

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, Dezember 2012

**Ubisoft**

Kampagnenbegleitforschung



## Fragestellung

Wirkung und Bewertung verschiedener Sonderwerbeformen bei einer definierten Zielgruppe

Leistung der Gesamtkampagne (& online)

## Indikatoren

- Markenbekanntheit/ -verwendung
- Werbeerinnerung
- Bewertung der Sonderwerbeform
- Image auf Produktebene
- Spotprofil

jeweils in Abhängigkeit von der Werbeform

Zuwachs/Veränderung von

- Markenbekanntheit
- Werbeerinnerung
- Erinnernte Werbemedien
- Image auf Produktebene

jeweils in Abhängigkeit von

- Soziodemographie
- Mediennutzung
- gemessenem (Online-)Werbekontakt
- Messzeitpunkt



**Follow up**



**Onsite-Befragung**

## Follow up

Vergleich der eingesetzten Werbeformen im TV

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

---

**Fazit**

---

<b>Auftraggeber</b>	SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
<b>Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahren
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsauswahl im Rahmen des forsa omninet-Panels
<b>Methode</b>	Inhouse-Onlinebefragung am PC oder am TV-Bildschirm
<b>Datum</b>	Klassischer Spot: 24.10.2012 (Die Simpsons) Trailer Split: 30.10.2012 (Die Simpsons) Entertainment Tip: 05.11.2012 (Die Simpsons) Cut in: 08.11.2012 (tv total)
<b>Stichprobe</b>	Klassischer Spot: n= 150 Trailer Split: n= 150 Entertainment Tip: n= 150 Cut in: n= 150

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

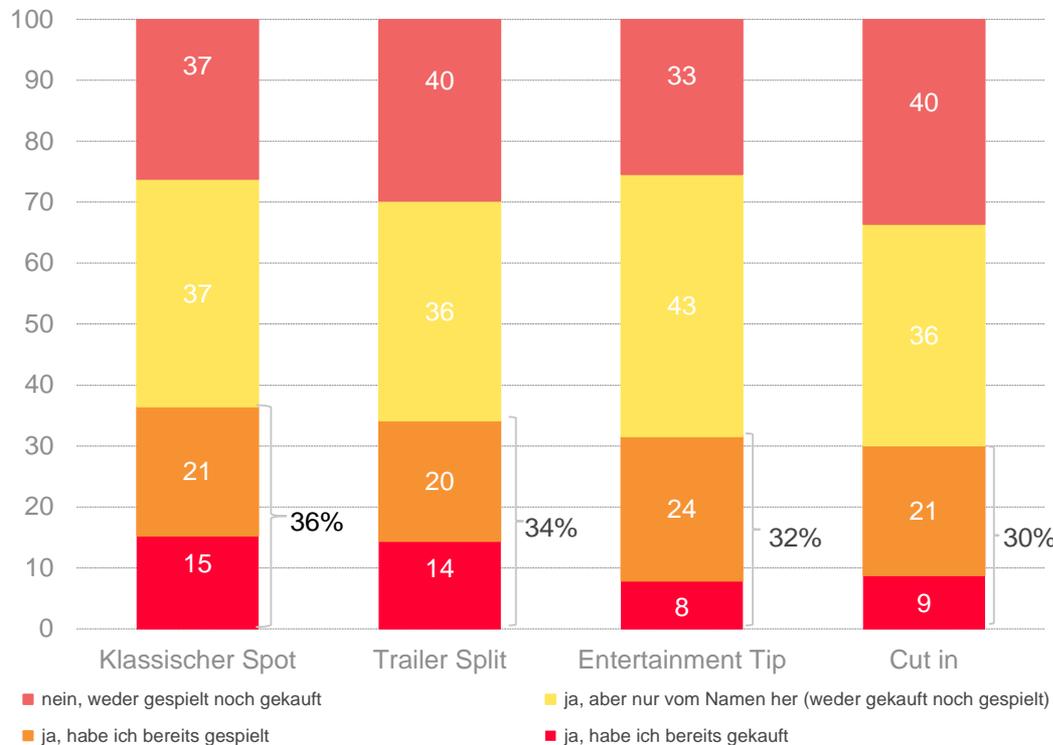
---

**Bewertung und Image**

---

**Fazit**

## Bekanntheit/Verwendung Assassin's Creed 3 Angaben in Prozent



Anmerkung:

Das Involvement bzw. Verwendungsniveau des Spiels war nicht in allen Untersuchungsgruppen gleich. Die Niveaus variieren zwischen 30 und 36 Prozent, die höchste Verwendung gab es in der Gruppe mit dem klassischen Spot.

Dies führt dazu, dass der klassische Spot tendenziell begünstigt wird. Die Ergebnisse für den klassischen Spot werden also durch die Studie leicht überschätzt und müssten etwas nach unten korrigiert werden.

Frage: Kennen Sie das Computer- und Konsolenspiel Assassin's Creed?  
 Basis: Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahre  
 Quelle: SevenOne Media, forsa

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

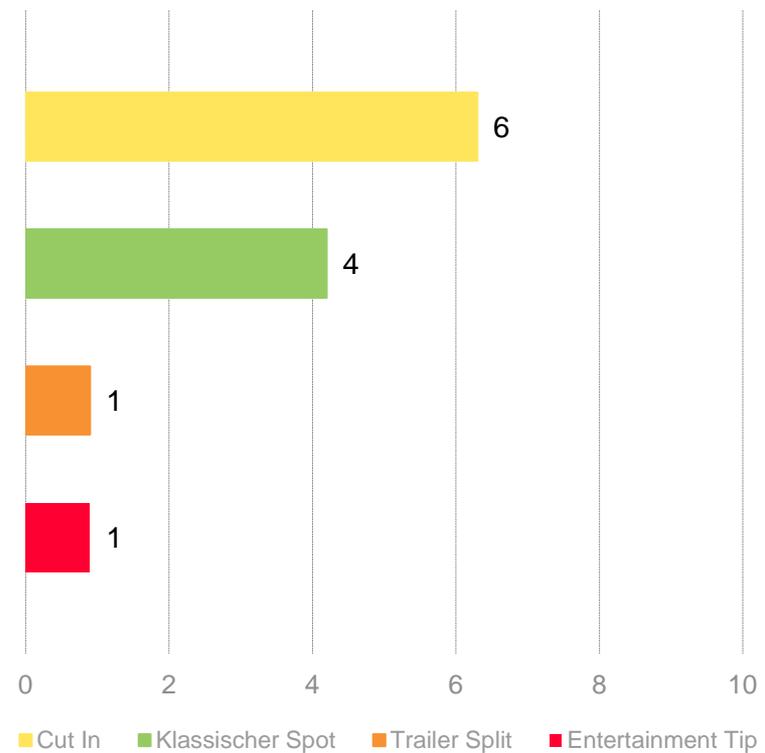
**Bewertung und Image**

---

**Fazit**



## Ungestützte Werbeerinnerung Assassin's Creed 3; Angaben in Prozent

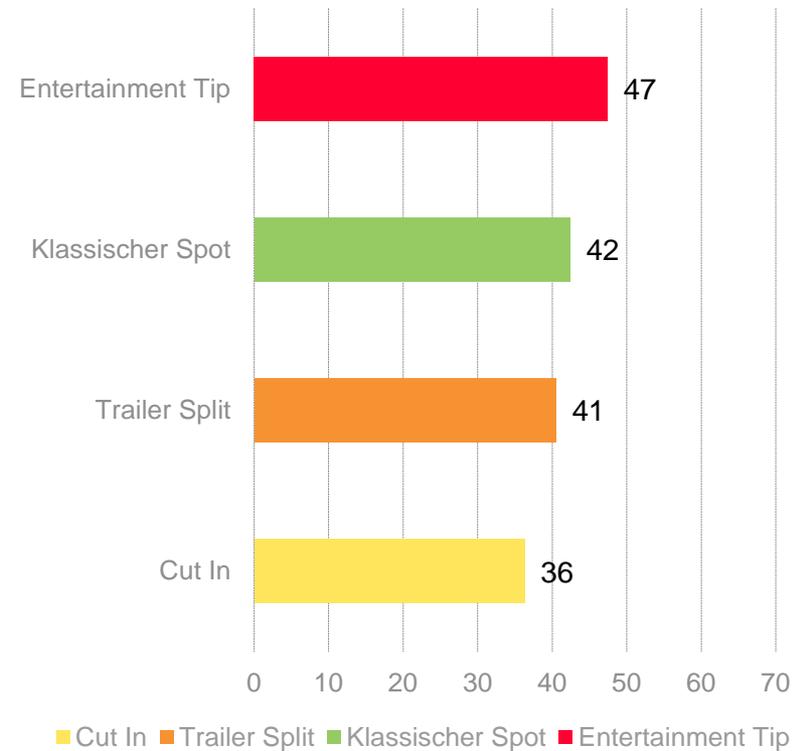


Frage: Können Sie sich erinnern für welche Produkte und Marken geworben wurde?  
Basis: Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahre  
Quelle: SevenOne Media, forsa

# Top-Erinnerungswerte für Entertainment Tip und klassischen Spot



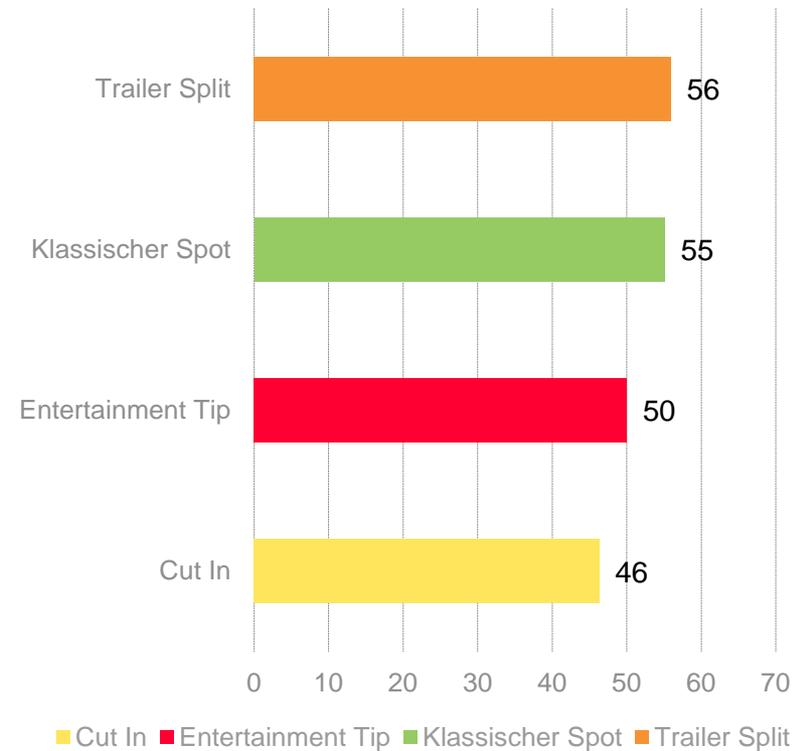
## Gestützte Werbeerinnerung Assassin's Creed 3 Angaben in Prozent



Frage: Können Sie sich daran erinnern, diesen Werbespot gesehen zu haben?  
 Basis: Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahre  
 Quelle: SevenOne Media, forsa



## Bildgestützte Werbeerinnerung Assassin's Creed 3; Angaben in Prozent



Frage: Können Sie sich daran erinnern, diesen Werbespot gesehen zu haben?  
Basis: Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahre  
Quelle: SevenOne Media, forsa

