

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, April 2015

Verpoorten

Onsite-Befragung



SIXX

MyVideo

GOLD

7MAXX

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

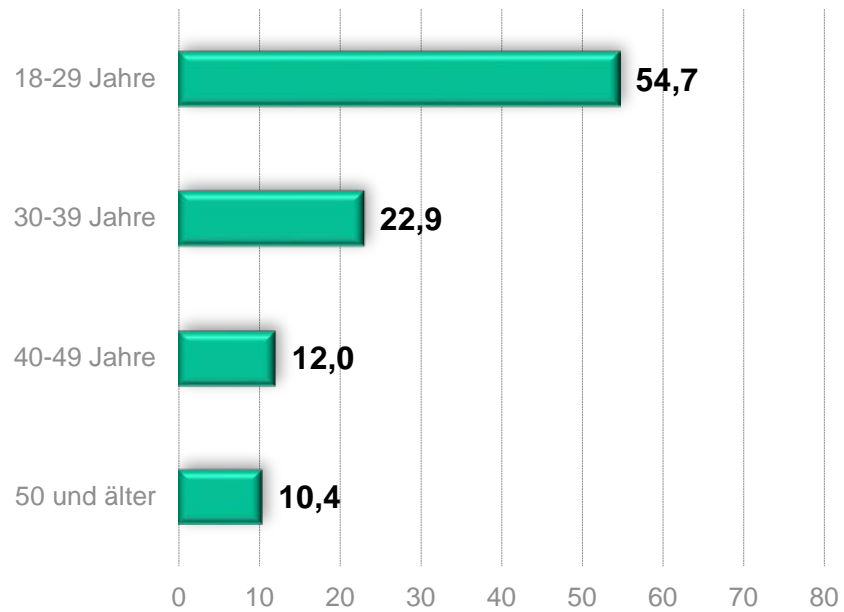
Fazit

Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens (Frauen ab 18 Jahre)
Grundgesamtheit	Userinnen von sixx.de
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n=1.081
Befragungszeitraum	02.03. bis 22.03.2014
Inhalte	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Kaufbereitschaft
Werbemittel	Pre-, Mid- und PostRolls

Zielgruppenstruktur der Befragung

Alter
Angaben in Prozent



Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

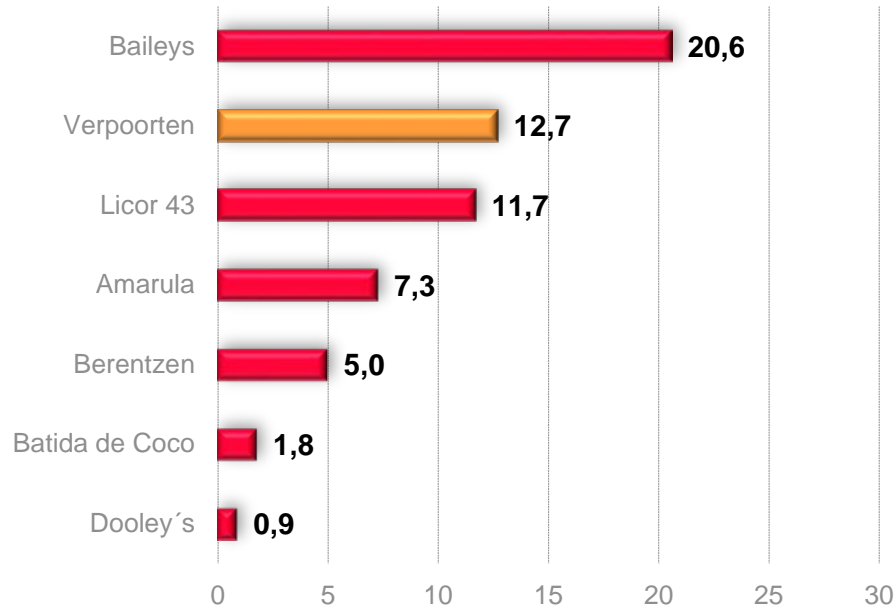
Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

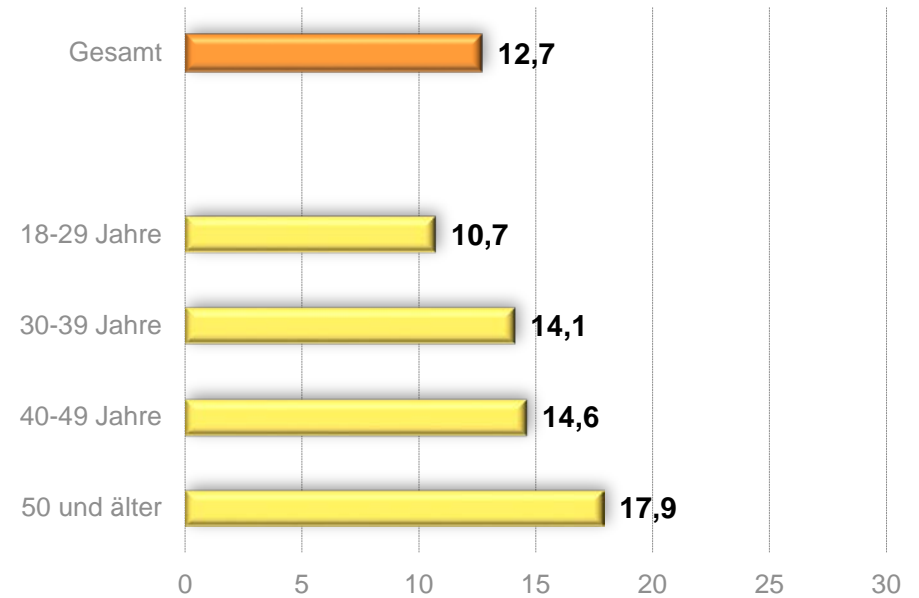
Fazit

13 Prozent denken bei Likör spontan an Verpoorten

Ungestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



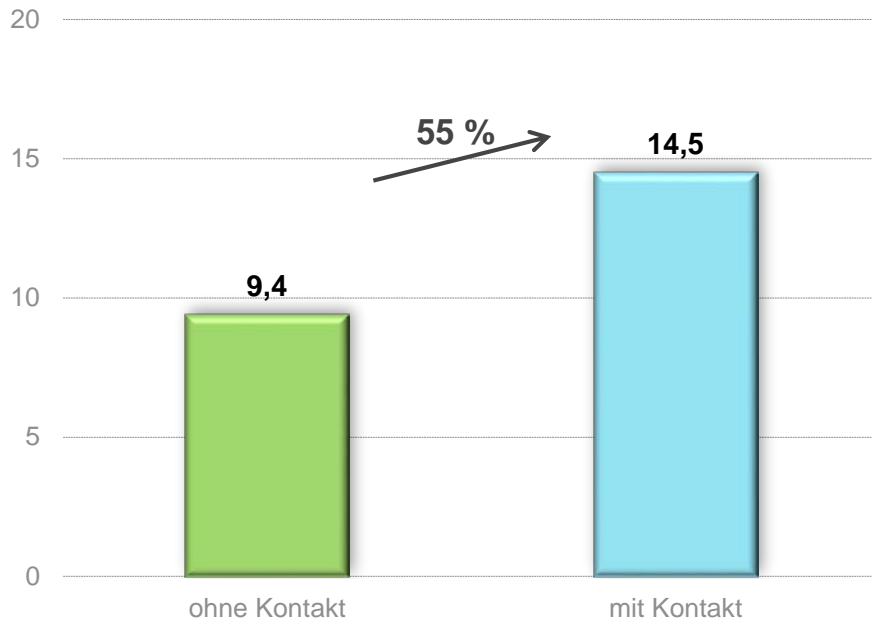
Ungestützte Markenbekanntheit - Verpoorten Angaben in Prozent



