

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



Die Forschung – Zwei Bausteine

CATI-Tracking

Auswirkungen des Sponsorings auf Markenbekanntheit und andere Indikatoren

Wirkung der Kampagne

Onsite-Befragung

Auswirkungen der Online-Kontakte auf Markenbekanntheit und andere Indikatoren



CATI-Tracking

Agenda

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Image und Kaufbereitschaft

Kooperation

Zwischenfazit

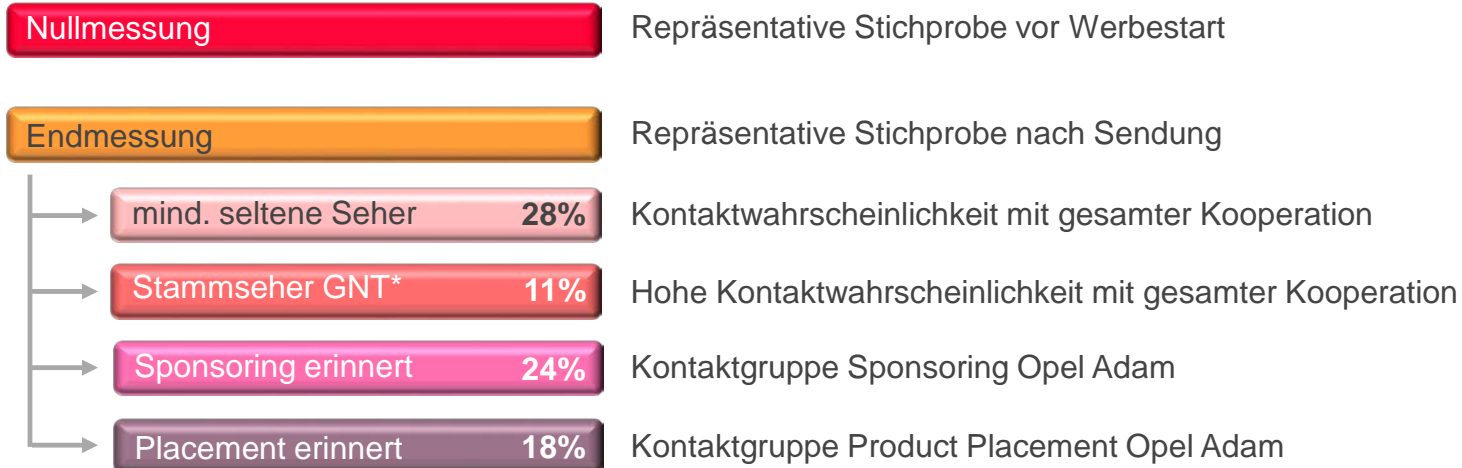


Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Frauen zwischen 14 und 49 Jahren in Privathaushalten
Methode	Telefoninterviews (CATI) an Hand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 05.Januar bis 09.Januar 2015 Endmessung: 29.Mai bis 12.Juni 2015
Stichprobe	Nullmessung: n=507 Endmessung: n=996
Wirkungsmaße	Gestützte Bekanntheit, Werbeerinnerung, Sponsor Erinnerung, Sponsorfitting, Erinnerung und Bewertung Placement, Kaufbereitschaft, Image, Nutzung „Germany´s next Topmodel“

Verschiedene Sehergruppen

In den folgenden Auswertungen werden sechs Gruppen dargestellt:



* mind. jede zweite Sendung

Agenda

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Image und Kaufbereitschaft

Kooperation

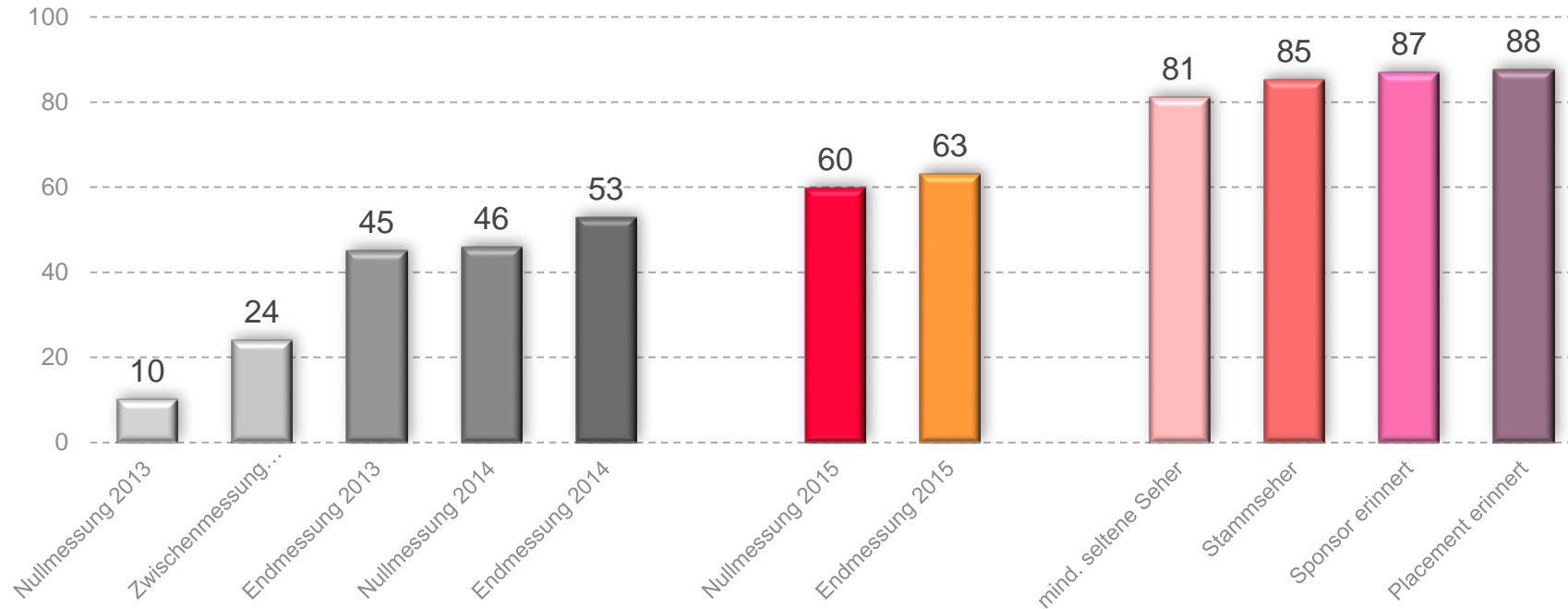
Zwischenfazit



Auch im dritten Jahr in Folge wächst die Bekanntheit des Adam weiter

Gestützte Bekanntheit Opel Adam

Angaben in Prozent



Nun lese ich Ihnen einige Modelle von Kleinwagen vor und Sie sagen mir bitte, welche dieser Modelle Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.