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

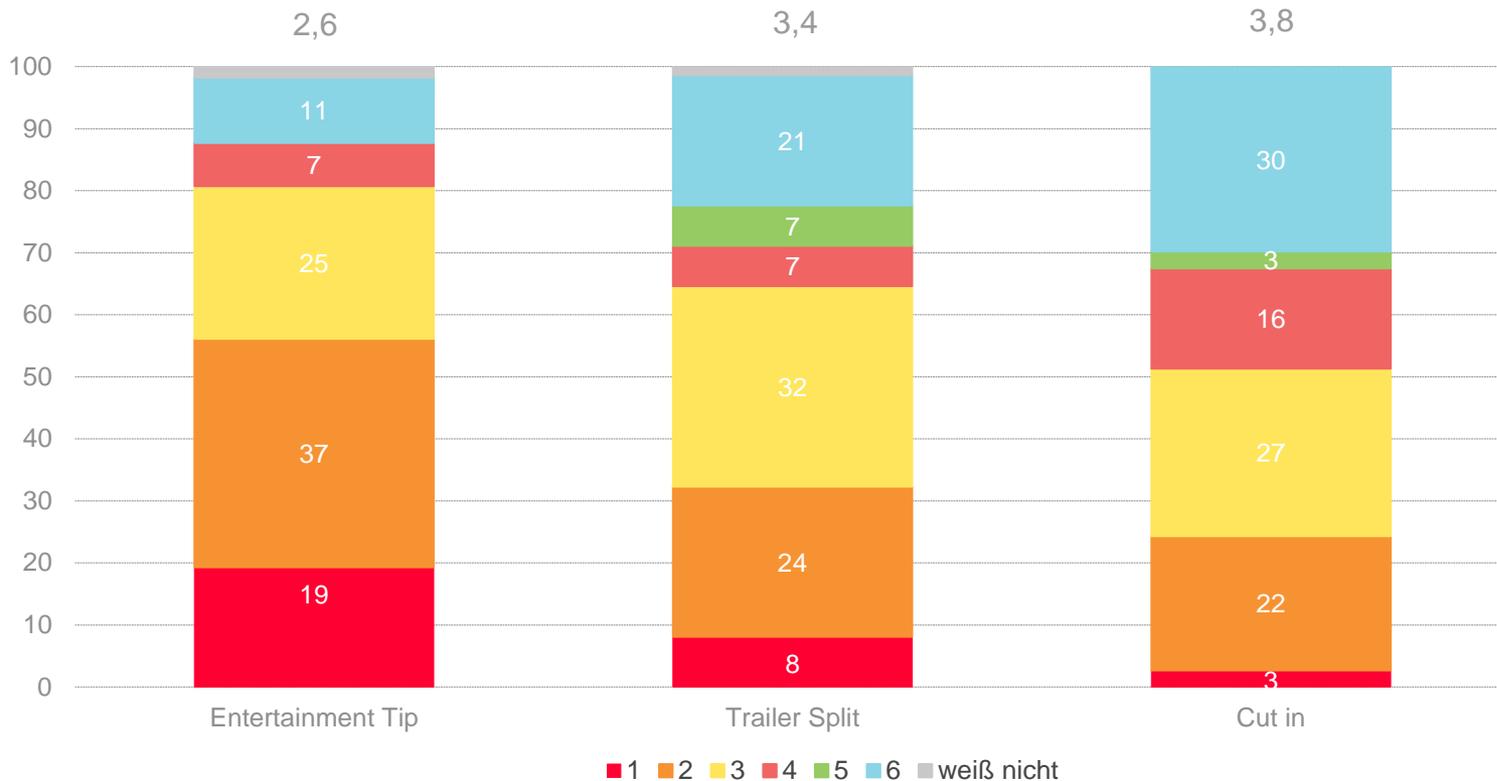
**Bewertung und Image**

---

**Fazit**

## Bewertung der Idee der einzelnen Werbeformen\*

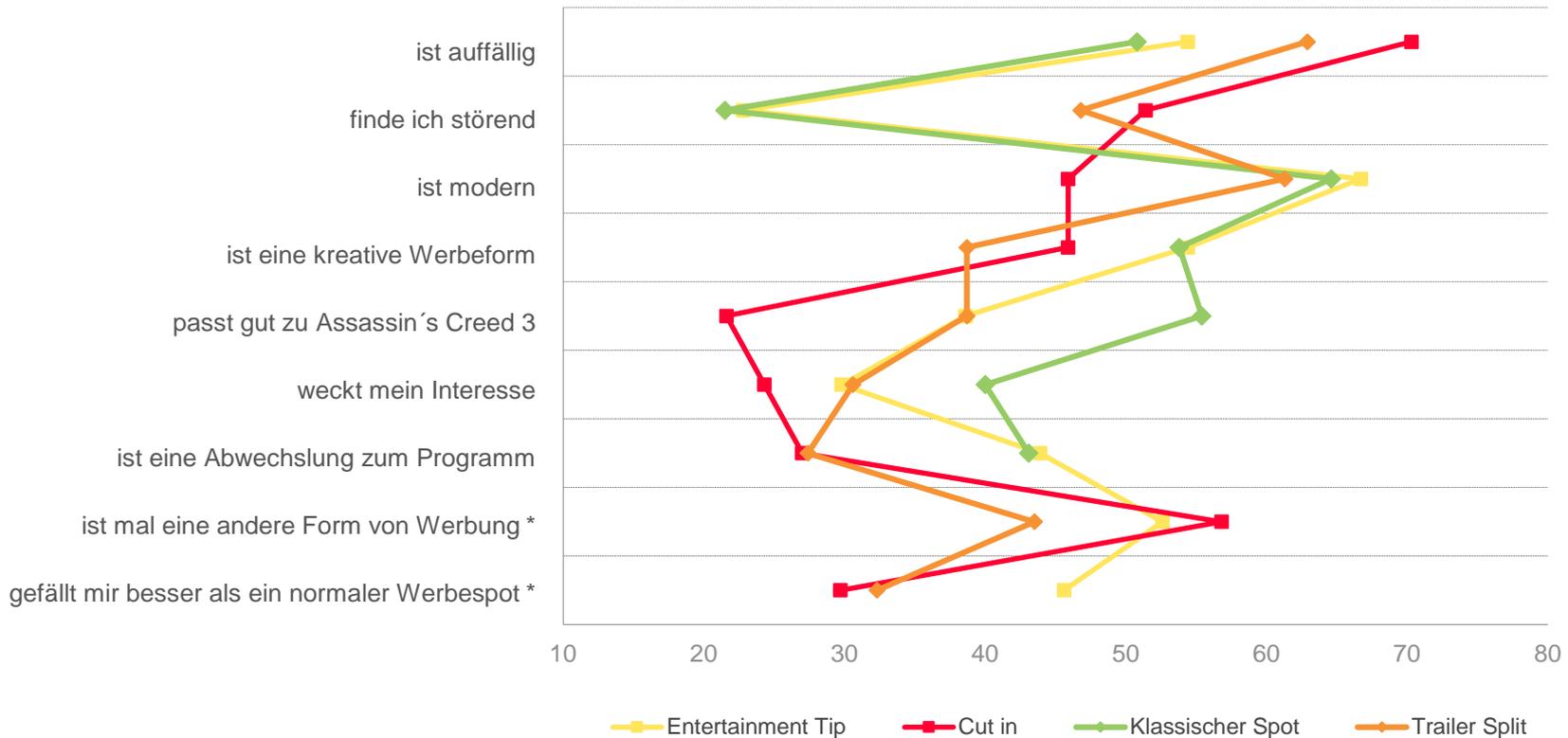
Angaben in Prozent bzw. Mittelwert



Frage: Diese Art von Spot nennt sich .... Wie gefällt Ihnen generell die Idee ...? \*Für klassischen Spot nicht erhoben  
 Basis: Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahre, die sich bildgestützt an den jeweiligen Spot erinnern  
 Quelle: SevenOne Media, forsa

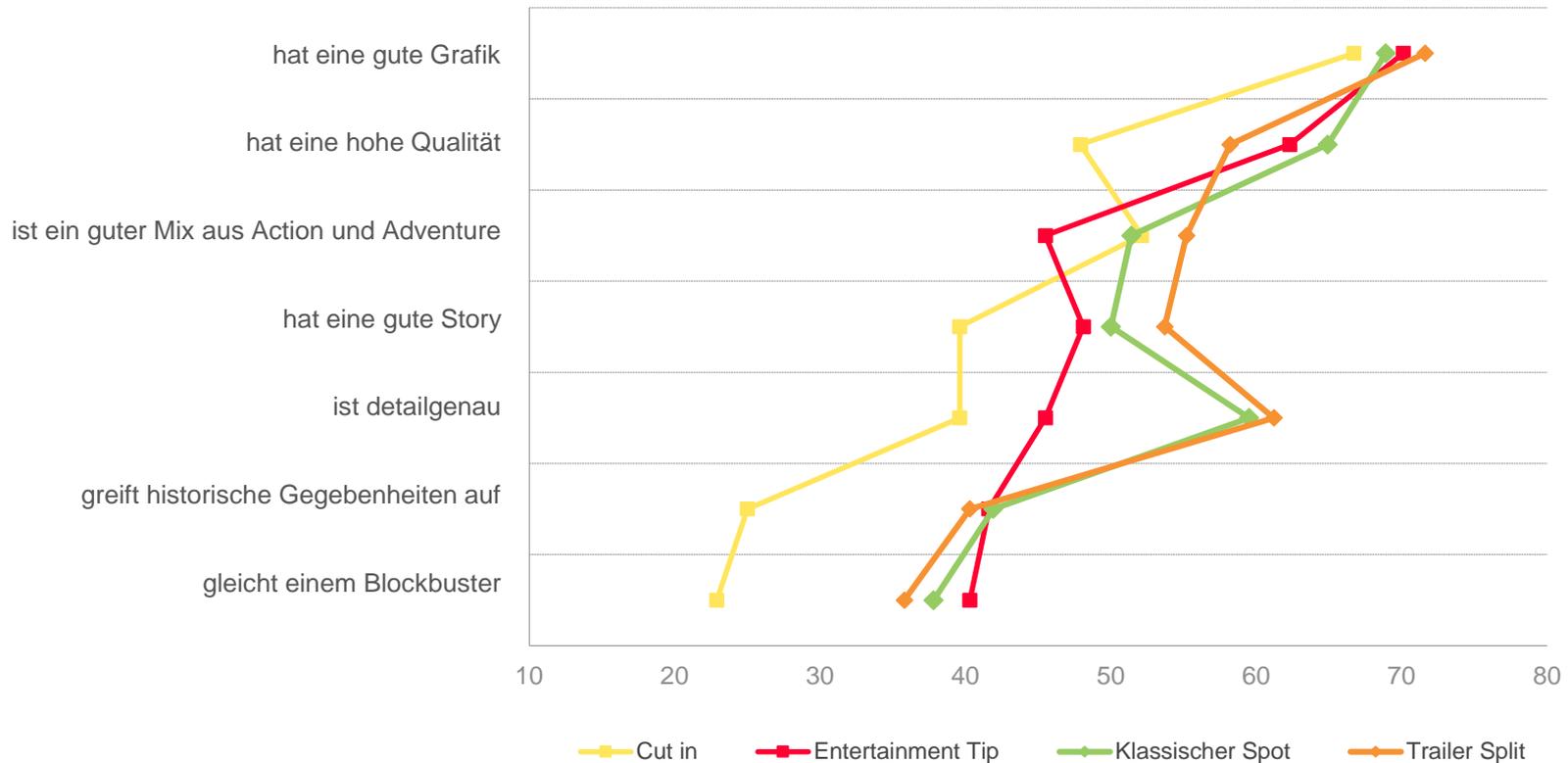
## Spotprofil

Angaben in Prozent (Top Two)



Frage: Diese Art von Werbespot... \* beim klassischen Spot nicht erhoben; 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme voll und ganz zu  
 Basis: Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahre, die sich bildgestützt an den jeweiligen Spot erinnern  
 Quelle: SevenOne Media, forsa

## Image Assassin's Creed 3 Angaben in Prozent (Top Two)



Frage: Assassin's Creed 3...; 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme voll und ganz zu  
 Basis: Deutschsprachige Personen zwischen 16 und 39 Jahre, die Assassin's Creed 3 kennen  
 Quelle: SevenOne Media, forsa

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

---

**Fazit**

## Markenbekanntheit

Über alle Werbeformen hinweg ist Assassin´s Creed 3 – zumindest vom Namen her – sehr bekannt.