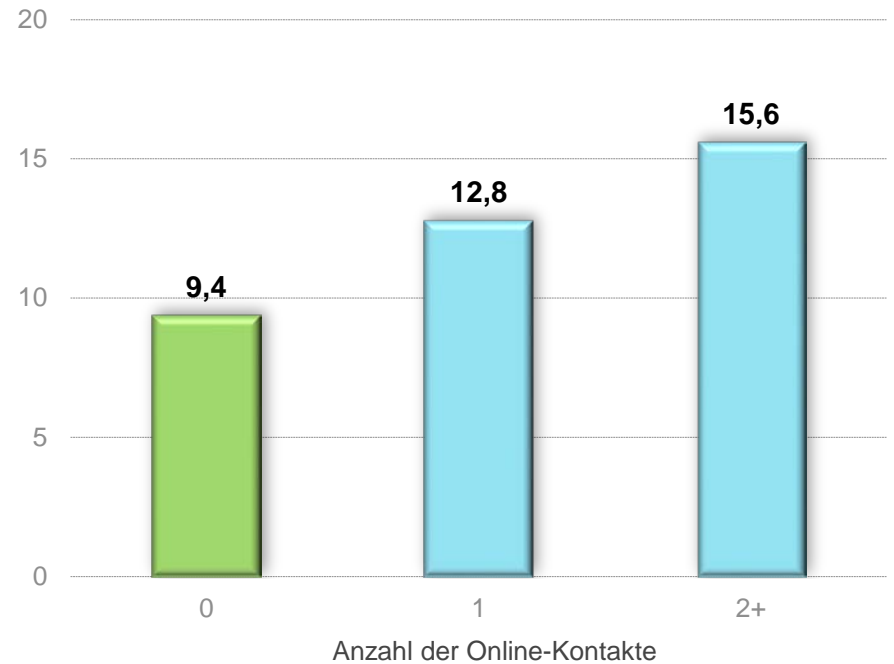
Frage: Nun geht es um das Thema Liköre. Welche Likörmarken kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Ungestützte Markenbekanntheit profitiert deutlich von Online-Kontakten

Ungestützte Markenbekanntheit - Verpoorten Angaben in Prozent



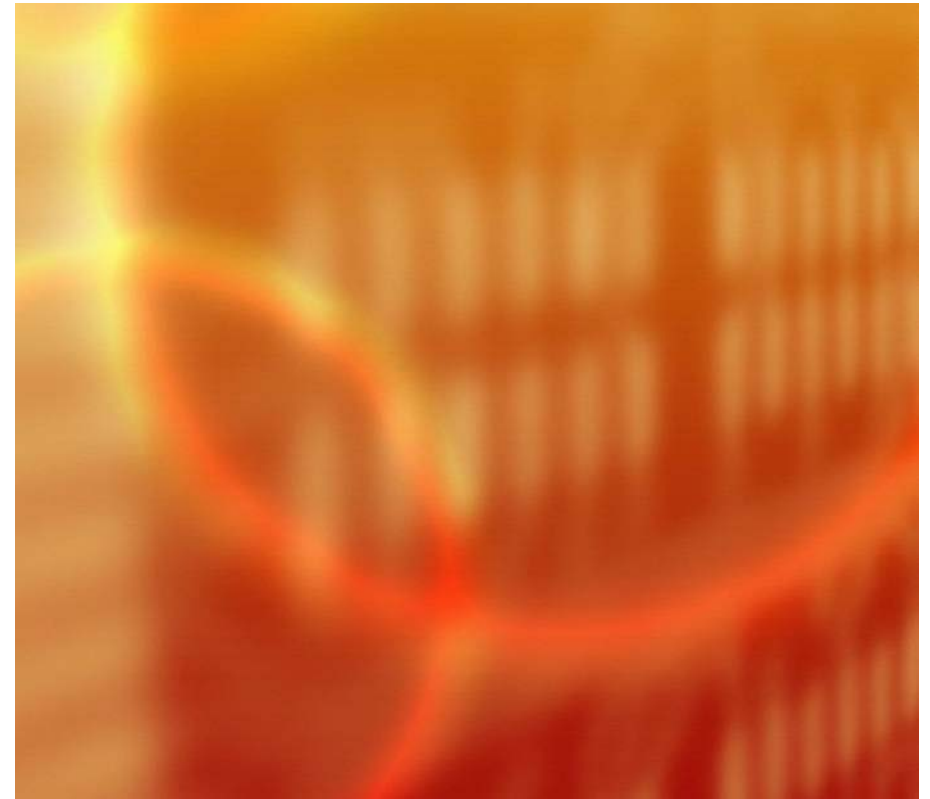
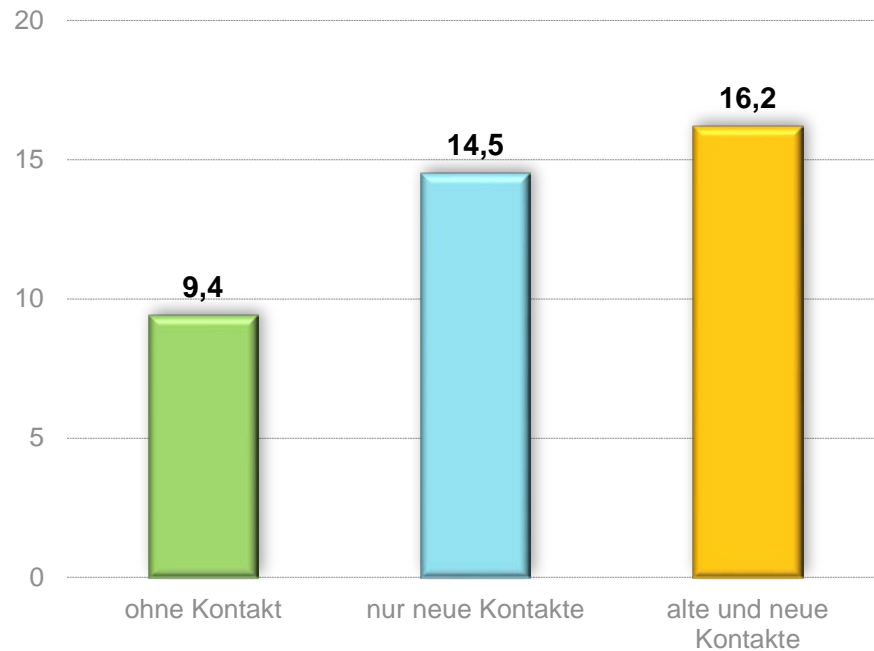
Ungestützte Markenbekanntheit - Verpoorten Angaben in Prozent



Frage: Nun geht es um das Thema Liköre. Welche Likörmarken kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Eine Kombination aus alten und neuen Kontakten wirkt am besten