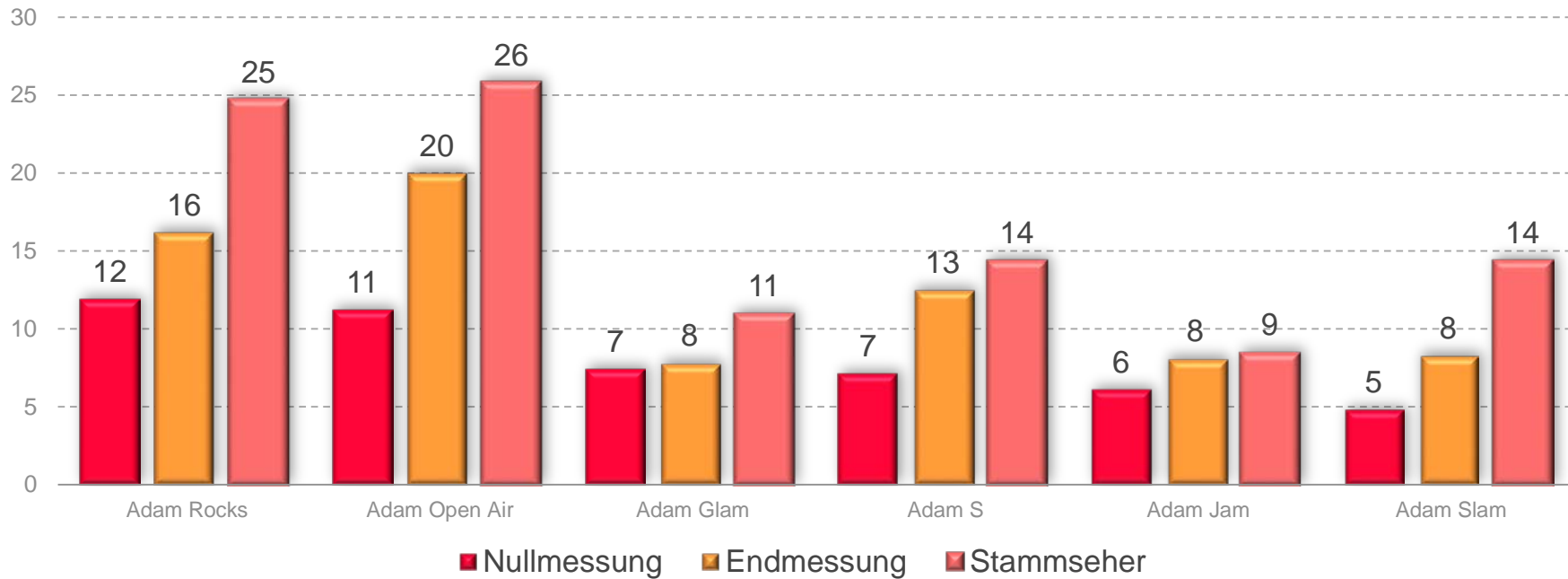
Basis: Frauen 14-49 Jahre

Quelle: forsa. / SevenOne Media

Varianten profitieren ebenfalls von der Kooperation

Gestützte Bekanntheit Opel Adam-Varianten

Angaben in Prozent

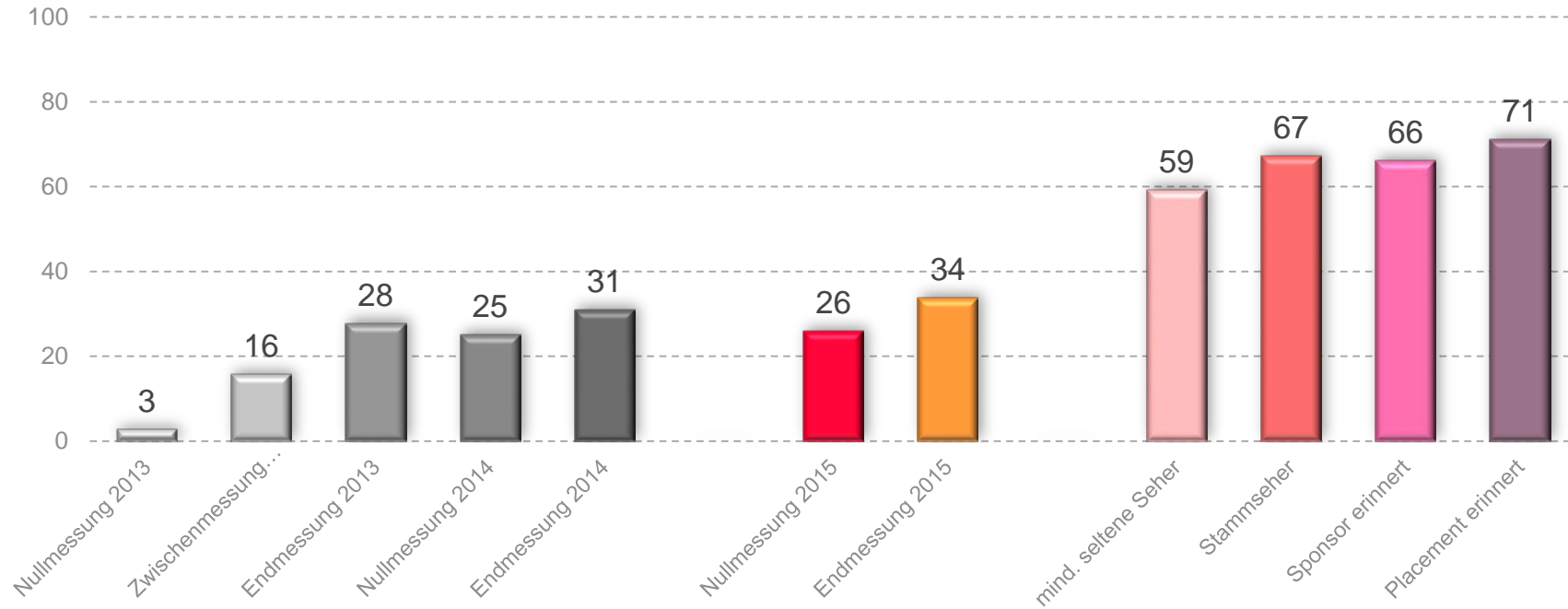


[...] Den Adam gibt es in verschiedenen Varianten zu kaufen. Bitte geben sie an, welche der folgenden Adam-Varianten Sie kennen.
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Opel Adam kennen
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Auch bei der Werbeerinnerung setzt sich der Trend fort