## Werbeerinnerung

Auf die Frage, welche Produkte und Marken in den jeweiligen Sendungen geworben haben, nennen insbesondere Seher des Cut in Assassin´s Creed; er sorgt also für die nötige Aufmerksamkeit. Gestützt wird Assassin´s Creed 3 von knapp der Hälfte der Seher des Entertainment Tip sowie des klassischen Spots erinnert. Bildgestützt steigt die Erinnerung nochmals an; vor allem der Trailer Split bleibt bildgestützt gut hängen.

## Bewertung und Image

Unter den Sonderwerbformen schneidet der Entertainment Tip mit Abstand am besten ab. 58 Prozent der Befragten vergeben Bestnoten. Qualitätseigenschaften werden durch alle Werbeformen gut vermittelt, insbesondere scheint der Trailer Split das Augenmerk auf die Detailgenauigkeit zu lenken. Das vergleichende Spotprofil hebt die unterschiedlichen Vorzüge der verschiedenen Werbeformen hervor.

## Fazit

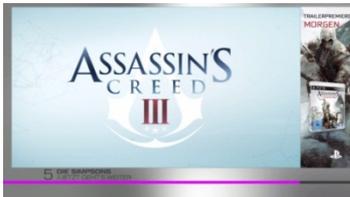
Sonderwerbformen ergänzen den klassischen Spot sehr gut. Jede der hier angewandten Sonderformen hat ihre besondere Stärke. Ein komplementäres Einsetzen mehrerer (Sonder-)Werbeformen verspricht eine möglichst große Erfüllung der gesteckten Kampagnenziele.

## Entertainment Tip



Der Entertainment Tip wird als eine sehr moderne und kreative Werbeform wahrgenommen. Dies kompensiert die geringere Aufmerksamkeitsstärke des Entertainment Tip. Im Zusammenspiel mit dem Sender wirkt der Entertainment Tip außerdem sehr glaubwürdig. Insgesamt ist die Akzeptanz des Entertainment Tip sehr hoch.

## Trailer Split



Modernität, Andersartigkeit und Auffälligkeit zeichnen den Trailer Split aus. Er ist gut dafür geeignet, das Markenimage aufzuwerten.

## Cut in



Der Cut in ist vor allem aufmerksamkeitsstark und fördert die spontane Erinnerung. Auch die Andersartigkeit im Vergleich zu anderen Werbeformen wird in hohem Maße wahrgenommen.

# Onsite-Befragung

Wirkung der Onlinekampagne

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Fazit**

---

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsstichprobe über AdServer
<b>Stichprobe</b>	n = 1.074
<b>Befragungszeitraum</b>	18. Oktober – 11. November 2012
<b>Inhalte</b>	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Werbemedien, Spotbewertung, Fitting, Kaufbereitschaft, Markenprofil
<b>Auswertung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- nach Soziodemographie</li><li>- nach Mediennutzung (Heavy User: Personen, die an mind. 3 von 7 Tagen fernsehen, eine Netzwerkseite sowie mobiles Internet nutzen)</li><li>- nach gemessenem Online-Kontakt mit der Kampagne</li><li>- nach Messzeitpunkt (Null- vs. Hauptmessung)</li></ul>

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

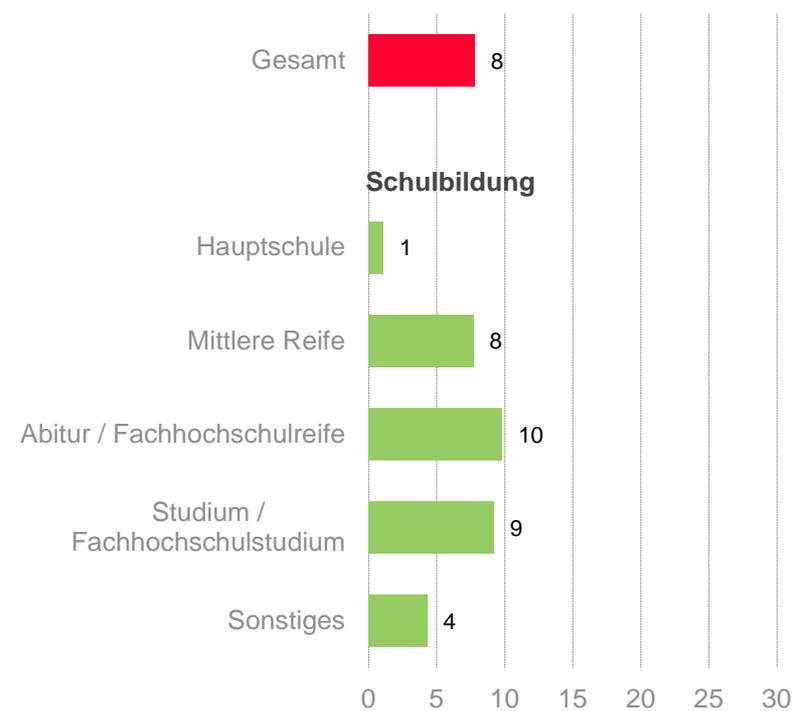
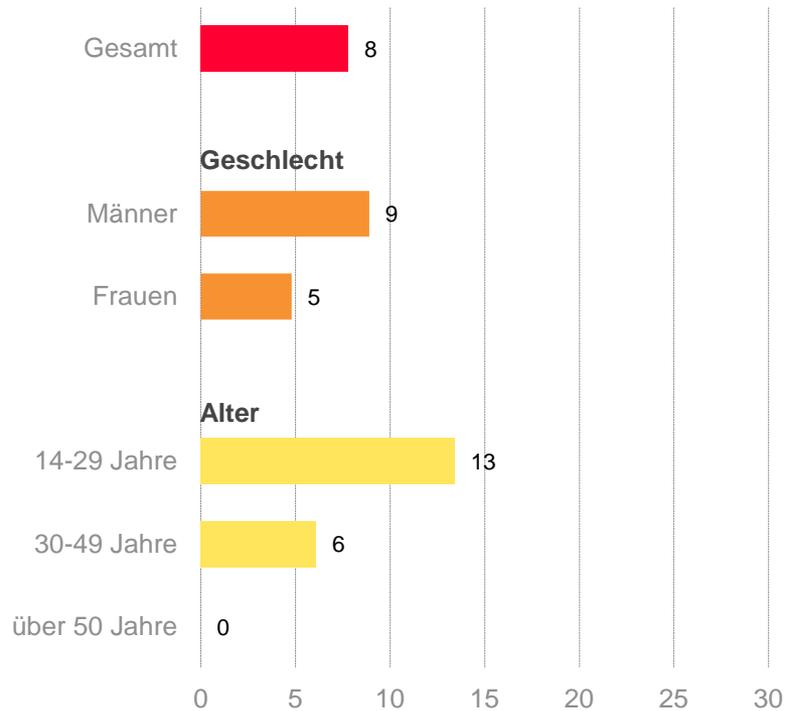
---

**Kaufbereitschaft**

---

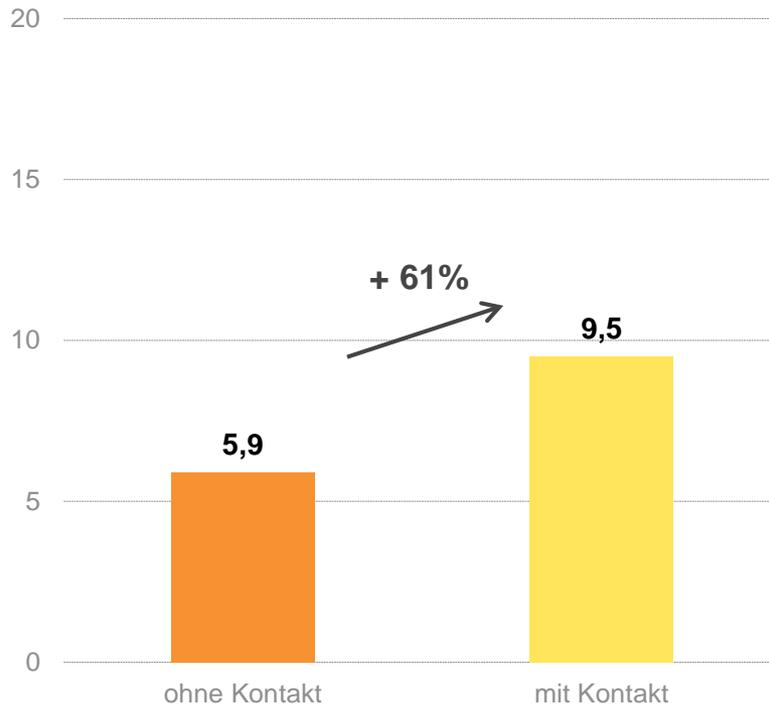
**Fazit**

## Ungestützte Markenbekanntheit Assassin's Creed 3 nach Zielgruppen Angaben in Prozent

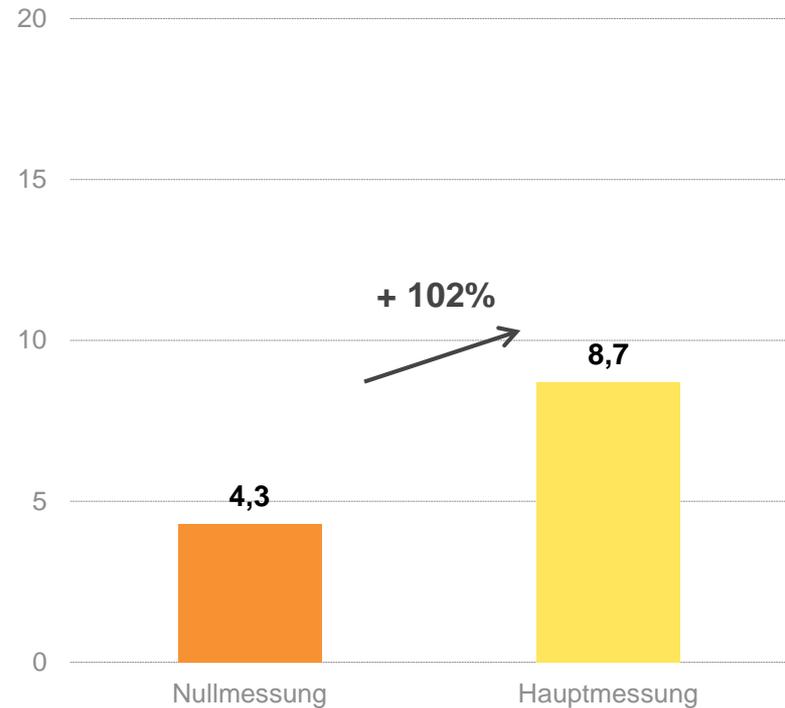


Frage: Welche (actionreichen) Computer- und Konsolenspiele kennen Sie?  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de  
Quelle: SevenOne Media

## Ungestützte Markenbekanntheit nach Online-Kontakten; Angaben in Prozent

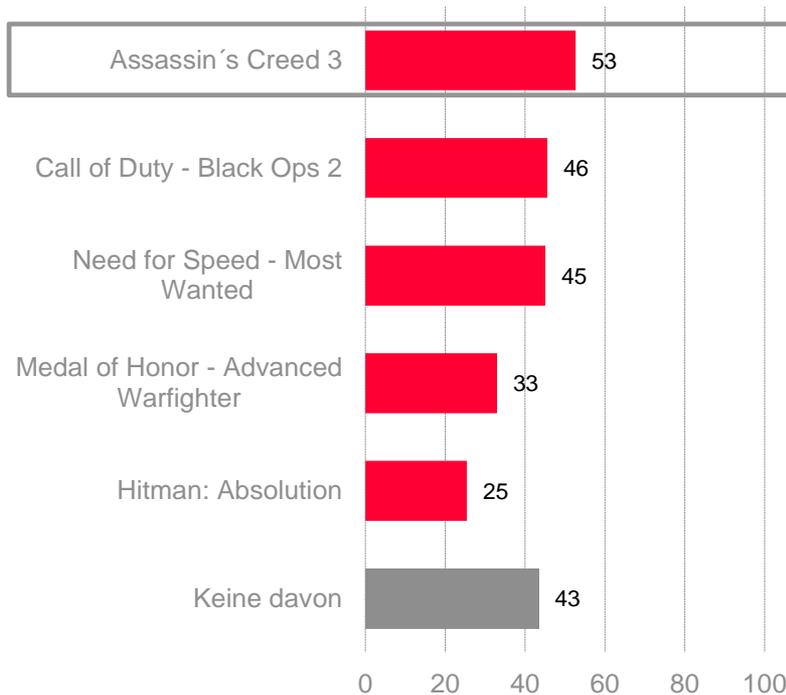


## Ungestützte Markenbekanntheit im Zeitverlauf; Angaben in Prozent



Frage: Welche (actionreichen) Computer- und Konsolenspiele kennen Sie?  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de  
Quelle: SevenOne Media