Ungestützte Markenbekanntheit - Verpoorten Angaben in Prozent

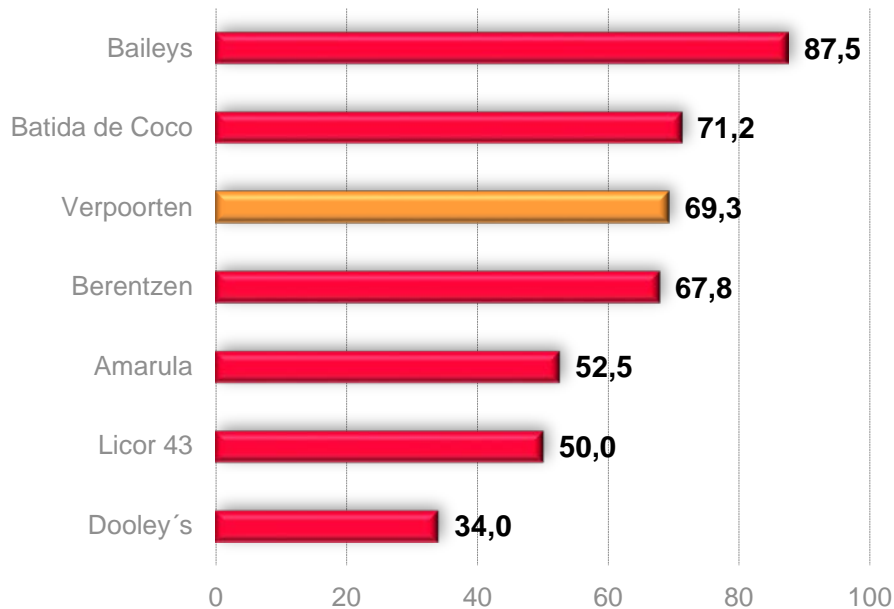


Frage: Nun geht es um das Thema Liköre. Welche Likörmarken kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Mehr als zwei Drittel kennen Verpoorten gestützt

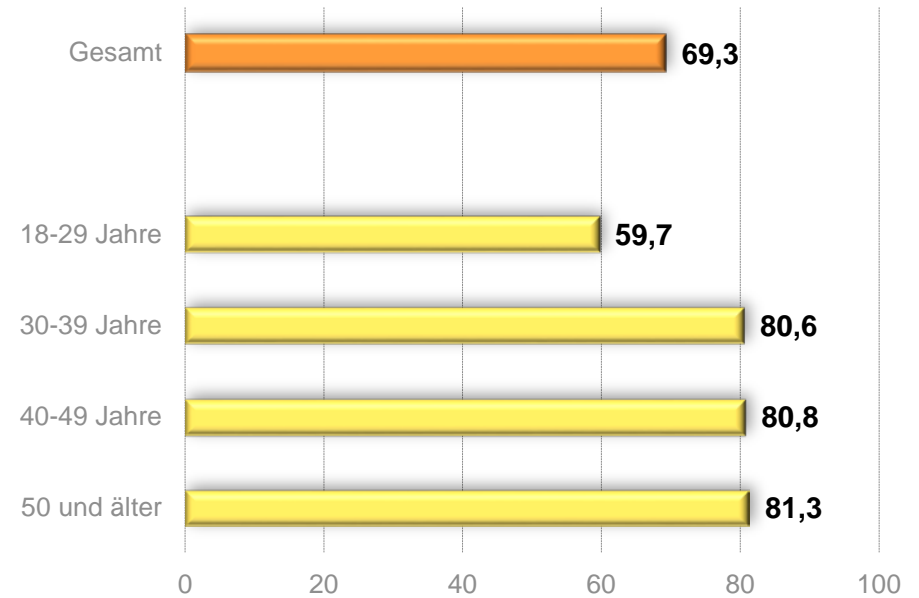
Gestützte Markenbekanntheit

Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit - Verpoorten

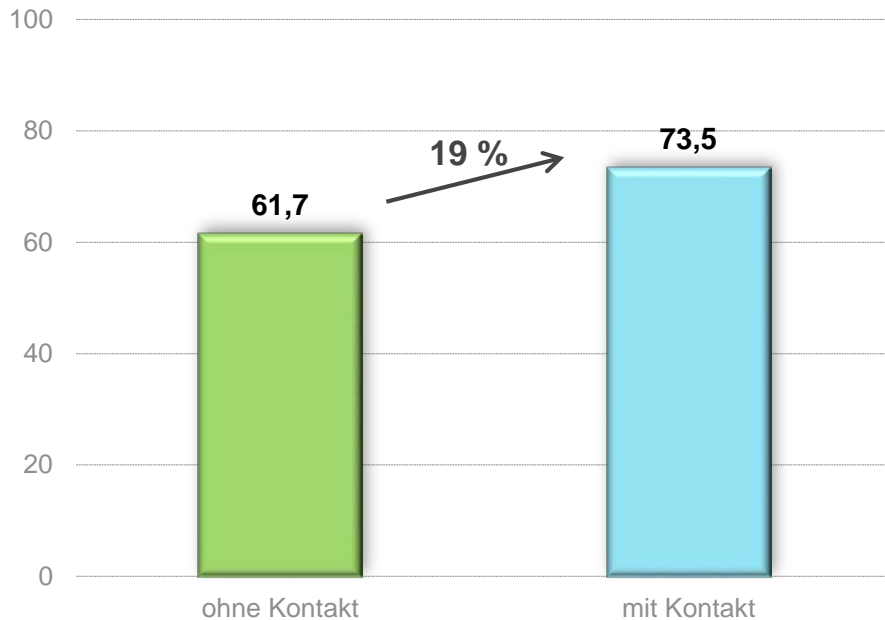
Angaben in Prozent



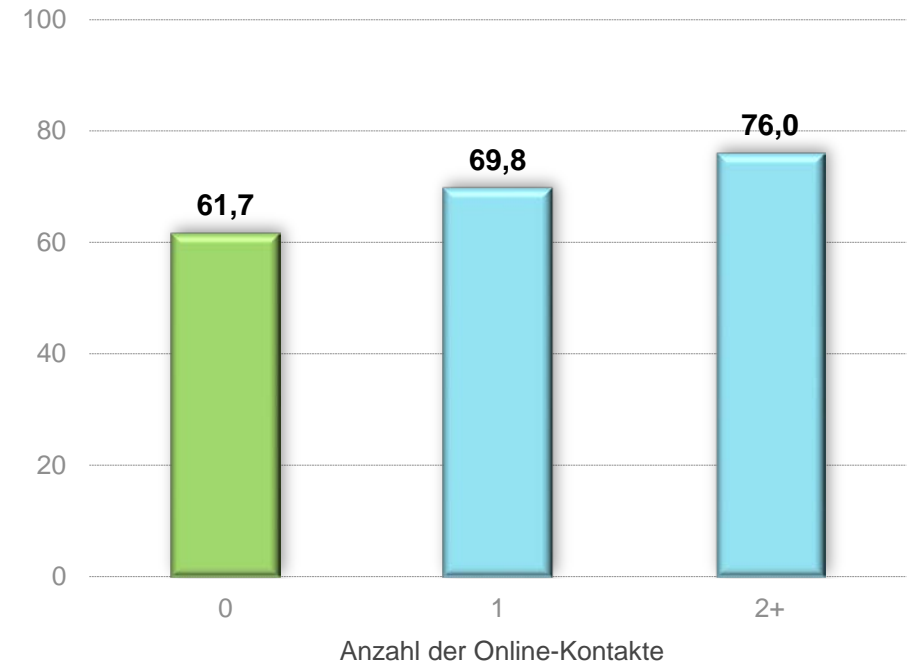
Frage: Sie sehen hier eine Reihe von Likörmarken. Bitte kreuzen sie an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Deutliche Zuwächse mit Online-Kontakt

