

PANDORA

Sponsoring sixx Mädelsabend

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	Frauen 18-54 Jahre
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 25. – 29. Juli 2022; Endmessung: 29. September – 5. Oktober 2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.046; Endmessung: n=1.320
Inhalt	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set; in der Endmessung: gestützte Sponsor Erinnerung, Sponsorbewertung, Sponsorfit

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

Nullmessung (NM)



Nullmessung Stammseherinnen* (mind. jeden 3. Mittwoch)

Endmessung (EM)



Endmessung Stammseherinnen (mind. jeden 3. Mittwoch)

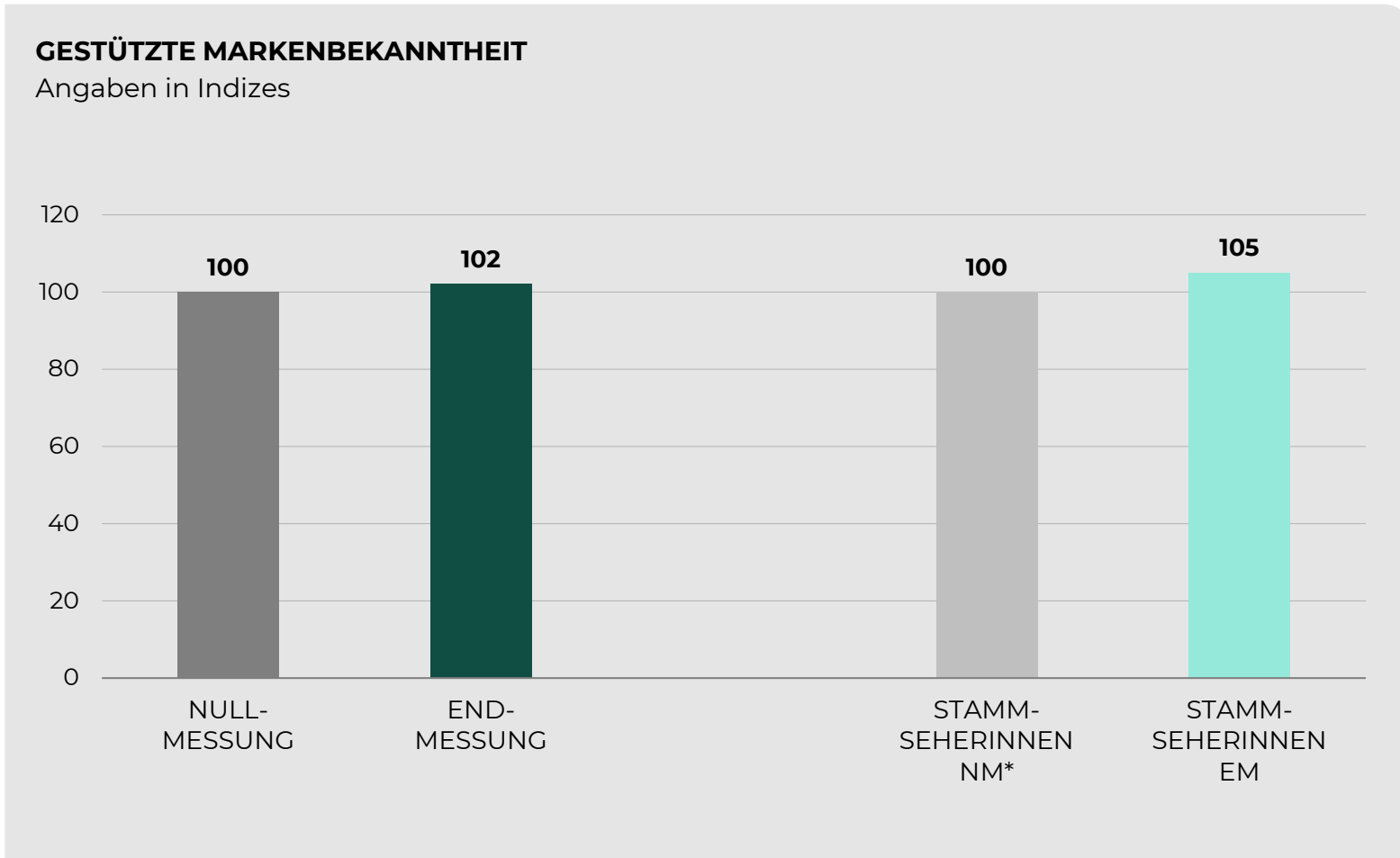
AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