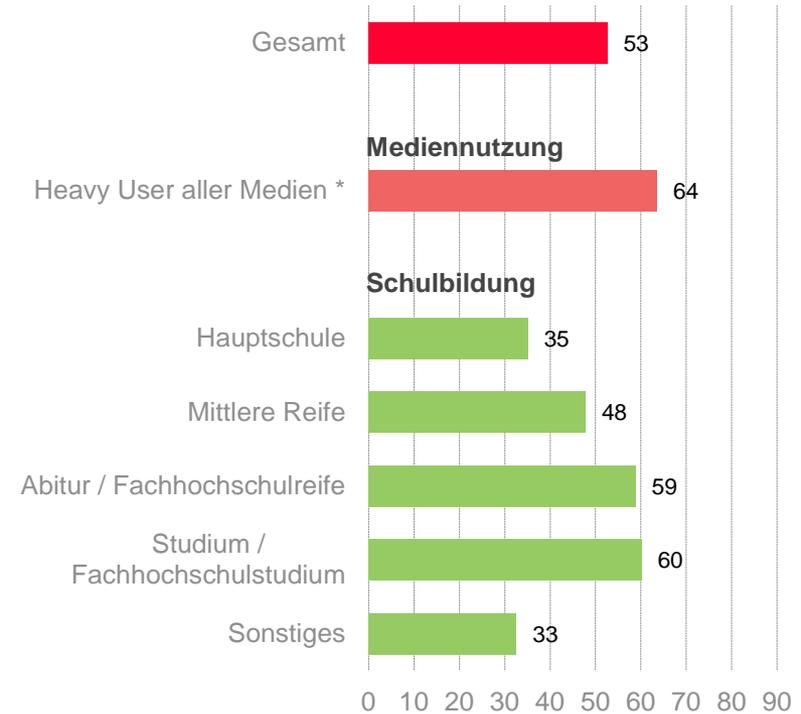
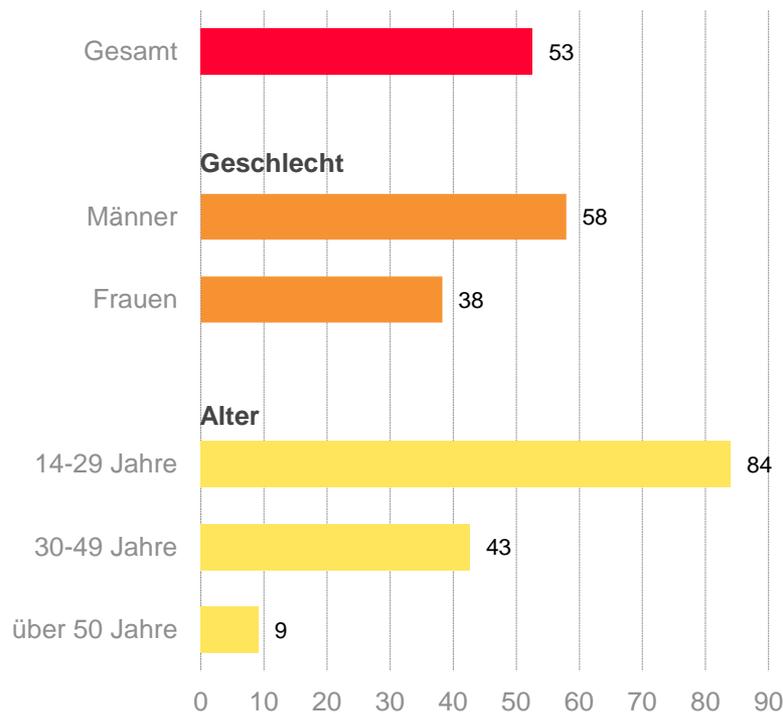
## Gestützte Markenbekanntheit Spiele Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, von denen Sie schon gehört haben...  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabel eins.de, MyVideo.de  
Quelle: SevenOne Media

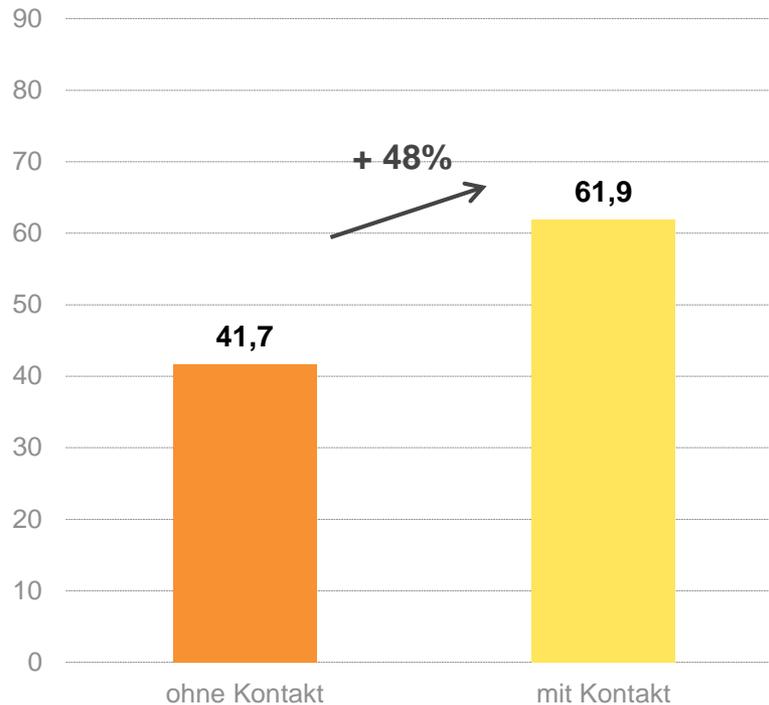
# Höchste gestützte Bekanntheit bei Männern und Jüngeren

## Gestützte Markenbekanntheit Assassin's Creed 3 nach Zielgruppen Angaben in Prozent

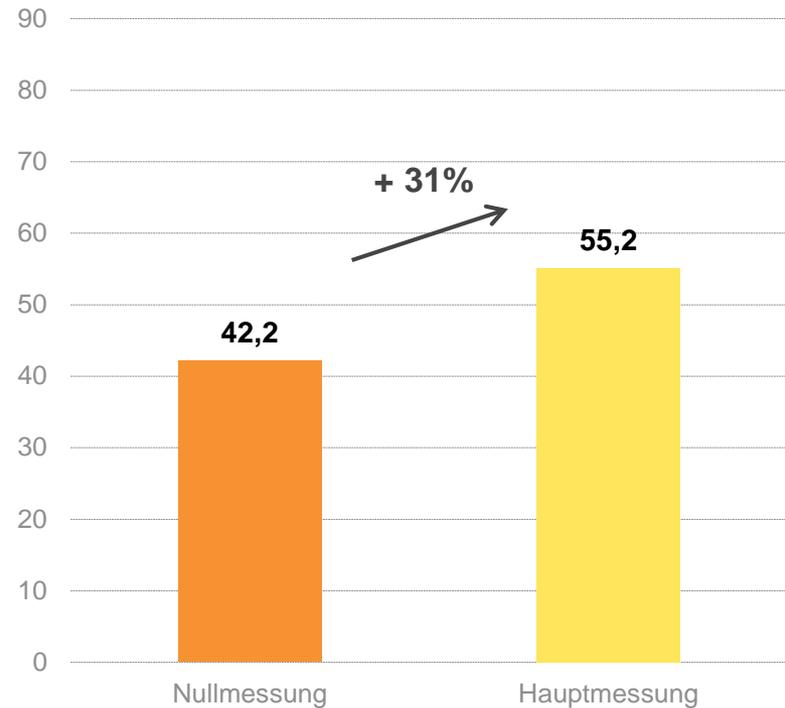


Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, von denen Sie schon gehört haben...  
 Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de  
 Quelle: SevenOne Media; \* Heavy User: Personen, die an mind. 3 von 7 Tagen fernsehen, eine Netzwerkseite im Internet und mobiles Internet nutzen

## Gestützte Markenbekanntheit nach Online-Kontakten; Angaben in Prozent



## Gestützte Markenbekanntheit im Zeitverlauf Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, von denen Sie schon gehört haben...  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de  
Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