Gestützte Markenbekanntheit – Verpoorten
Angaben in Prozent



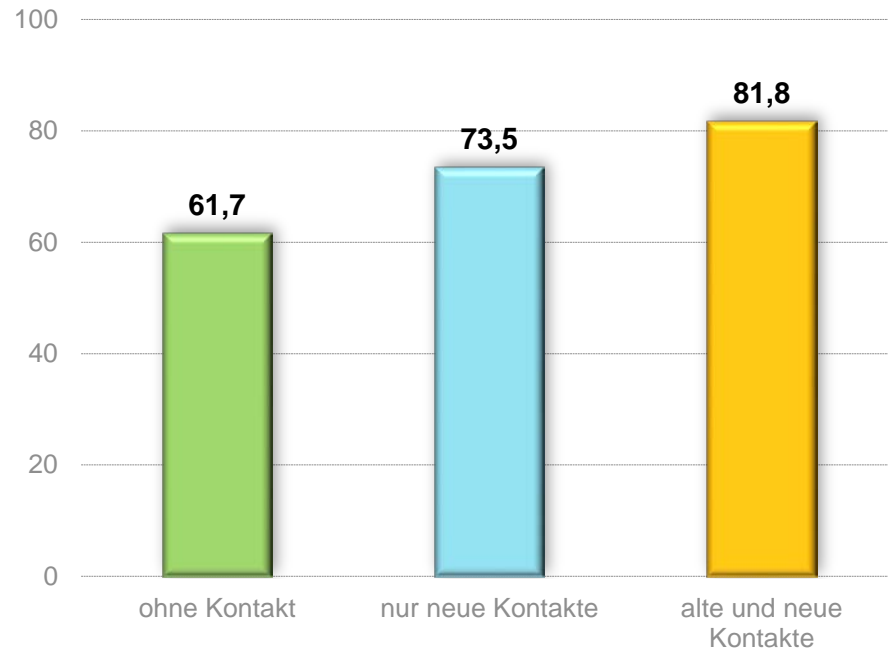
Gestützte Markenbekanntheit - Verpoorten
Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von Likörmarken. Bitte kreuzen sie an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Höchste Markenbekanntheit mit Mischung von alten und neuen Kontakten

Gestützte Markenbekanntheit - Verpoorten Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen hier eine Reihe von Likörmarken. Bitte kreuzen sie an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

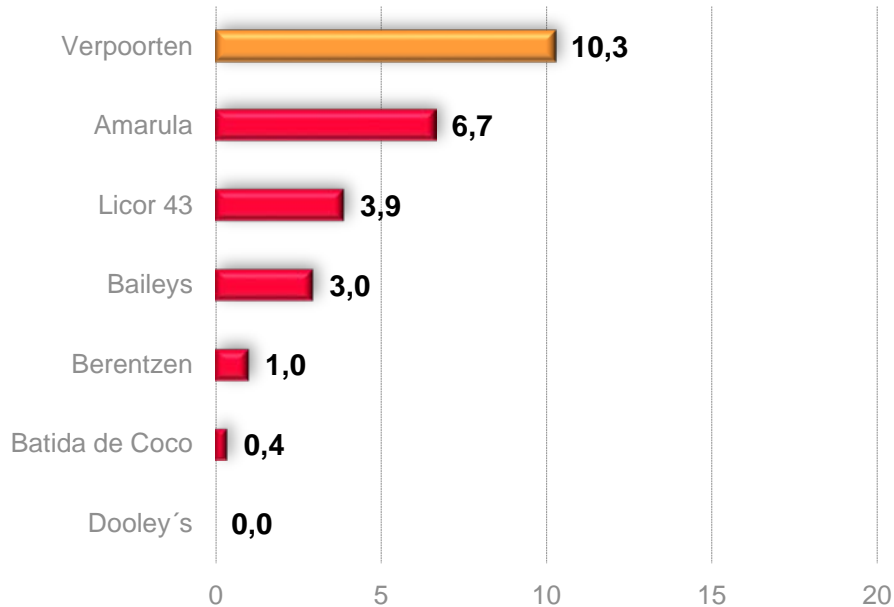
Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

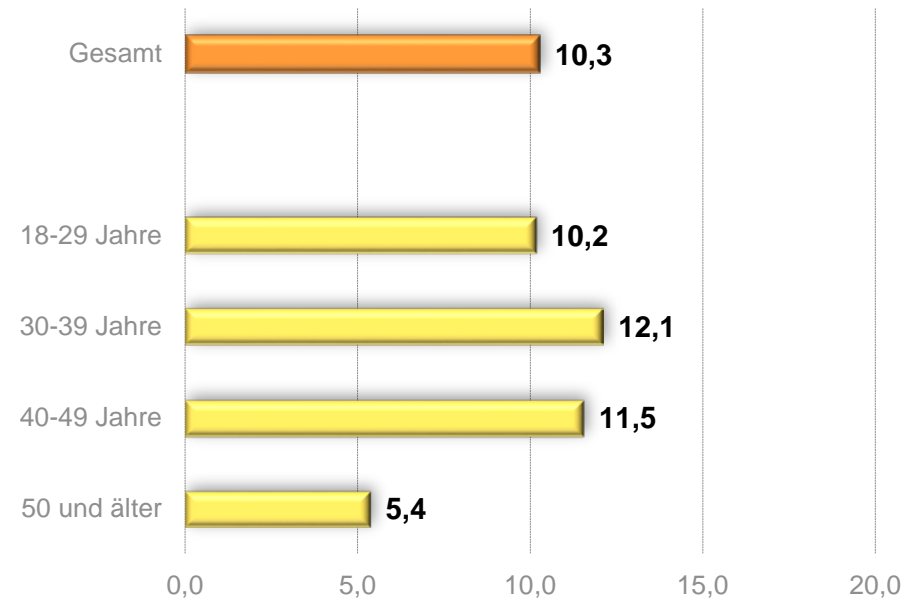
Fazit

Verpoorten bei ungestützter Werbeerinnerung mit Abstand an der Spitze

Ungestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung - Verpoorten Angaben in Prozent



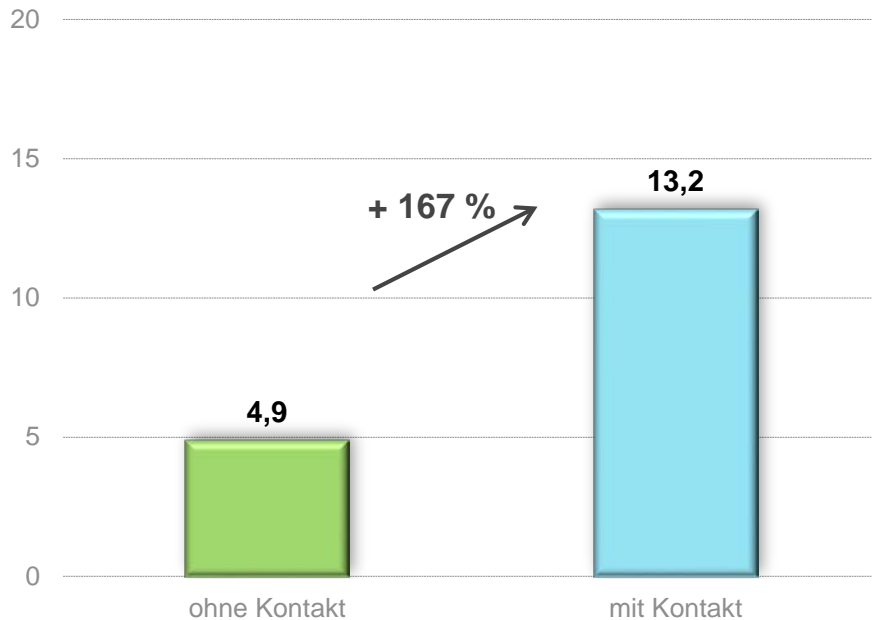
Frage: Und für welche Likörmarken haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