Gestützte Werbeerinnerung Opel Adam

Angaben in Prozent



Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

Basis: Frauen 14-49 Jahre

Quelle: forsa. / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Image und Kaufbereitschaft

Kooperation

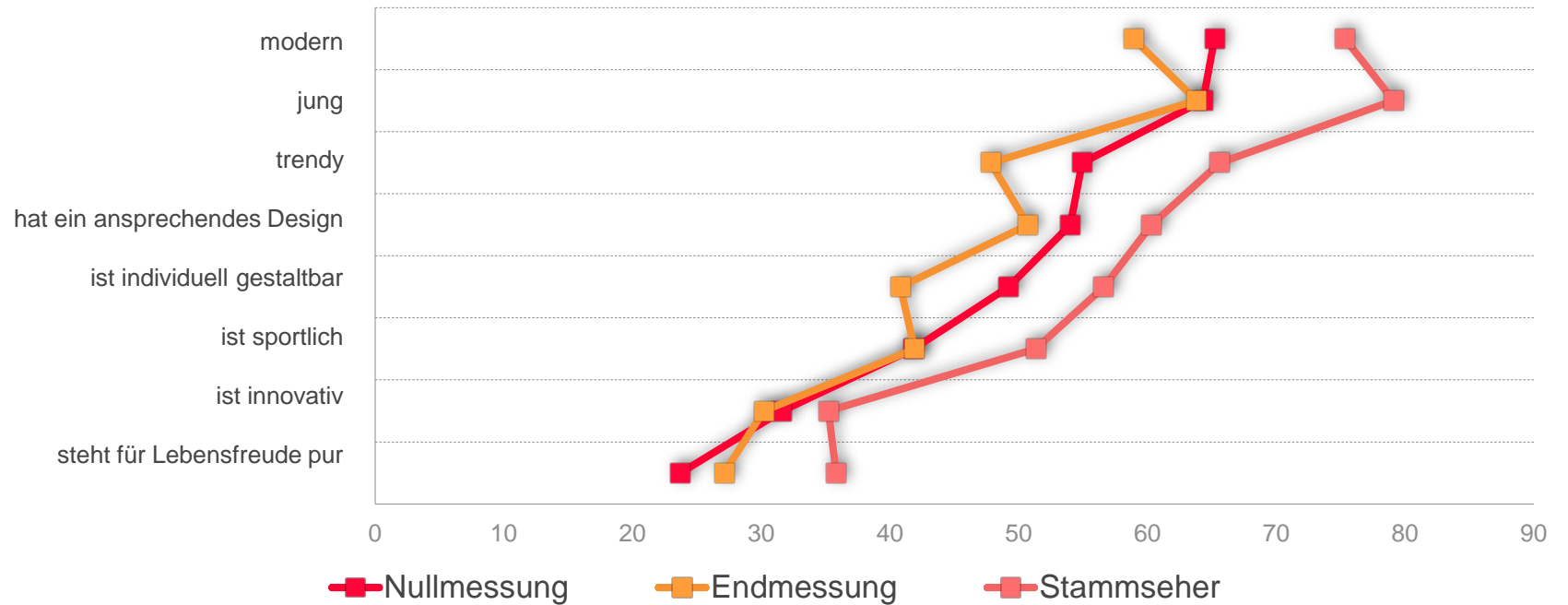
Zwischenfazit



Besonders bei Fans genießt der Adam ein hohes Ansehen

Imageprofil Opel Adam

Angaben in Prozent (Top Two: stimme voll und ganz zu / stimme zu)