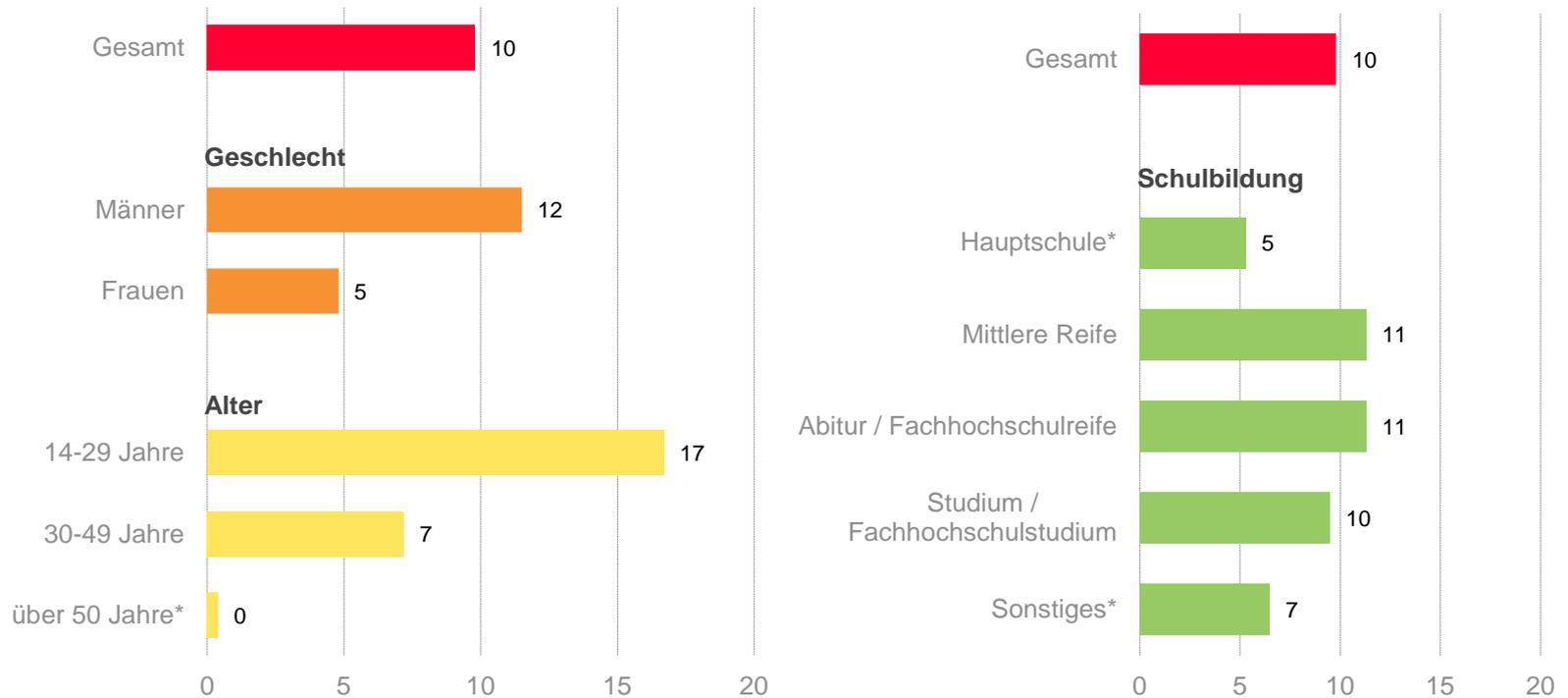
---

**Kaufbereitschaft**

---

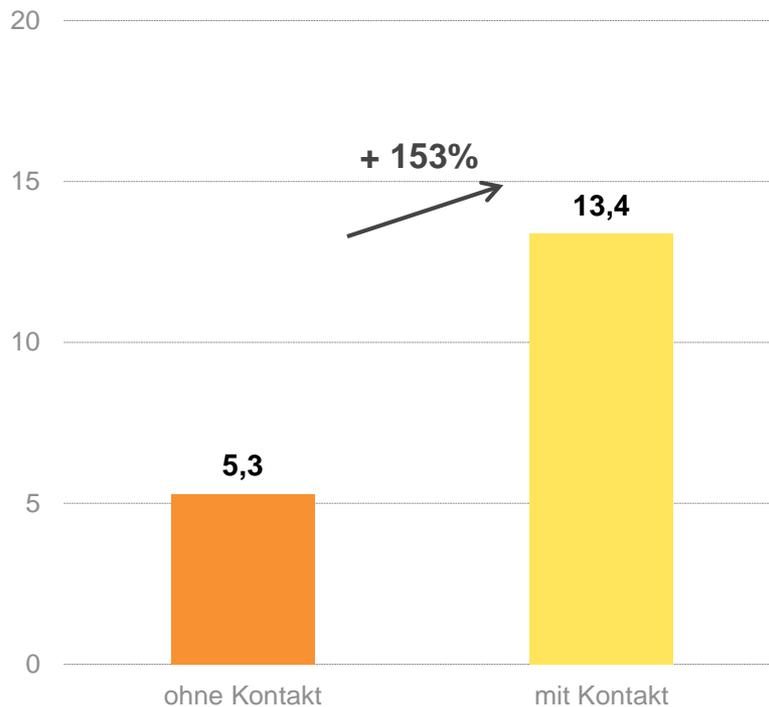
**Fazit**

## Ungestützte Werbeerinnerung Assassin's Creed 3 nach Zielgruppen Angaben in Prozent

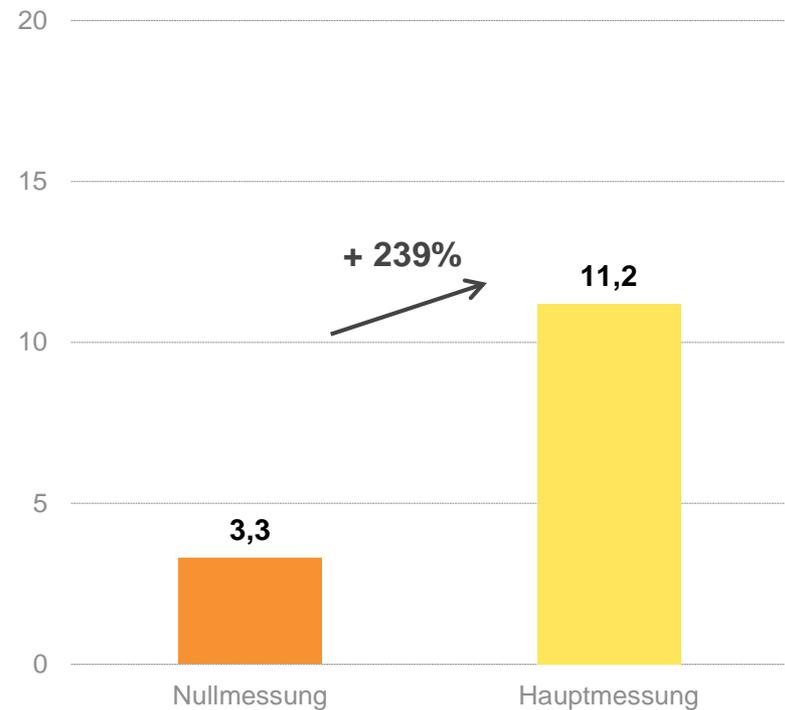


Frage: Und von welchen (actionreichen) Computer- oder Konsolenspielen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen?  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de; \* geringe Fallzahl  
Quelle: SevenOne Media

## Ungestützte Werbeerinnerung nach Online-Kontakten; Angaben in Prozent

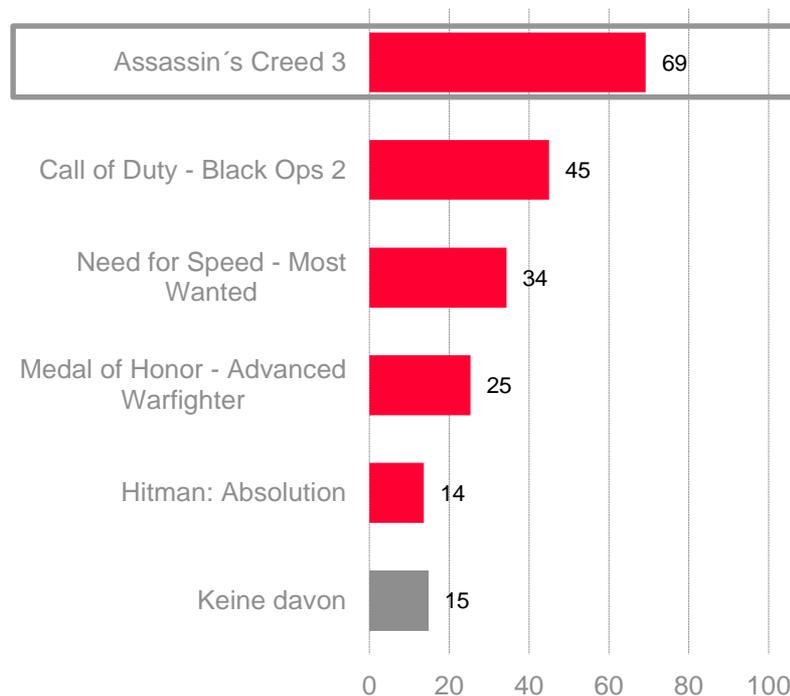


## Ungestützte Werbeerinnerung im Zeitverlauf; Angaben in Prozent



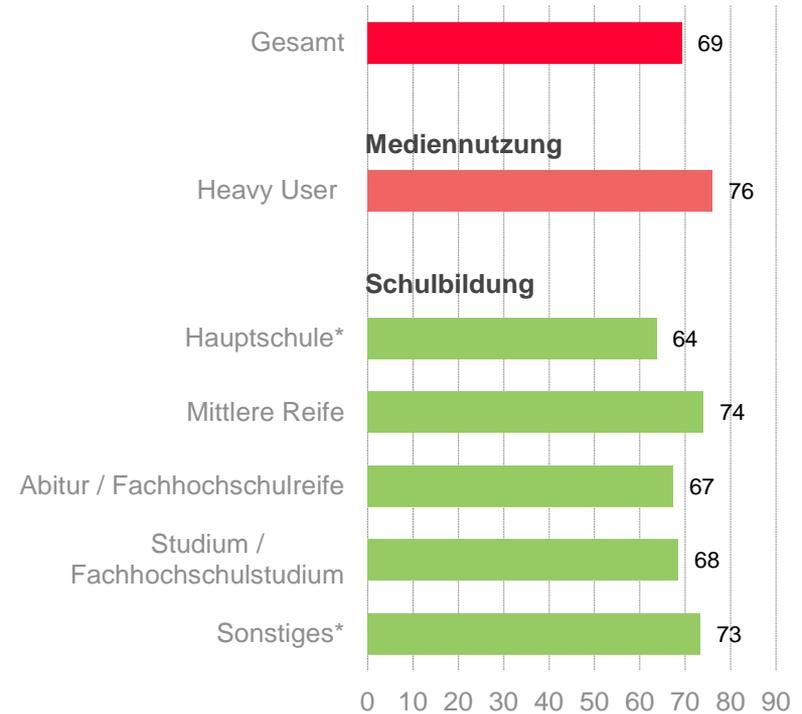
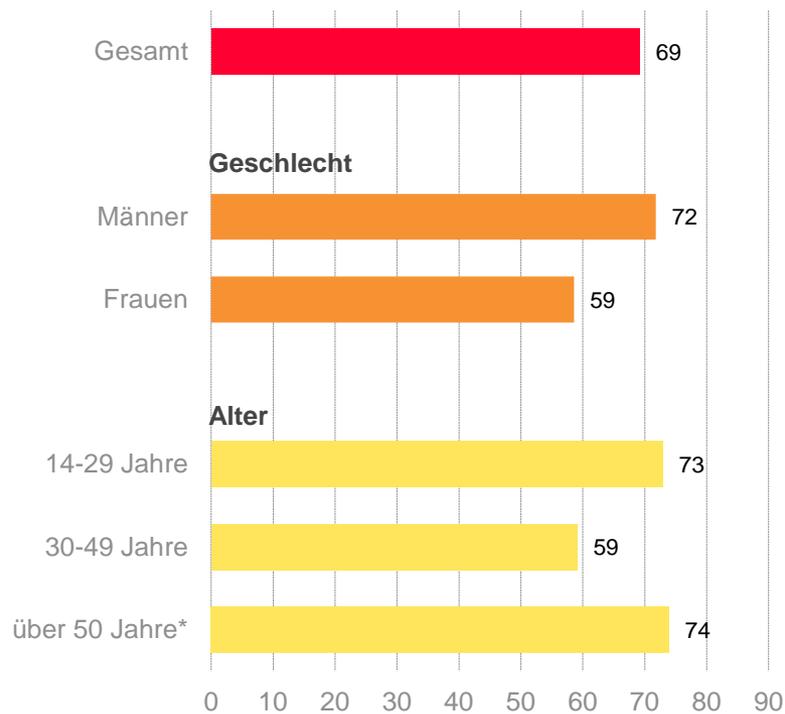
Frage: Und von welchen (actionreichen) Computer- oder Konsolenspielen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen?  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de  
Quelle: SevenOne Media

## Gestützte Werbeerinnerung Spiele Angaben in Prozent



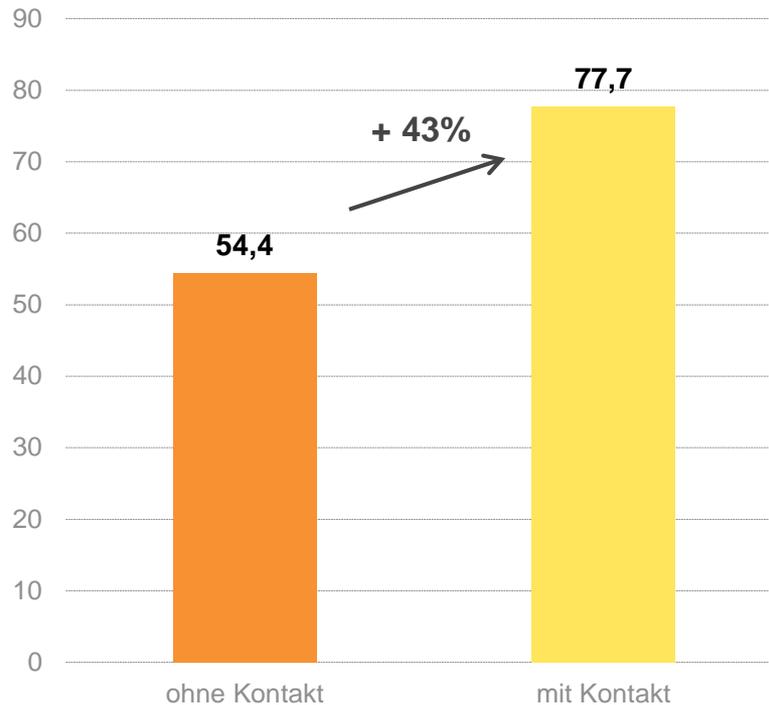
Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, für die Sie in letzter Zeit Werbung gesehen haben...  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die das jeweilige Spiel kennen  
Quelle: SevenOne Media