Basis: Userinnen von sixx.de

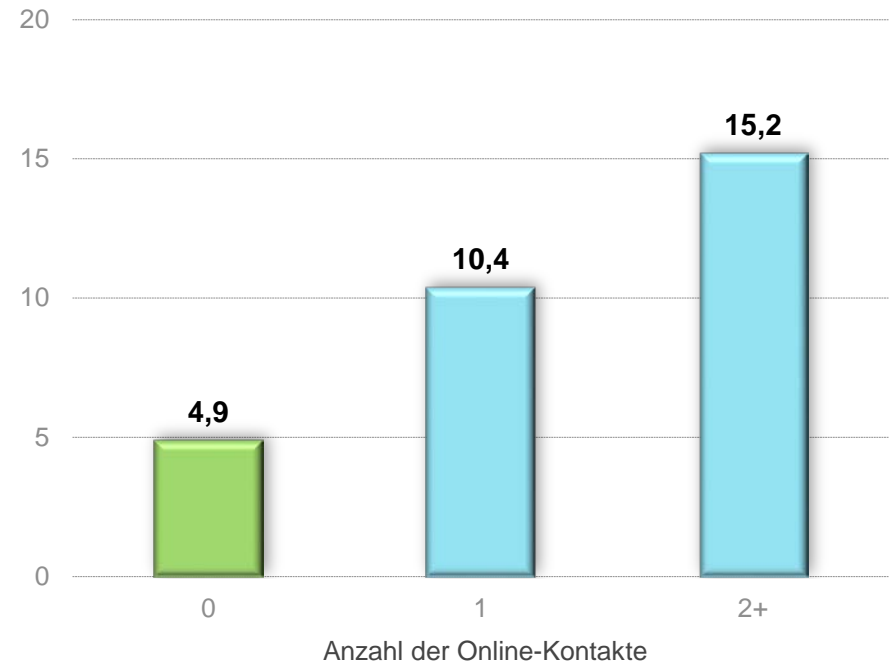
Quelle: SevenOne Media

Steiler Anstieg der ungestützten Werbeerinnerung

Ungestützte Werbeerinnerung - Verpoorten
Angaben in Prozent



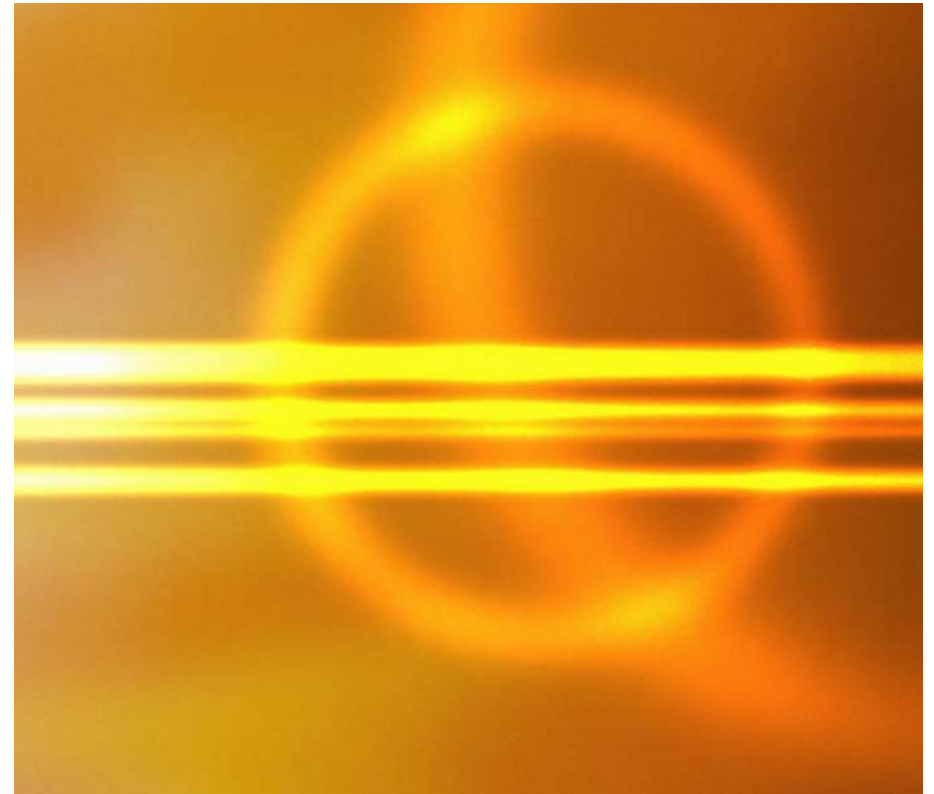
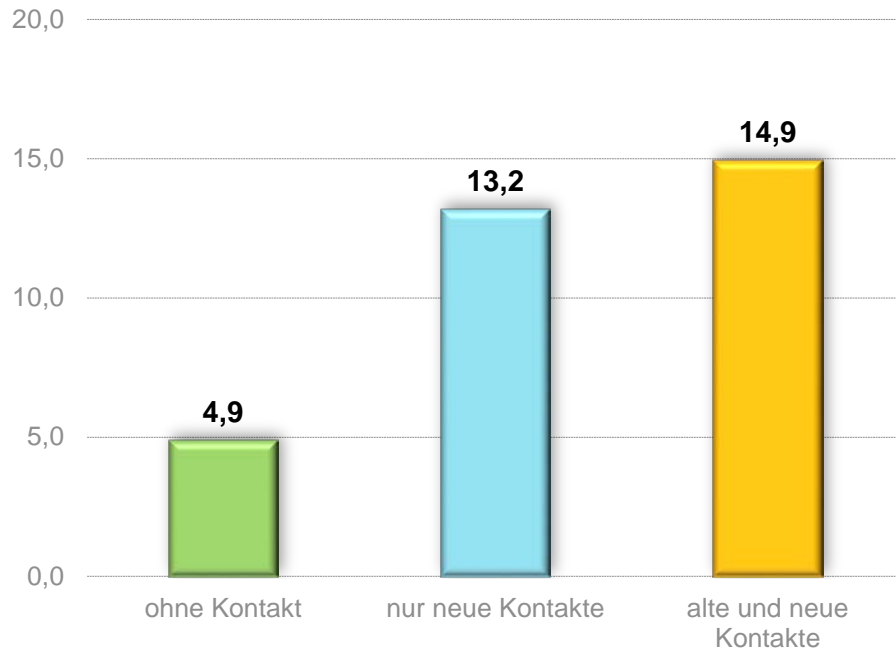
Ungestützte Werbeerinnerung - Verpoorten
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche Likörmarken haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Depoteffekte der alten Kontakte auch bei ungestützter Werbeerinnerung

