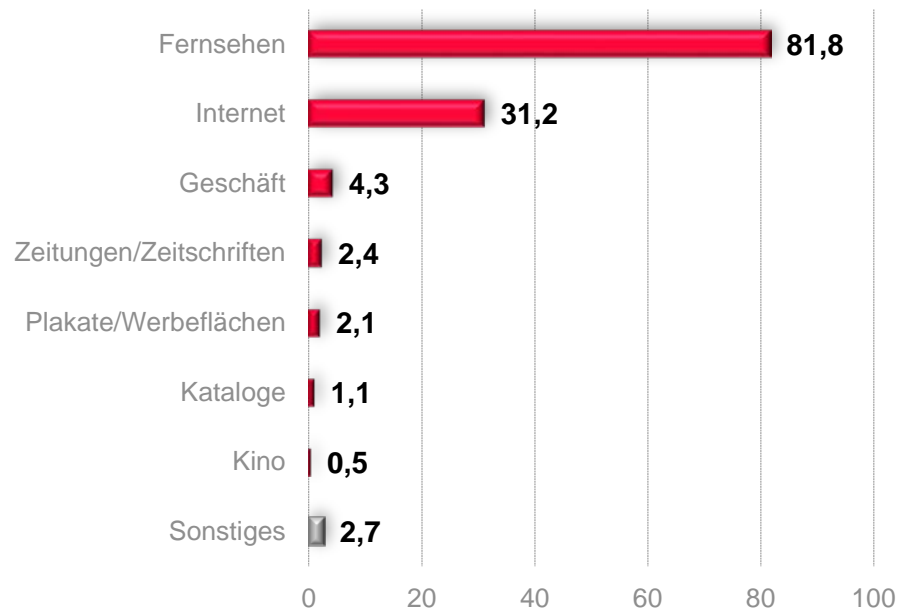
Frage: Und für welche der folgenden Marken von Trinkwassersprudlern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre; TV: wenig=1-3mal pro Woche, viel=4-7mal pro Woche; Online: wenig=1-2 Kontakte, viel=3 und mehr Kontakte

Quelle: SevenOne Media

Werbung vor allem im Fernsehen und Online erinnert

Erinnerte Werbemedien Angaben in Prozent



Frage: Sie haben angegeben, dass Sie sich an Werbung für SodaStream erinnern können. Wo haben Sie diese Werbung gesehen oder gehört?
Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre, die sich an Werbung für SodaStream erinnern
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

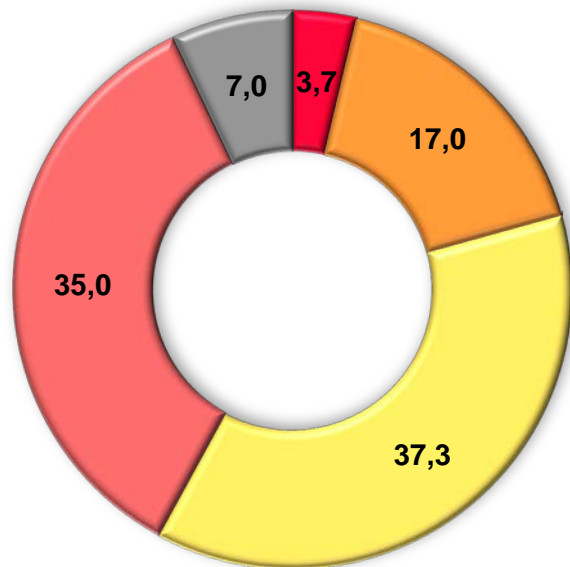
Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

Fazit

20 Prozent können sich den Kauf eines SodaStream-Sprudlers vorstellen

Kaufbereitschaft Angaben in Prozent



- Ja, sicher
- Ja, vielleicht
- Nein, eher nicht
- Nein, auf keinen Fall
- Weiß nicht



Frage: Können Sie sich vorstellen, einen Trinkwassersprudler von SodaStream zu kaufen?

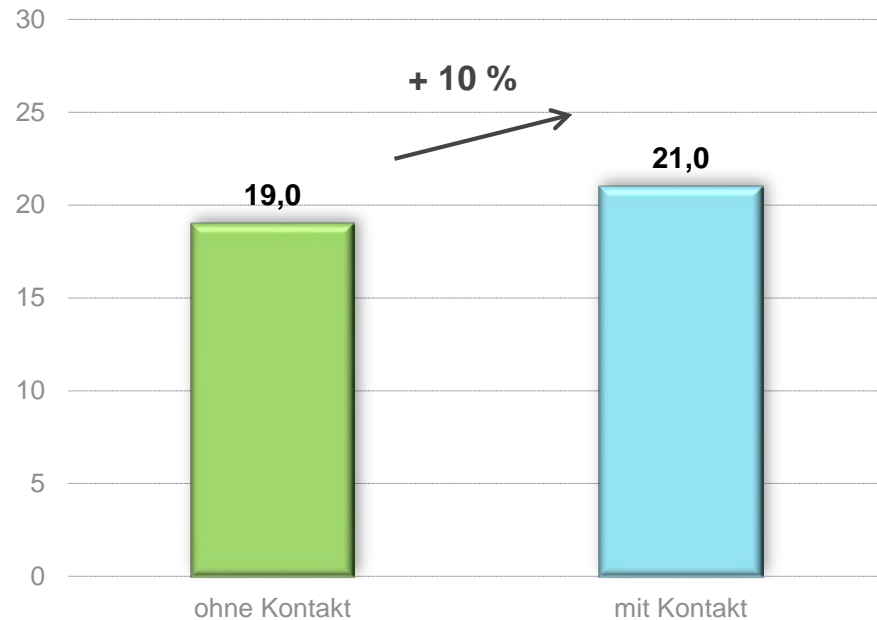
Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre, die keinen Trinkwassersprudler verwenden