## Gestützte Werbeerinnerung Assassin´s Creed 3 nach Zielgruppen Angaben in Prozent

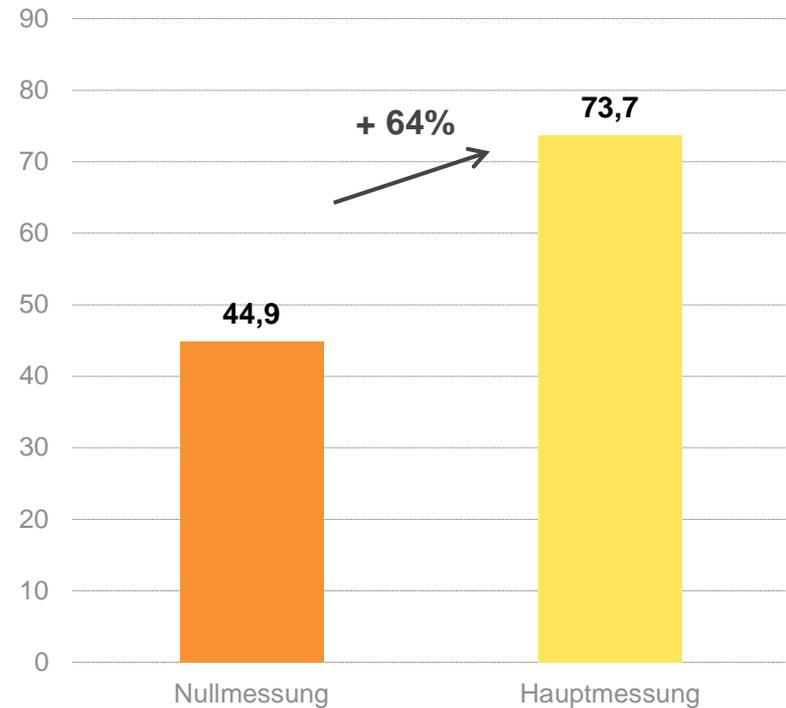


Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, für die Sie in letzter Zeit Werbung gesehen haben...  
 Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die das jeweilige Spiel kennen; \* geringe Fallzahl  
 Quelle: SevenOne Media

## Gestützte Werbeerinnerung nach Online-Kontakten; Angaben in Prozent



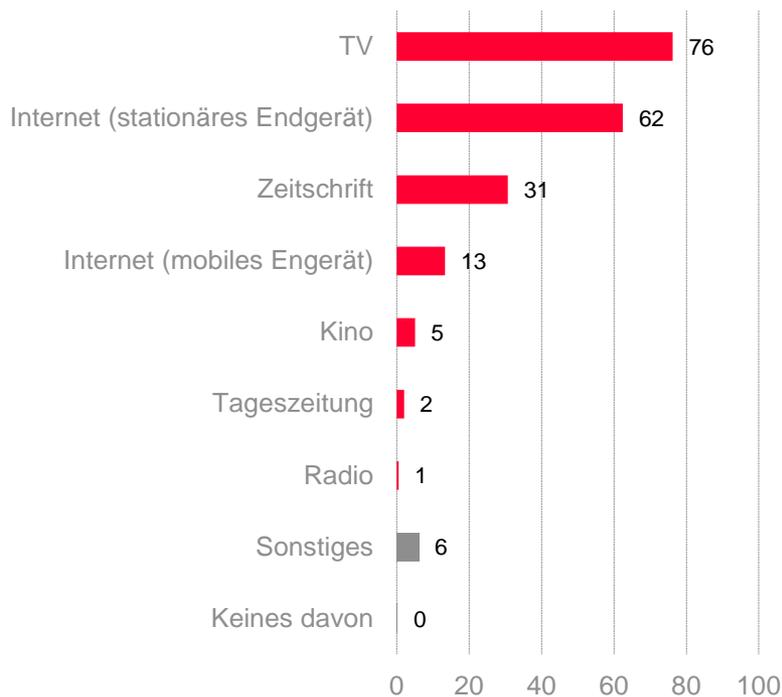
## Gestützte Werbeerinnerung im Zeitverlauf; Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, für die Sie in letzter Zeit Werbung gesehen haben...  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die das jeweilige Spiel kennen  
Quelle: SevenOne Media

## Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie die Werbung für Assassin's Creed 3 gesehen, gehört oder gelesen haben? Kreuzen Sie bitte alle zutreffenden Medien an.  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die sich gestützt an Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern  
Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

---

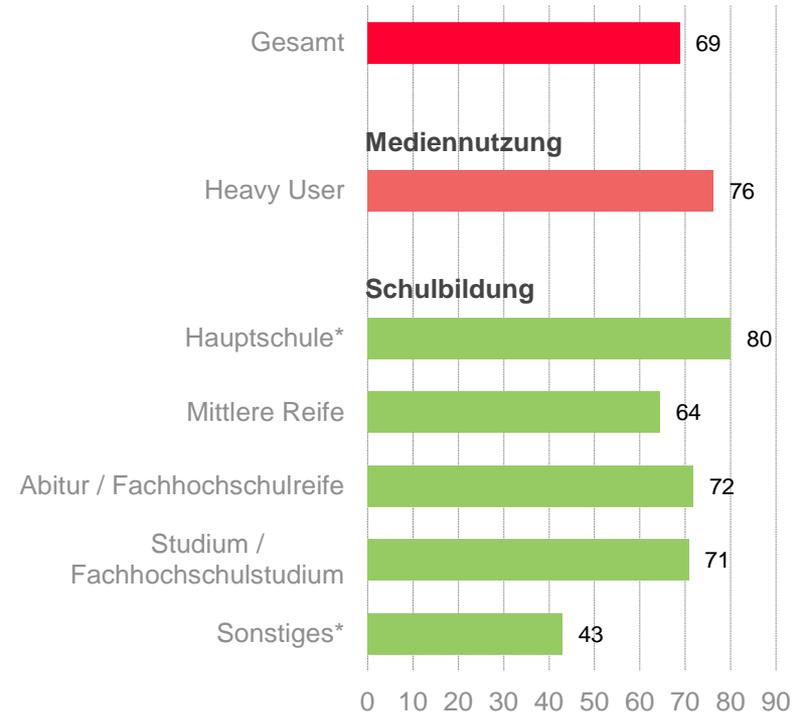
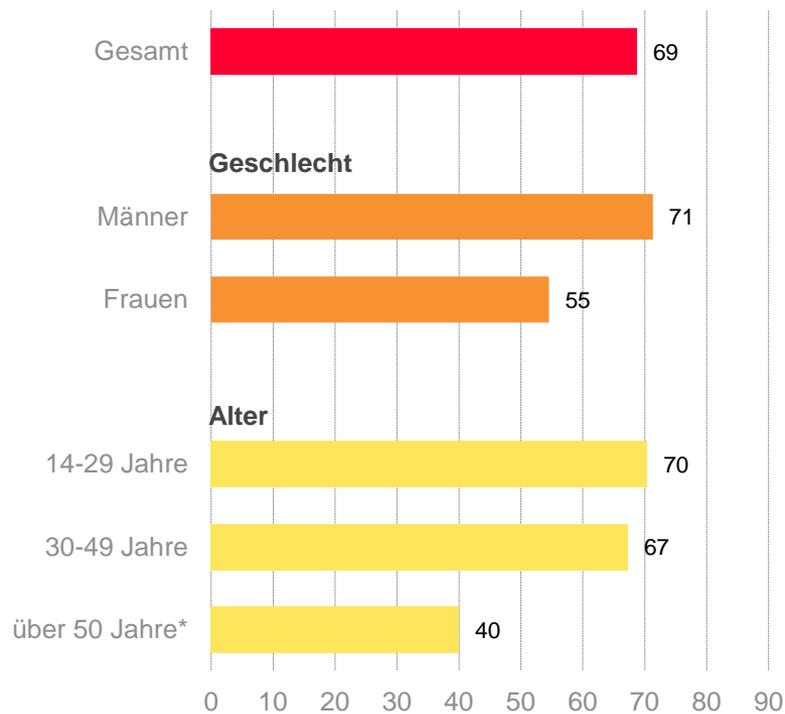
**Kaufbereitschaft**

---

**Fazit**

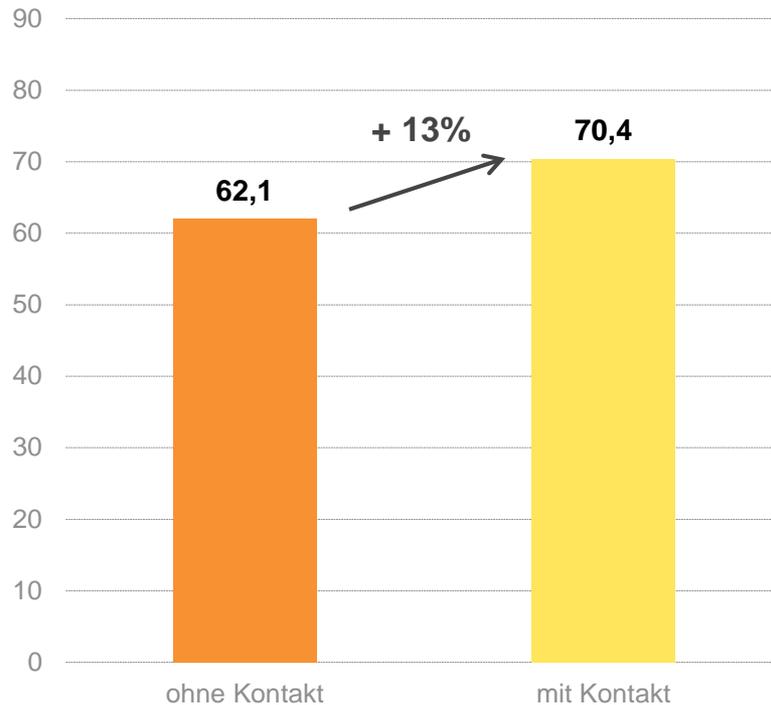
# Männer und Jüngere finden den Spot besonders gelungen

## Spotbewertung Assassin's Creed 3 nach Zielgruppen Angaben in Prozent (TopTwo)



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, für die Sie in letzter Zeit Werbung gesehen haben...  
 Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern; \* geringe Fallzahl  
 Quelle: SevenOne Media; 1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht (Schulnoten)

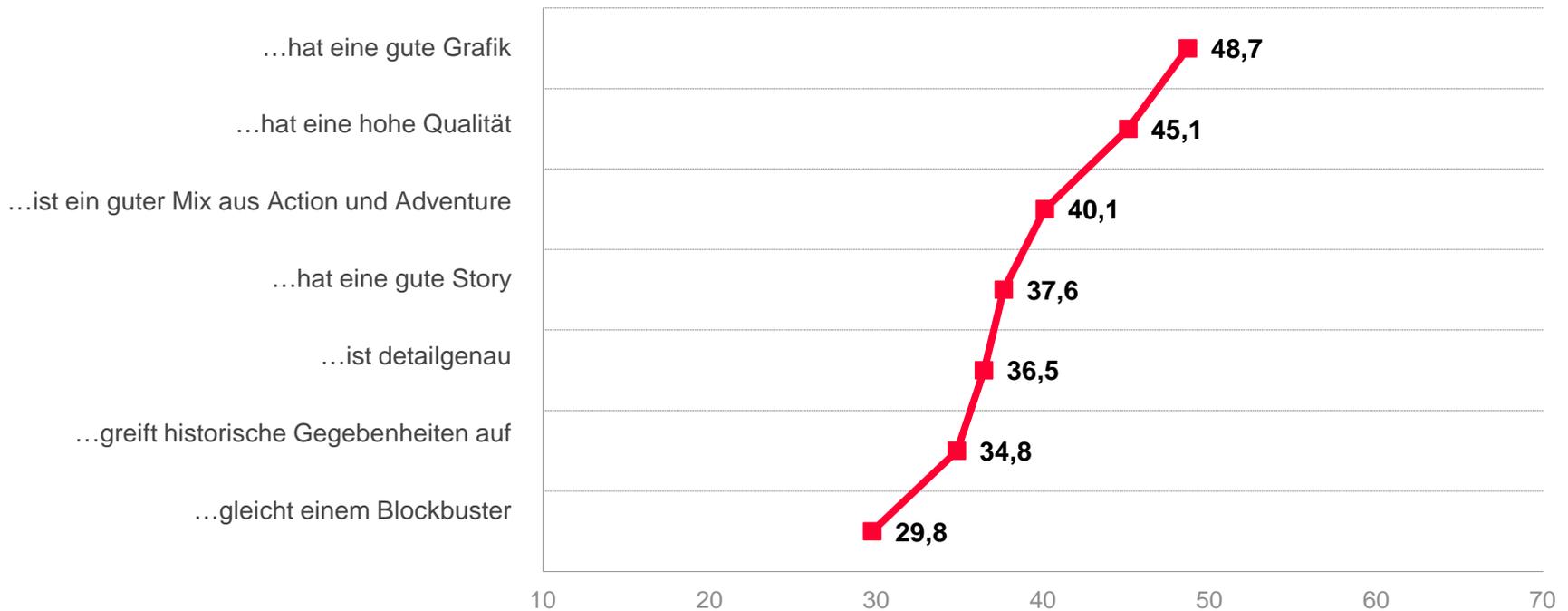
## Spotbewertung nach Online-Kontakten Angaben in Prozent (TopTwo)