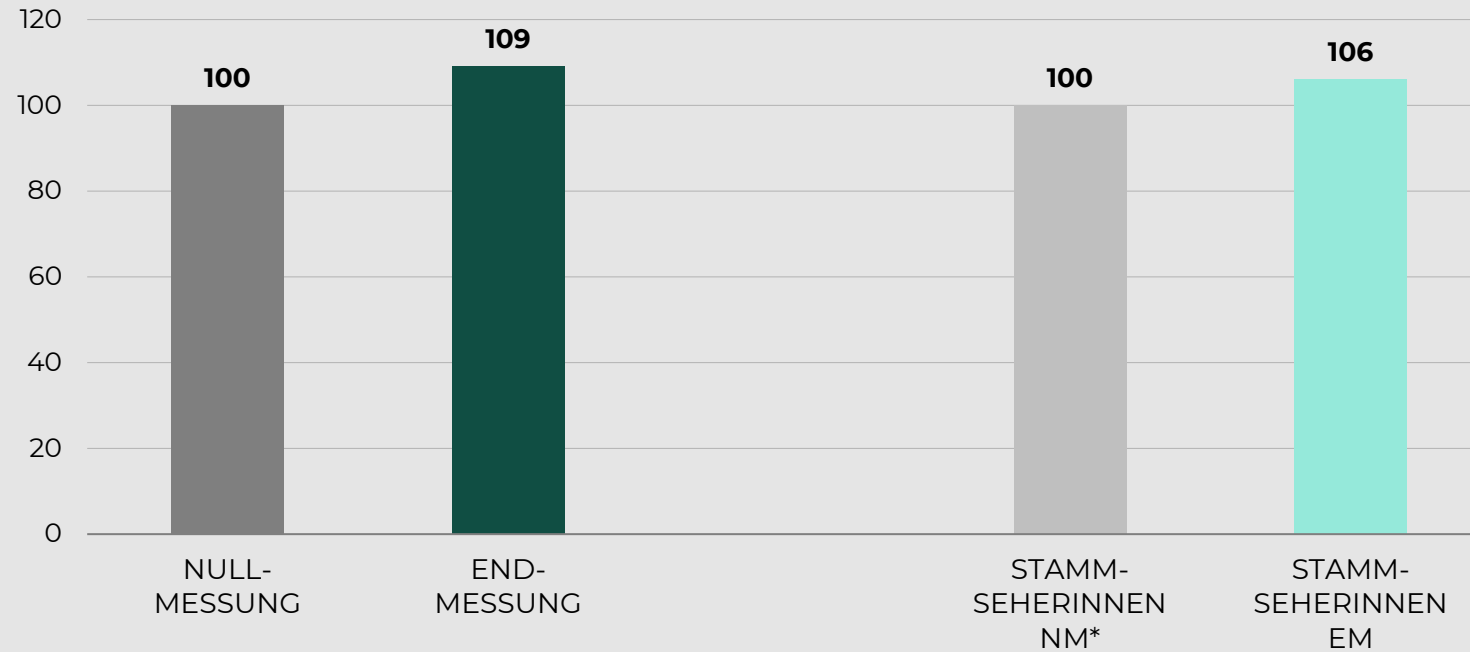
LEICHTER ANSTIEG DER GESTÜTZTEN MARKENBEKANNTHEIT



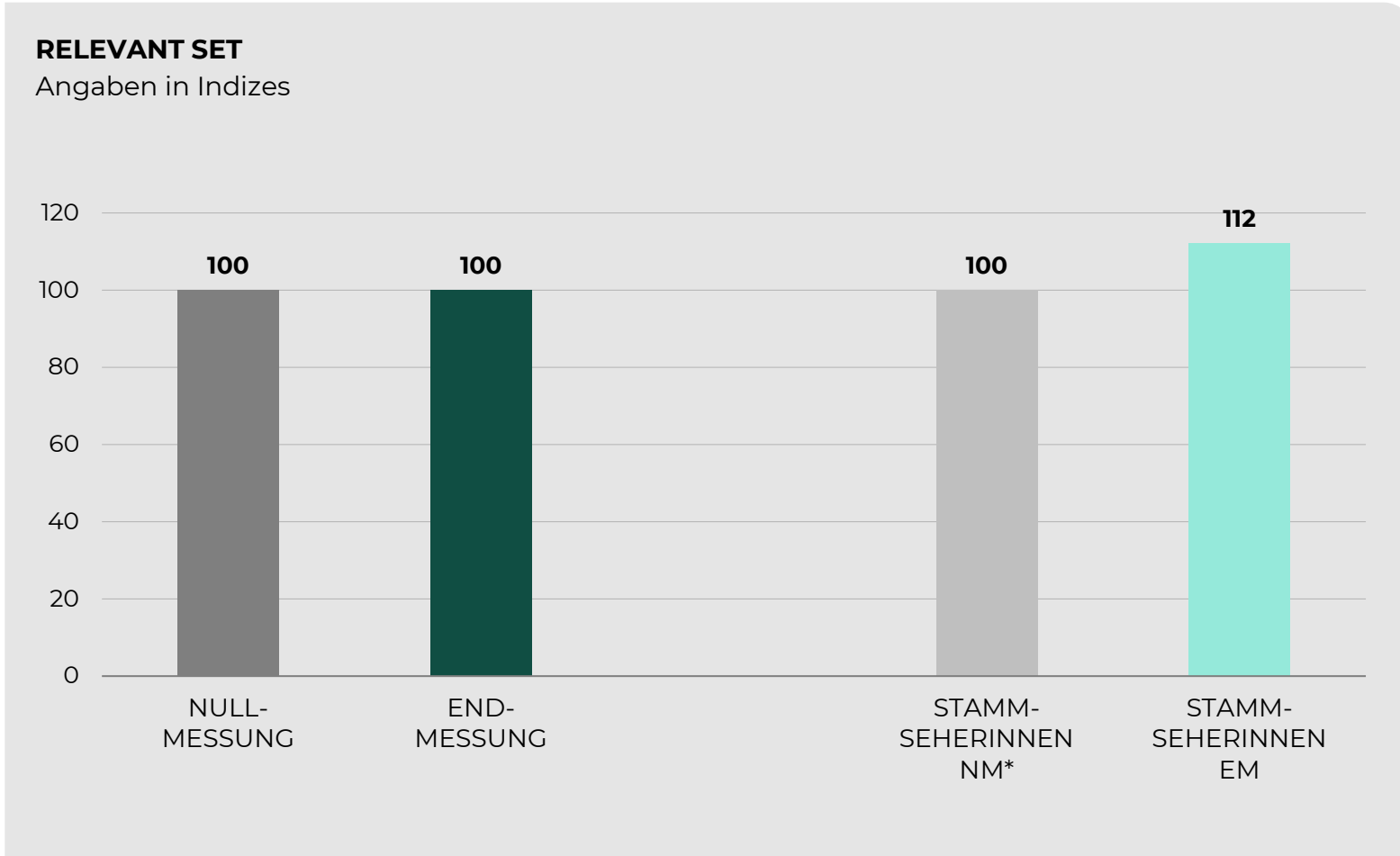
AUCH DIE WERBEERINNERUNG PROFITIERT

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in Indizes



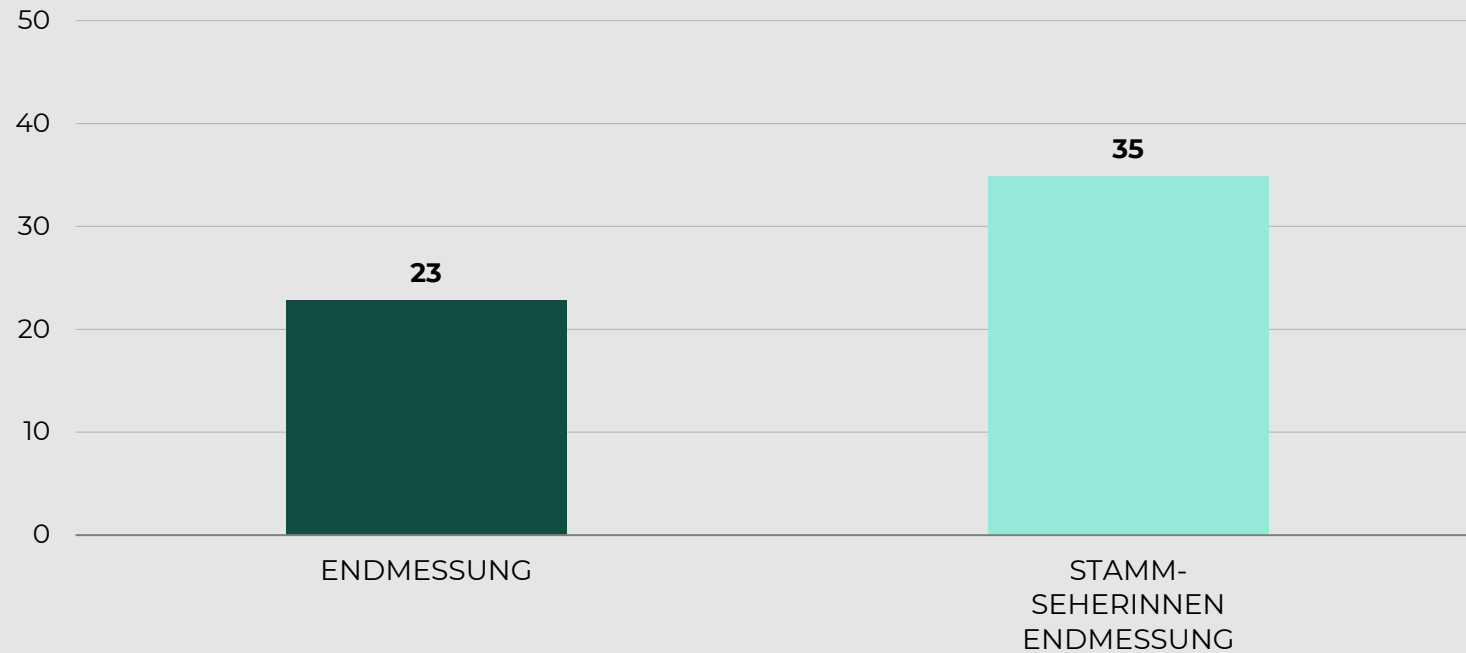