Quelle: SevenOne Media

Kaufbereitschaft steigt mit zunehmenden Online-Kontakten

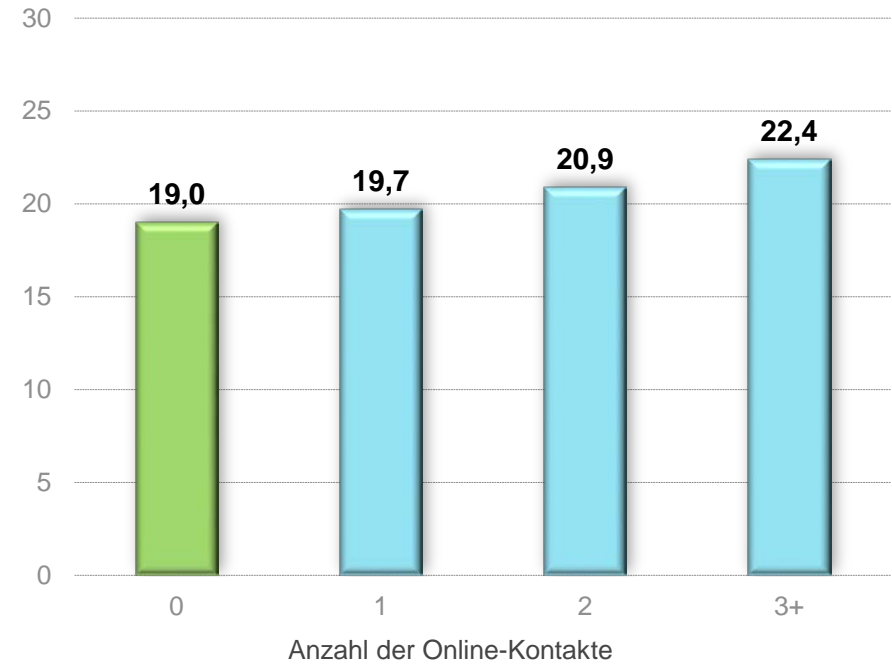
Kaufbereitschaft

Angaben in Prozent (Top Two)



Kaufbereitschaft

Angaben in Prozent (Top Two)



Frage: Können Sie sich vorstellen, einen Trinkwassersprudler von SodaStream zu kaufen?

Basis: Userinnen von sat1.de, prosieben.de, kabeleins.de, sixx.de u.a., 18-49 Jahre, die keinen Trinkwassersprudler verwenden

Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

Fazit

Erfolg auf ganzer Linie

Markenbekanntheit

Ein Viertel der Befragten kennt die Marke SodaStream spontan. Die ungestützte Bekanntheit steigt mit zunehmenden Online-Kontakten. Eine Kombination aus vielen TV- und Online-Kontakten erweist sich als besonders wirkungsvoll. Gestützt kennen insgesamt knapp 70 Prozent SodaStream. Trotz des hohen Ausgangsniveaus gibt es auch hier noch einen Anstieg in höheren Kontaktklassen. Vor allem viele TV-Kontakte sind hier erfolgreich.

Werbeerinnerung

Ein Fünftel erinnert sich ungestützt an Werbung für SodaStream. Schon mit einem Online-Kontakt wird ein deutlicher Anstieg erzielt. Gestützt kann sich die Hälfte der Befragten an Werbung für SodaStream erinnern. Auch hier gibt es wieder einen steilen Anstieg mit Online-Kontakten. Beide Indikatoren erreichen Höchstwerte mit vielen TV- und Online-Kontakten. Die Werbung wird vor allem in TV und Internet wahrgenommen.

Kaufbereitschaft

10 Prozent, die noch keinen Trinkwassersprudler verwenden, können sich vorstellen, ein Produkt von SodaStream zu kaufen. Die Kaufbereitschaft wird mit zunehmenden Online-Kontakten noch leicht gesteigert.

Fazit

Die Kampagne war auf ganzer Linie erfolgreich. Über alle abgefragten Indikatoren sind deutliche Wirkungszuwächse zu sehen. Eine Kombination aus vielen TV- und Online-Kontakten ist am wirksamsten.

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