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von (actionreichen) Computer- und Konsolenspielen. Bitte kreuzen Sie alle Spiele an, für die Sie in letzter Zeit Werbung gesehen haben...  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern ; 1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht (Schulnoten)  
Quelle: SevenOne Media

## Markenprofil: Assassin's Creed 3...

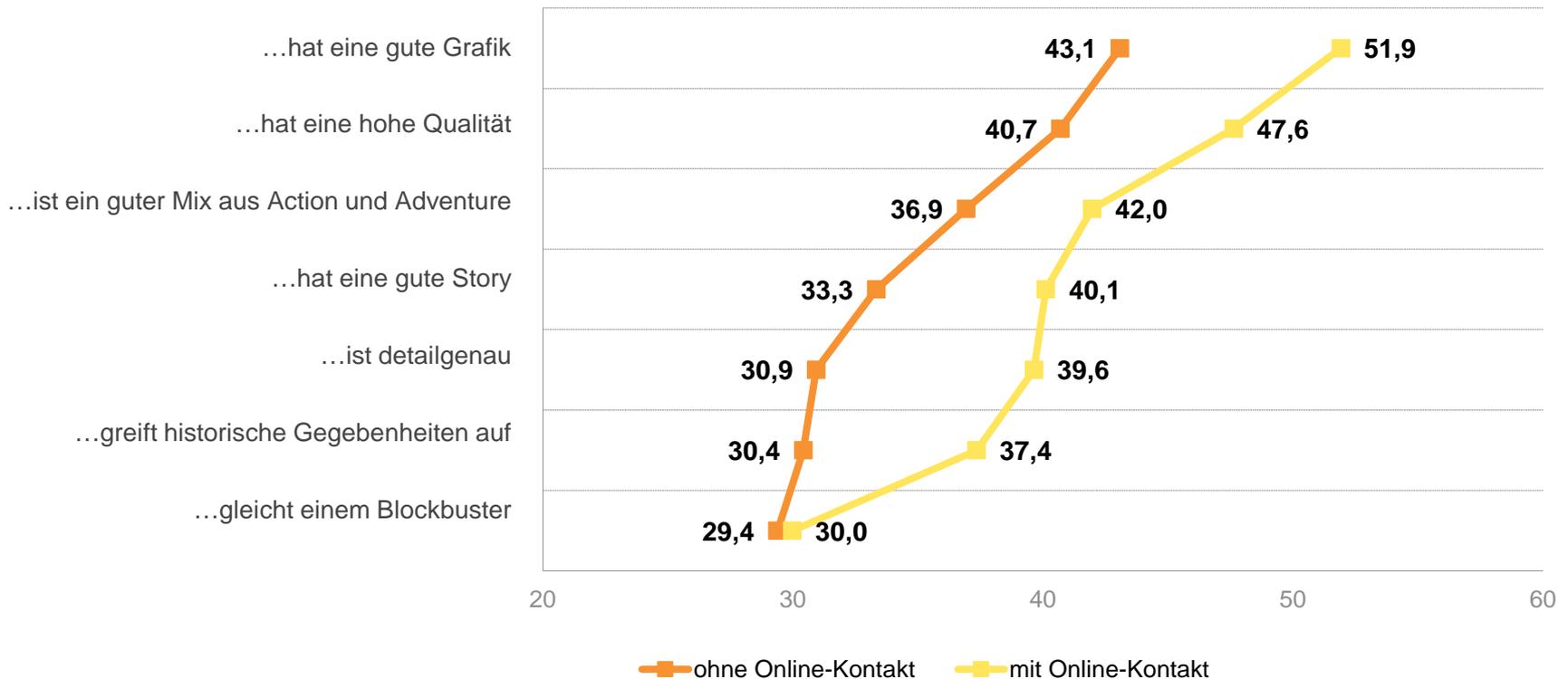
Angaben in Prozent (TopTwo: stimme voll und ganz / eher zu)



Frage: ...Geben Sie bitte jeweils an, inwieweit jede dieser Aussagen auf Assassin's Creed 3 zutrifft. 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme voll und ganz zu  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern  
Quelle: SevenOne Media

## Markenprofil nach Online-Kontakten: Assassin's Creed 3...

Angaben in Prozent (TopTwo: stimme voll und ganz / eher zu)

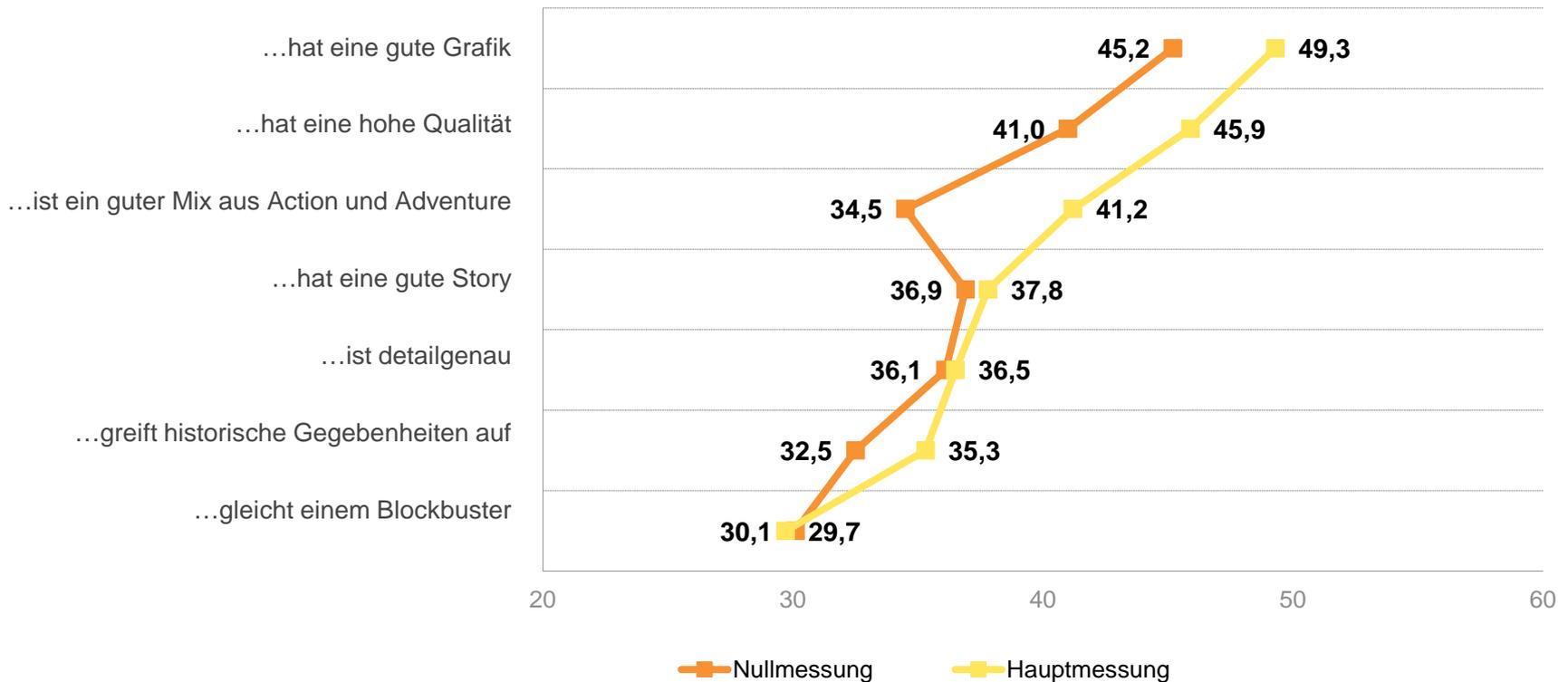


Frage: ...Geben Sie bitte jeweils an, inwieweit jede dieser Aussagen auf Assassin's Creed 3 zutrifft. 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme voll und ganz zu  
 Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern  
 Quelle: SevenOne Media

# Online-Kampagne beeinflusst die Wahrnehmung des Spiels positiv

## Markenprofil nach Messzeitpunkt: Assassin's Creed 3...

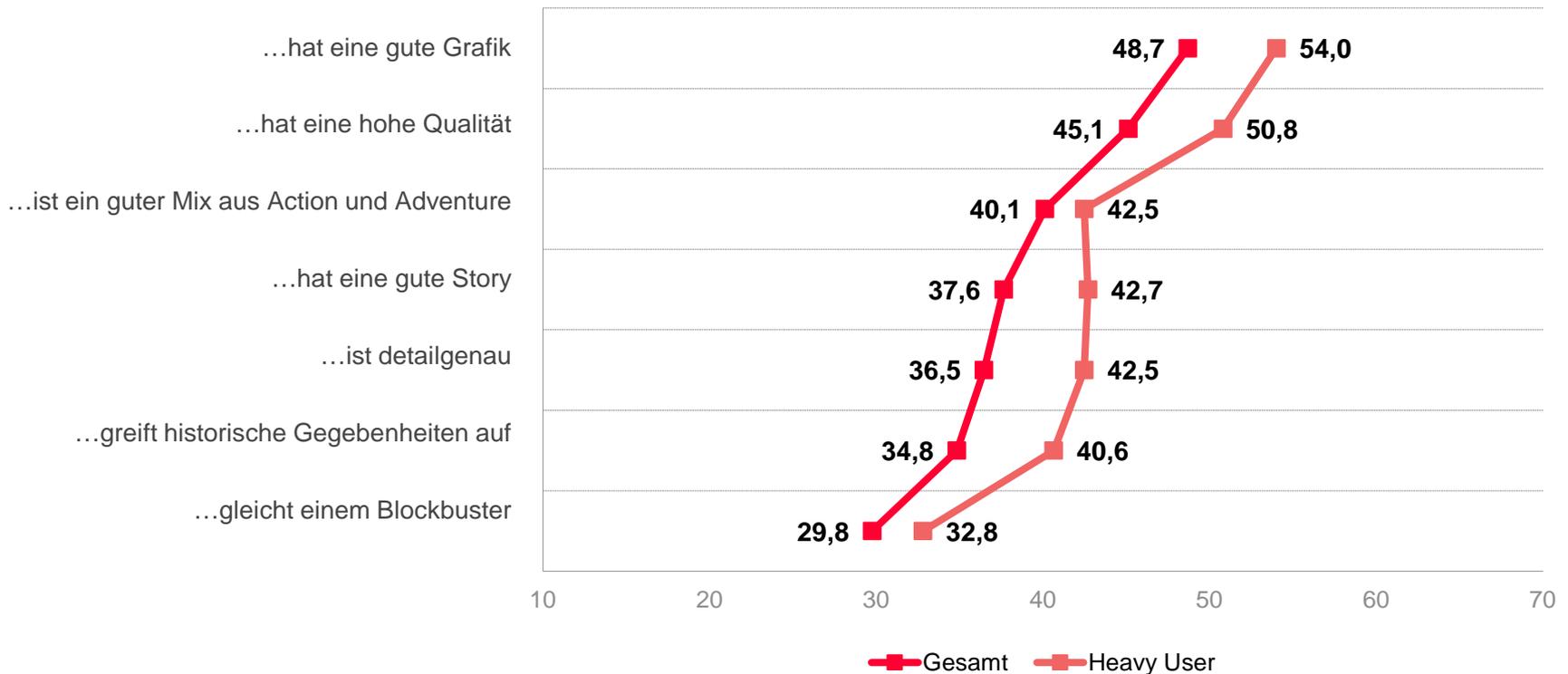
Angaben in Prozent (TopTwo: stimme voll und ganz / eher zu)