KAUFBEREITSCHAFT BEI STAMMSEHERN GESTEIGERT



EIN DRITTEL DER STAMMSEHER ERINNERT SICH AN PANDORA ALS SPONSOR

GESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG

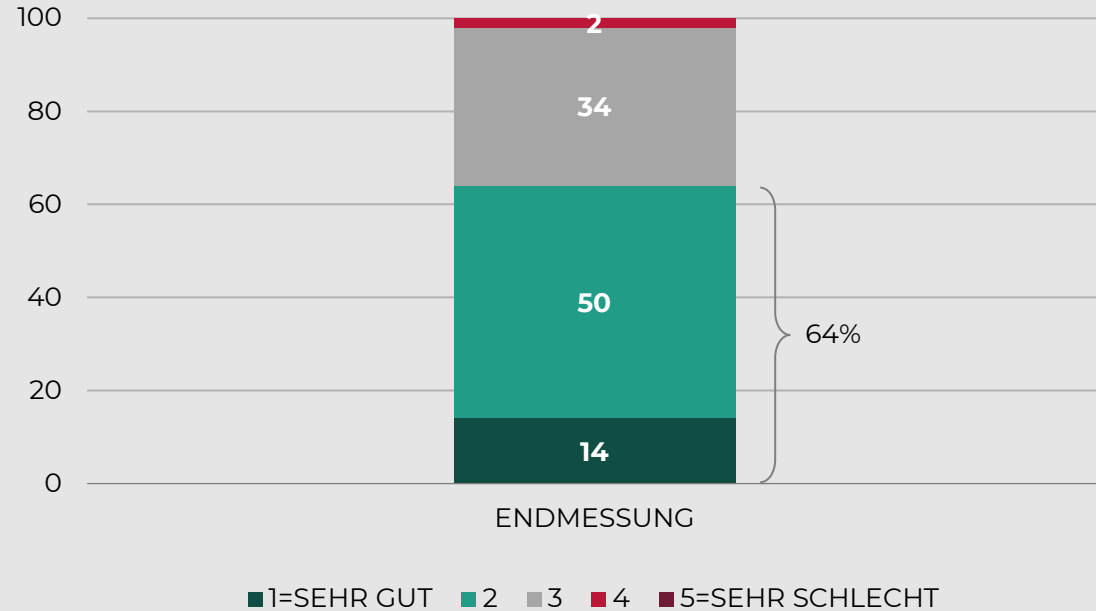
Angaben in %



SEHR GUTE SPONSORBEWERTUNG UND HOHER SPONSORFIT

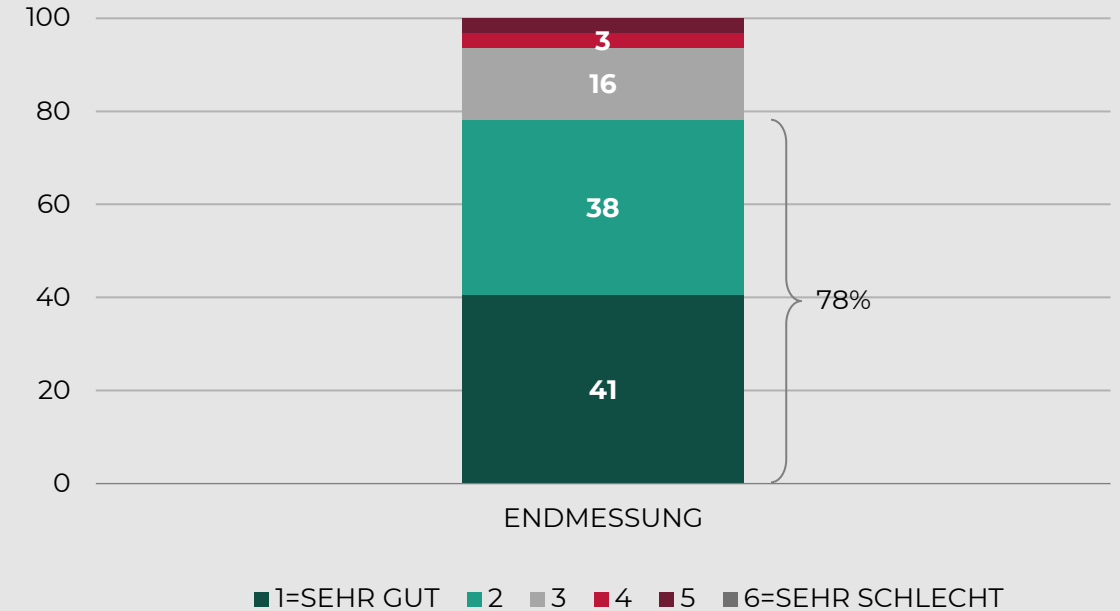
SPONSORBEWERTUNG*

Angaben in %



SPONSORFIT*

Angaben in %



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

- Gestützte Markenbekanntheit, Werbeerinnerung und Kaufbereitschaft werden bei den Stammseherinnen gesteigert.
- Ein Drittel der Stammseherinnen erinnert sich an das Sponsoring.
- Zwei Drittel gefällt das Sponsoring (sehr) gut.
- Knapp 80 Prozent sind der Ansicht, dass Pandora und der „sixx Mädelsabend“ (sehr) gut zusammenpassen.

AdvertisPandora & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 UnterföhrPandora

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