Ungestützte Werbeerinnerung - Verpoorten
Angaben in Prozent

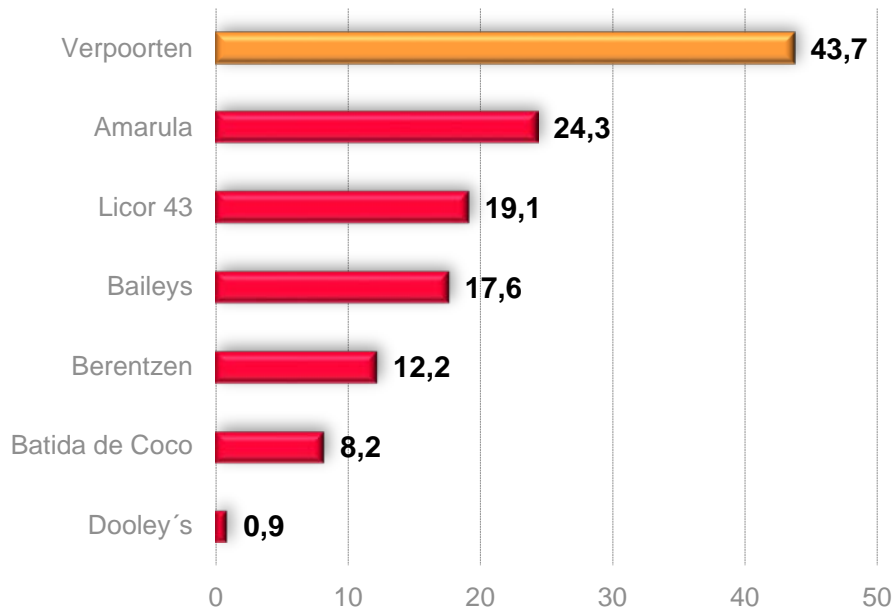


Frage: Und für welche Likörmarken haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Verpoorten erreicht Top-Werte bei gestützter Werbeerinnerung

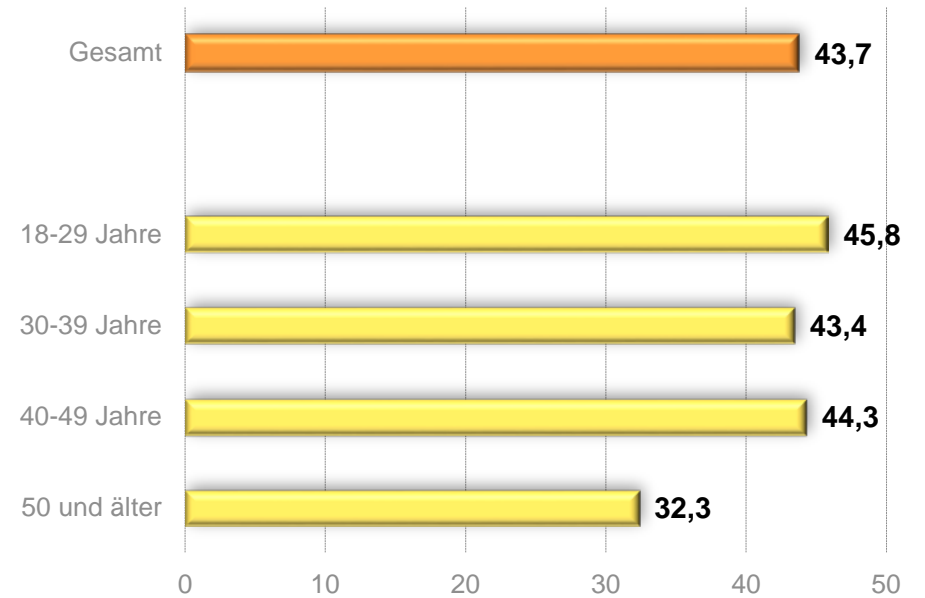
Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung – Verpoorten

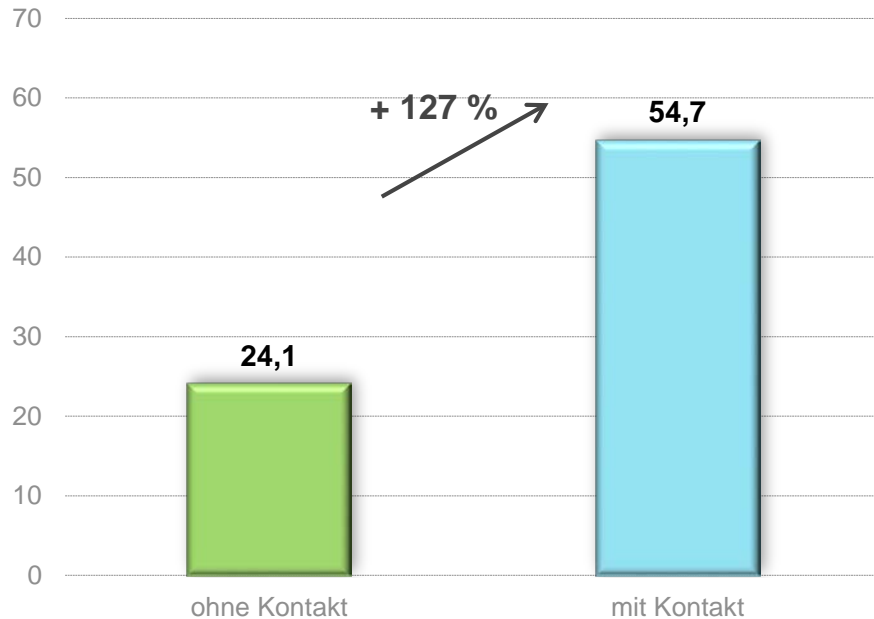
Angaben in Prozent



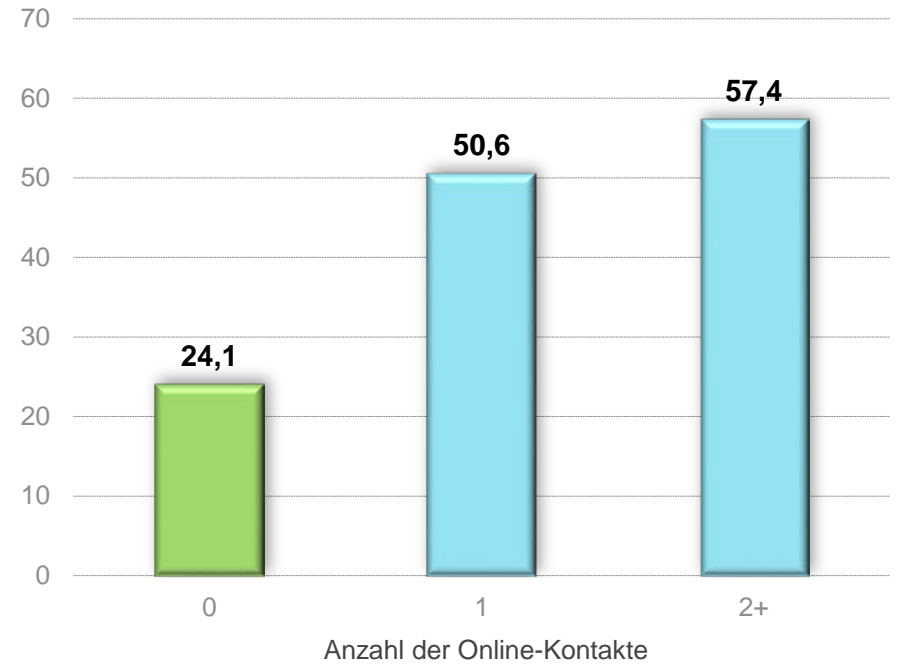
Frage: Und für welche der folgenden Likörmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Mit zwei und mehr Kontakten erinnern sich fast 60 Prozent an Werbung