Frage: ...Geben Sie bitte jeweils an, inwieweit jede dieser Aussagen auf Assassin's Creed 3 zutrifft. 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme voll und ganz zu  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern  
Quelle: SevenOne Media

## Markenprofil nach Mediennutzung: Assassin's Creed 3...

Angaben in Prozent (TopTwo: stimme voll und ganz / eher zu)



Frage: ...Geben Sie bitte jeweils an, inwieweit jede dieser Aussagen auf Assassin's Creed 3 zutrifft. 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme voll und ganz zu  
 Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern  
 Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

---

**Kaufbereitschaft**

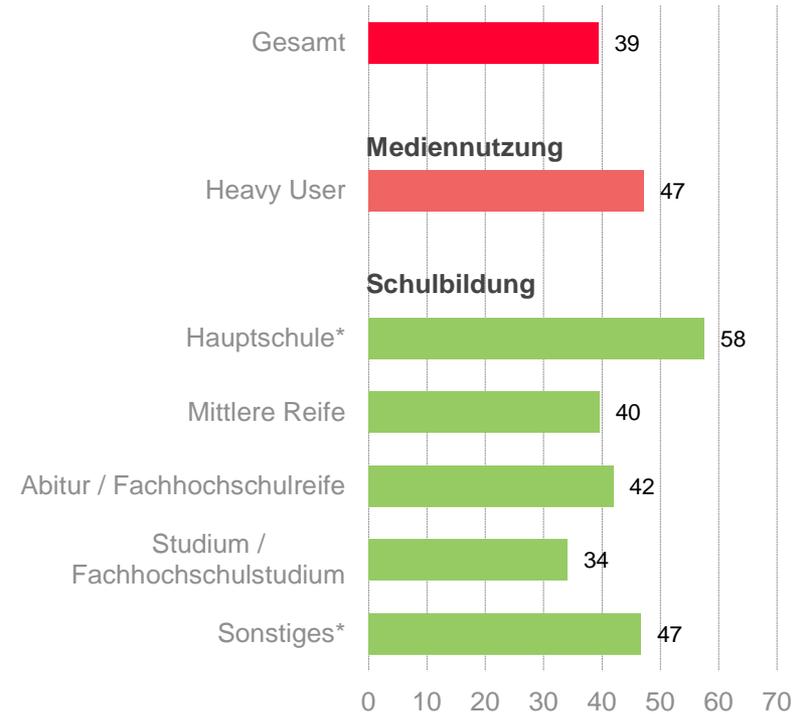
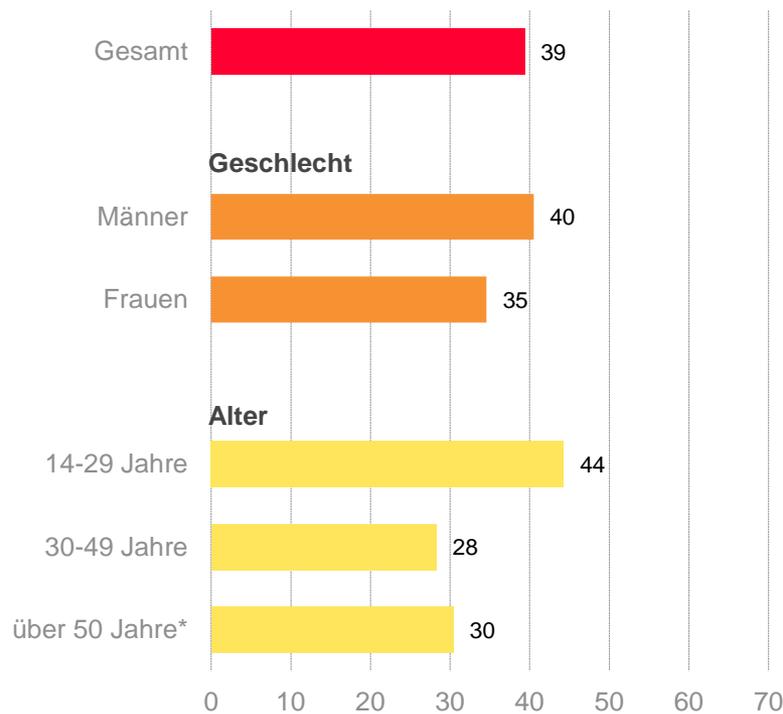
---

**Fazit**

# Höchste Kaufbereitschaft bei Jungen stark kontaktierten

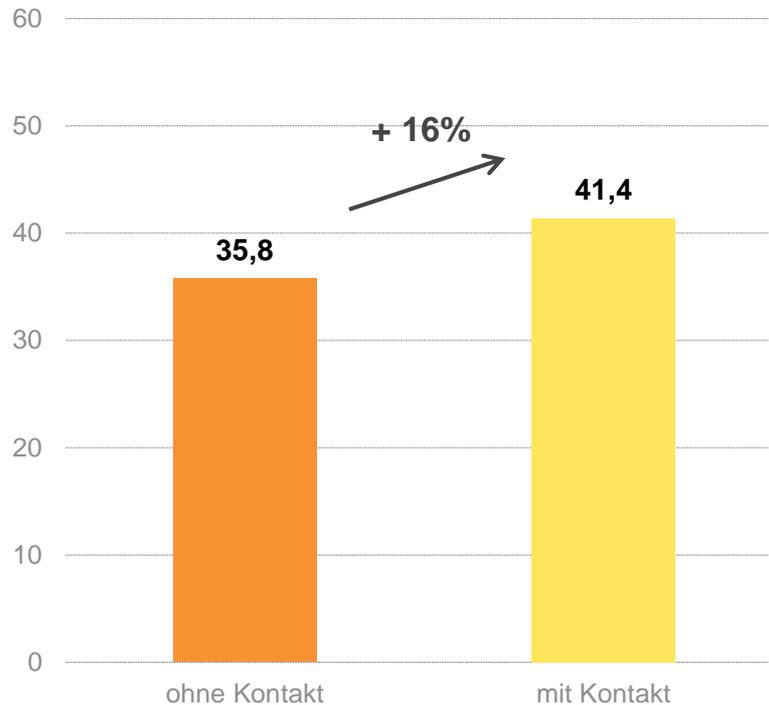
## Kaufbereitschaft Assassin's Creed 3 nach Zielgruppen

Angaben in Prozent (TopTwo: bestimmt kaufen / wahrscheinlich kaufen)

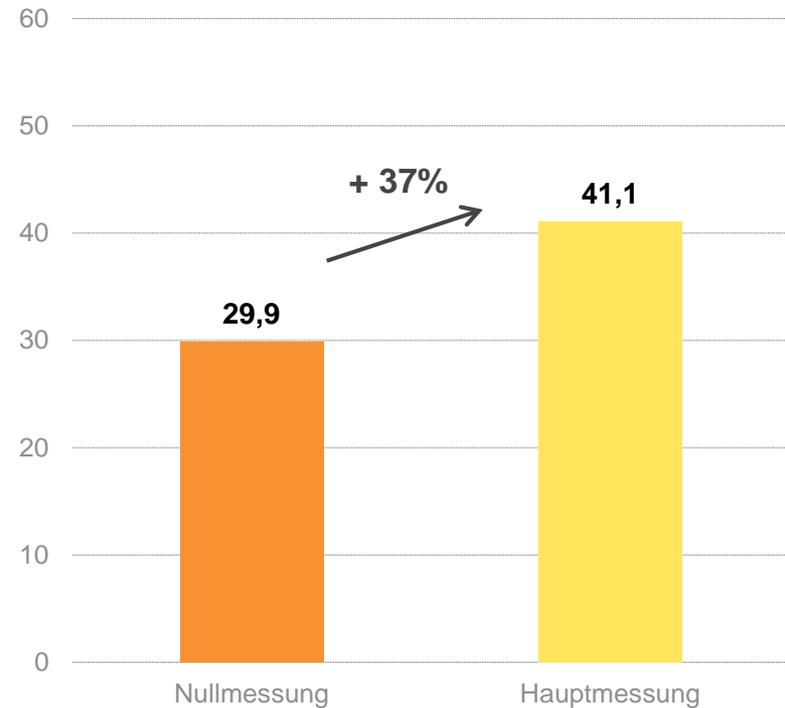


Frage: Stufen Sie bitte mit Hilfe dieser Skala ab, wie groß die Wahrscheinlichkeit ist, dass Sie dieses Produkt kaufen würden.  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern; \* geringe Fallzahl  
Quelle: SevenOne Media

## Kaufbereitschaft nach Online-Kontakten Angaben in Prozent (Top Two)



## Kaufbereitschaft im Zeitverlauf Angaben in Prozent (Top Two)



Frage: Stufen Sie bitte mit Hilfe dieser Skala ab, wie groß die Wahrscheinlichkeit ist, dass Sie dieses Produkt kaufen würden.  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, MyVideo.de, die Werbung für Assassin's Creed 3 erinnern  
Quelle: SevenOne Media

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Bewertung und Image**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Fazit**

## **Markenbekanntheit**

Mehr als die Hälfte der Befragten kennt Assassin´s Creed 3. Vor allem Männer und Jüngere geben an, das Spiel (zumindest vom Namen her) zu kennen. Auch Personen, die alle Medien (TV, Internet, Mobile) häufig nutzen, kennen das Spiel häufiger. Assassin´s Creed 3 ist damit das bekannteste aller abgefragten Spiele.

## **Werbeerinnerung**

69 Prozent geben an, sich an Werbung für Assassin´s Creed 3 zu erinnern. Vor allem Männer erinnern sich in hohem Maße an die Werbung. Die Online-Kampagne greift, denn Personen mit Online-Kontakten erinnern die Werbung viel stärker als Personen ohne Kontakt. Auch das Mediennutzungsverhalten beeinflusst die Werbeerinnerung.

## **Bewertung und Image**

Der Spot kommt bei den Befragten gut an: 69 Prozent vergeben Top-Noten. Wieder sind es vor allem Jüngere, Männer und Personen mit Online-Kontakt, denen der Spot besonders gut gefällt. Vor allem die gute Grafik und die hohe Qualitätsanmutung zeichnen Assassin´s Creed 3 aus. Personen mit Online-Kampagnenkontakt nehmen das Spiel besonders positiv wahr.

## **Kaufbereitschaft**

Mehr als ein Drittel gibt an, sich das Produkt (wahrscheinlich) kaufen zu wollen. Unter den potentiellen Käufern finden sich vor allem Männer, Personen mit Online-Kontakt und Heavy User aller Medien.

## **Fazit**

Die Online-Kampagne zieht starke Steigerungen in allen relevanten Werbewirkungsindikatoren nach sich.

---

**Olaf Schlesiger**  
Senior Research Manager

SevenOne Media  
Betastr. 10i  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89/9507-42 34  
Fax +49 (0) 89/9507-942 34  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)  
[olaf.schlesiger@sevenonemedia.de](mailto:olaf.schlesiger@sevenonemedia.de)

---

**Sandra Altenburg**  
Research Manager

SevenOne Media  
Betastr. 10i  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89/9507-41 83  
Fax +49 (0) 89/9507-941 83  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)  
[sandra.altenburg@sevenonemedia.de](mailto:sandra.altenburg@sevenonemedia.de)