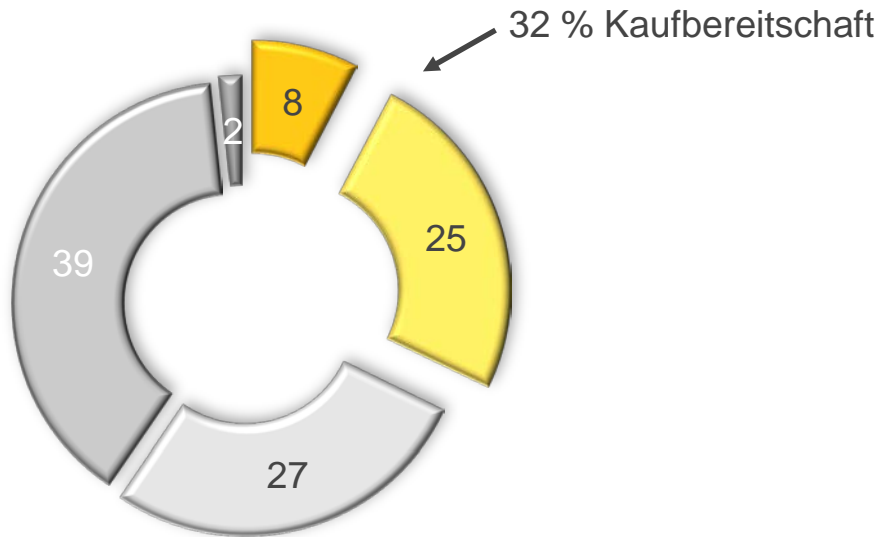


Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Opel Adam kennen
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Opel Adam hat aktuell 20 Prozent Kaufpotenzial

Kaufbereitschaft Opel Adam (Endmessung)

Angaben in Prozent (Basis: Opel Adam bekannt)

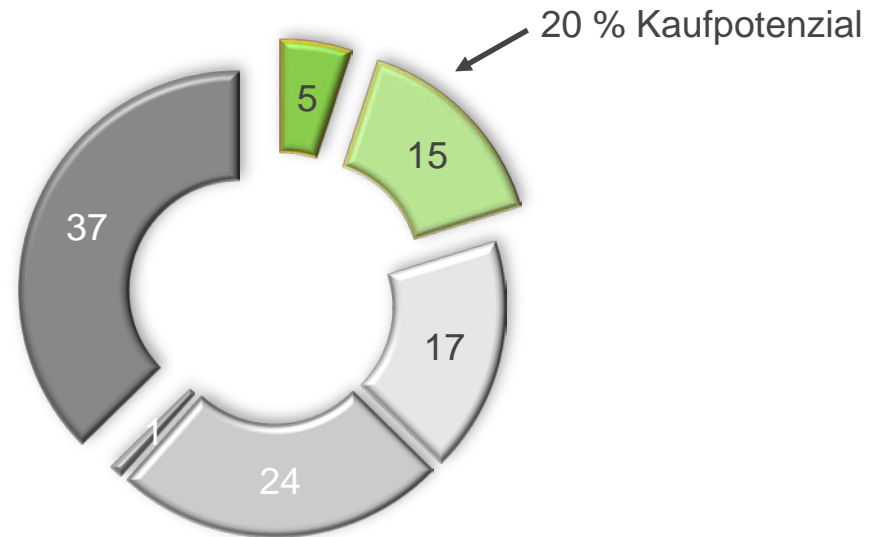


- ja, sicher
- ja, vielleicht
- nein, eher nicht
- nein, auf keinen Fall
- weiß nicht

Käme bei einem Kleinwagenkauf für Sie ein Opel Adam in Betracht?
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Opel Adam kennen, nur Endmessung
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Kaufpotenzial Opel Adam (Endmessung)

Angaben in Prozent (Basis: alle)