Gestützte Werbeerinnerung – Verpoorten
Angaben in Prozent



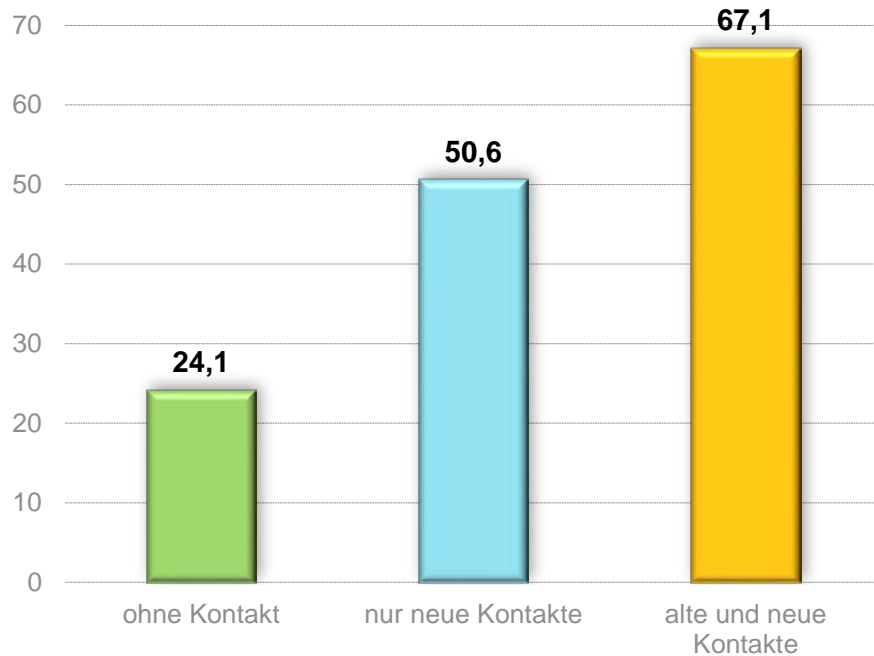
Gestützte Werbeerinnerung – Verpoorten
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Likörmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Die gestützte Werbeerinnerung profitiert von Kombination aus alt und neu

Gestützte Werbeerinnerung - Verpoorten
Angaben in Prozent

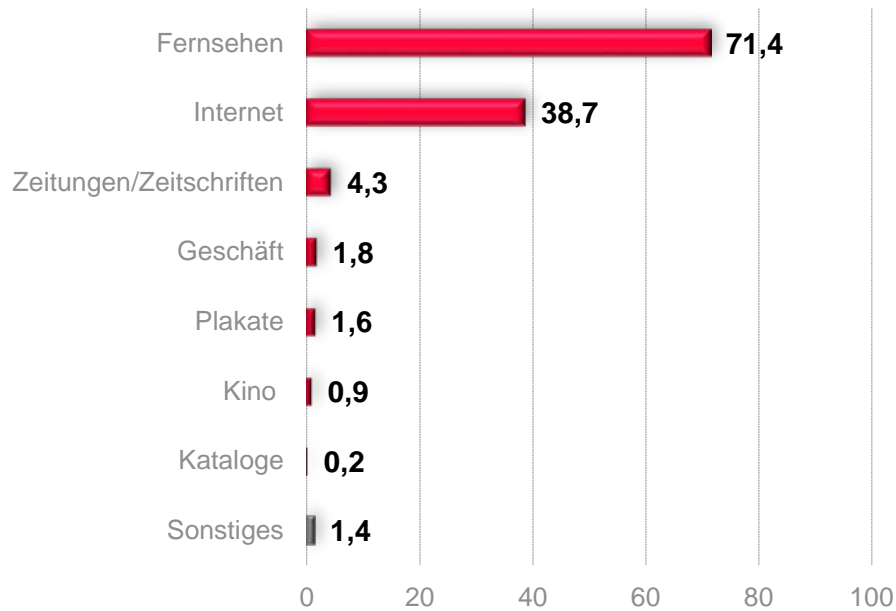


Frage: Und für welche der folgenden Likörmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Userinnen von sixx.de
Quelle: SevenOne Media

Fernseh- und Online-Werbung bleiben am besten im Gedächtnis

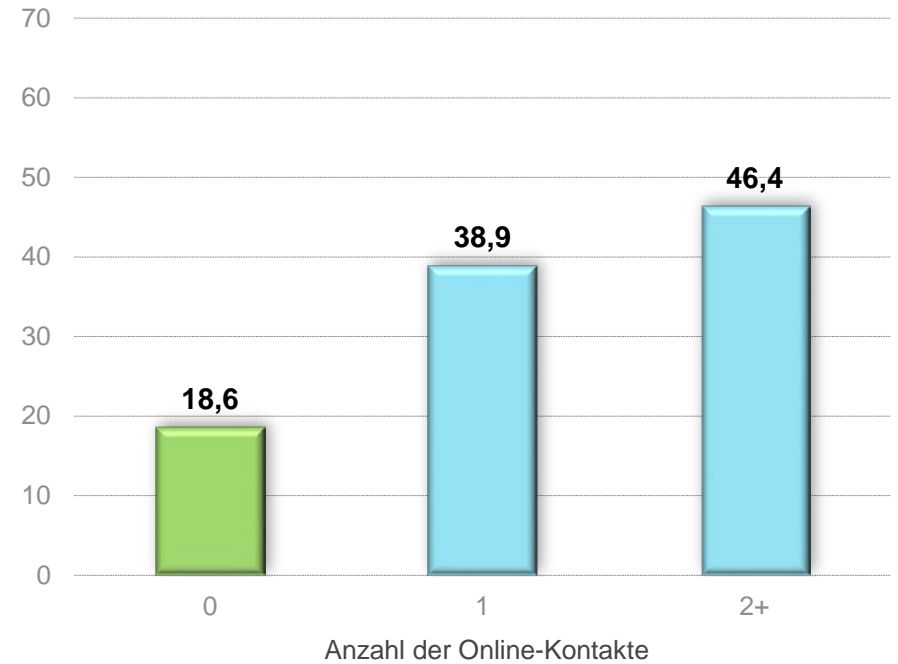
Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



Erinnerte Werbemedien - Internet

Angaben in Prozent



Frage: Sie haben angegeben, dass Sie sich an Werbung für Verpoorten erinnern können. Wo haben Sie diese Werbung gesehen oder gehört?
Basis: Userinnen von sixx.de, die sich an Werbung für Verpoorten erinnern
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

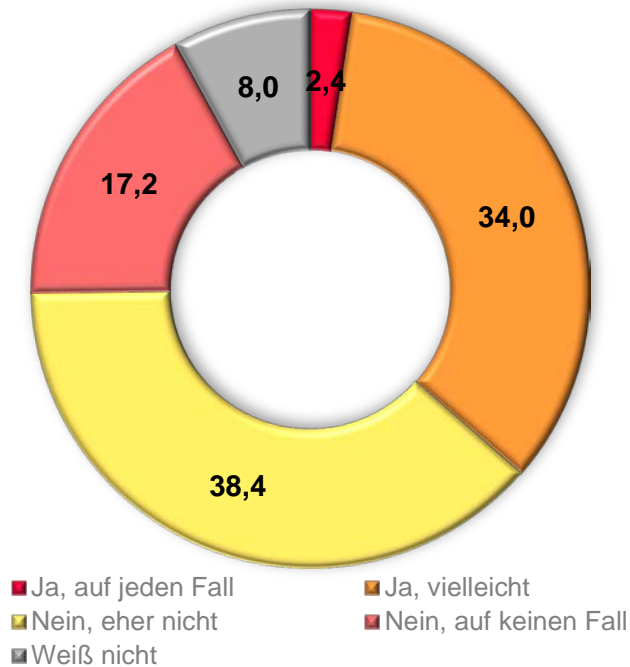
Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

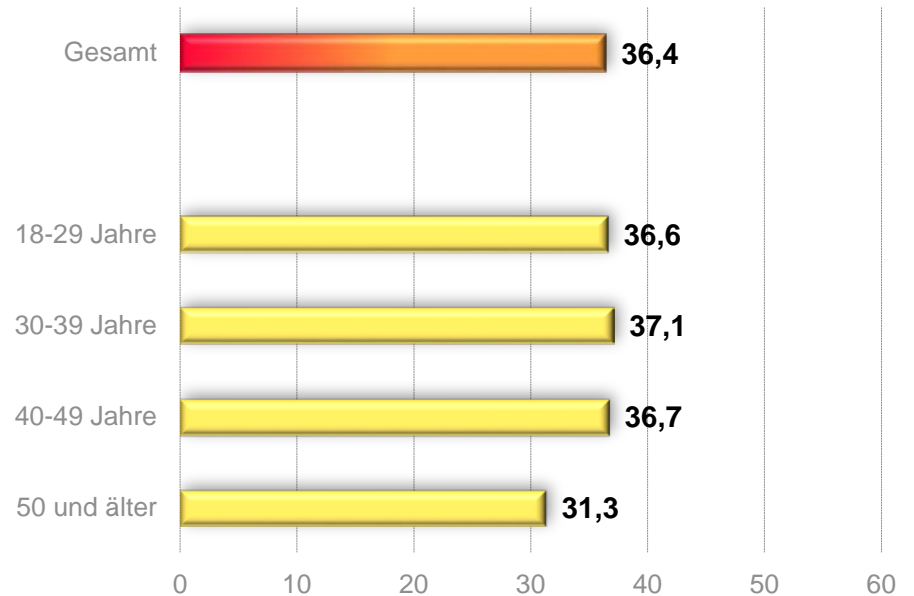
Fazit

Über ein Drittel kann sich vorstellen, Verpoorten zu kaufen

Kaufbereitschaft
Angaben in Prozent



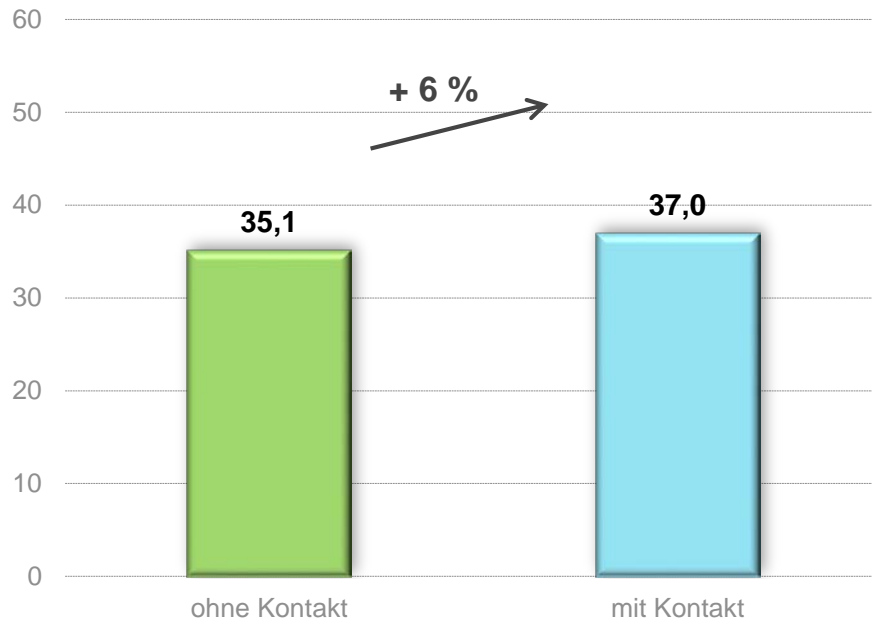
Kaufbereitschaft (ja, auf jeden Fall und vielleicht)
Angaben in Prozent



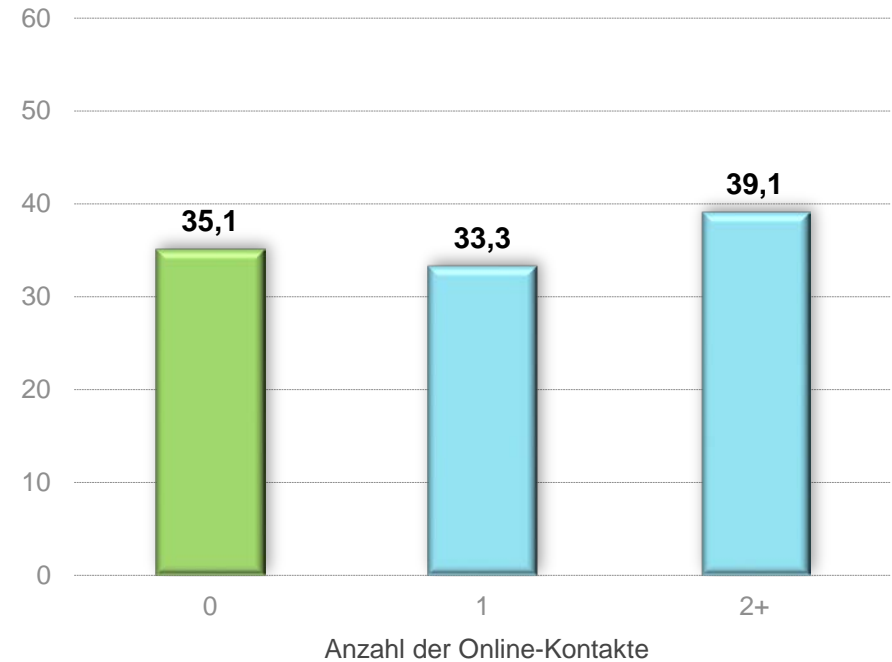
Frage: Könnten Sie sich vorstellen, Verpoorten Eierlikör zu kaufen?
Basis: Userinnen von sixx.de, die Verpoorten kennen und noch nicht gekauft haben
Quelle: SevenOne Media

Kaufbereitschaft steigt leicht mit zunehmenden Online-Kontakten

Kaufbereitschaft (ja, auf jeden Fall und vielleicht)
Angaben in Prozent



Kaufbereitschaft (ja, auf jeden Fall und vielleicht)
Angaben in Prozent



Frage: Könnten Sie sich vorstellen, Verpoorten Eierlikör zu kaufen?
Basis: Userinnen von sixx.de, die Verpoorten kennen und noch nicht gekauft haben
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Kaufbereitschaft

Fazit

Die Erfolgsgeschichte geht weiter

Markenbekanntheit

13 Prozent der Befragten kennen Verpoorten spontan. Dieser Wert steigt durch Kontakt mit der Onlinekampagne um 55 Prozent an. Auch die gestützte Markenbekanntheit kann ihr hohes Niveau weiter ausbauen: Sie profitiert mit einem Plus von 19 Prozent von der Kampagne. Eine Kombination aus alten und neuen Kontakten wirkt besonders gut.

Werbeerinnerung

An Werbung für Verpoorten können sich zehn Prozent der Befragten ungestützt erinnern. Durch Kontakt mit der Onlinekampagne wird dieser Wert um hervorragende 167 Prozent gesteigert. Die gestützte Werbeerinnerung erzielt ebenfalls hohe Zuwächse. Fernsehen und Internet sind die Medien, in denen Verpoorten-Werbung am häufigsten wahrgenommen wird. Je mehr Kontakte eine Person hatte, desto höher fällt die Erinnerung an Online-Werbung aus. Die Mischung von alten und neuen Kontakten ist am erfolgreichsten.

Kaufbereitschaft

Die Kaufbereitschaft wird durch Online-Kontakte leicht gesteigert.

Fazit

Insgesamt war der zweite Flight der Onlinekampagne sehr erfolgreich. Alle Indikatoren konnten deutlich gesteigert werden. Bei der Kombination von alten und neuen Kontakten fällt die Werbewirkung am höchsten aus.

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