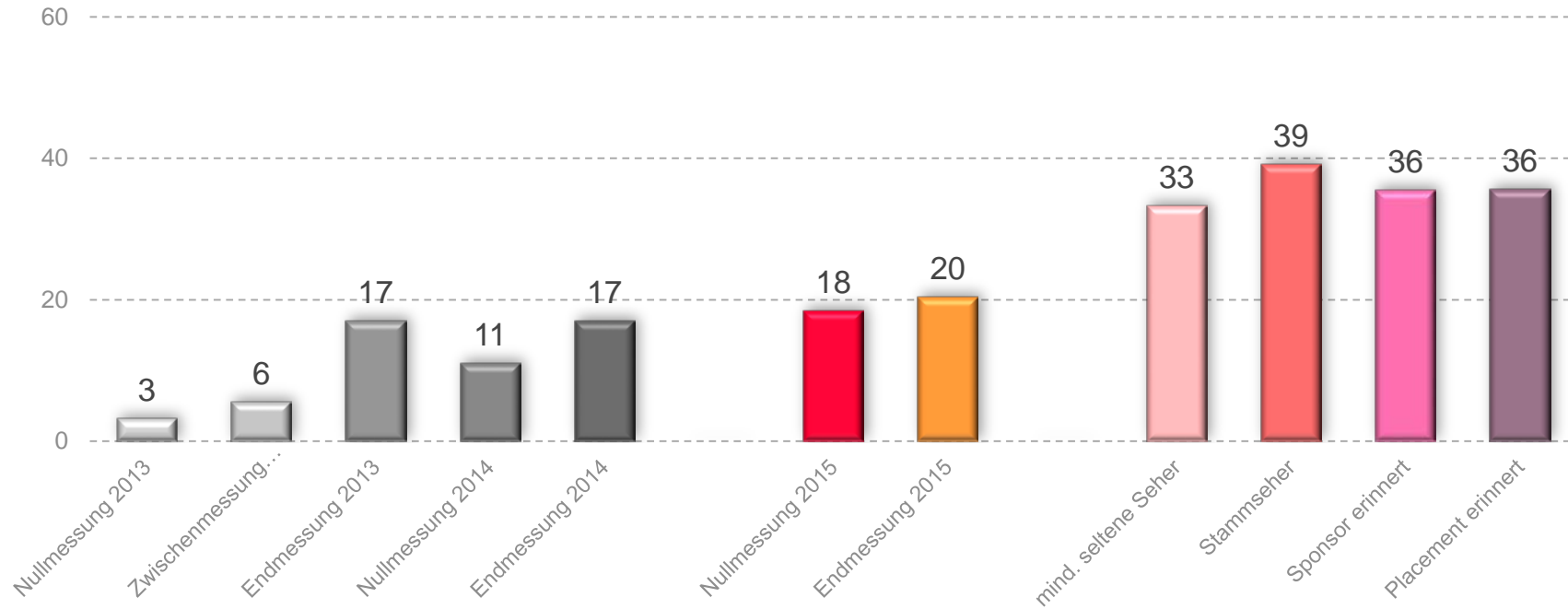
- ja, sicher
- ja, vielleicht
- nein, eher nicht
- nein, auf keinen Fall
- weiß nicht
- Adam nicht bekannt

Käme bei einem Kleinwagenkauf für Sie ein Opel Adam in Betracht?
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Opel Adam kennen, nur Endmessung
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Steigendes Kaufpotenzial, sehr ausgeprägt in den Sehergruppen

Kaufpotenzial Opel Adam

Angaben in Prozent



Käme bei einem Kleinwagenkauf für Sie ein Opel Adam in Betracht?

Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Opel Adam kennen (hochgerechnet auf alle Befragten)

Quelle: forsa. / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Image und Kaufbereitschaft

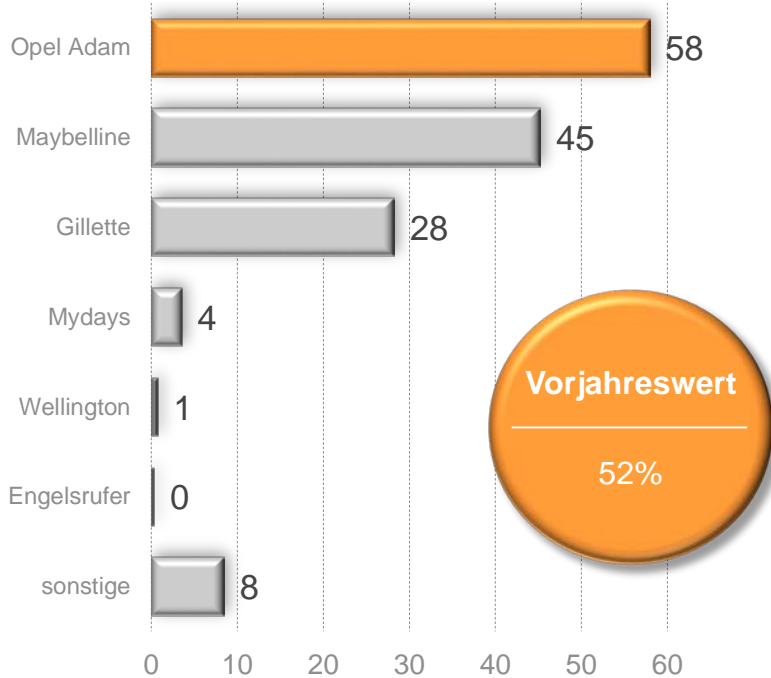
Kooperation

Zwischenfazit



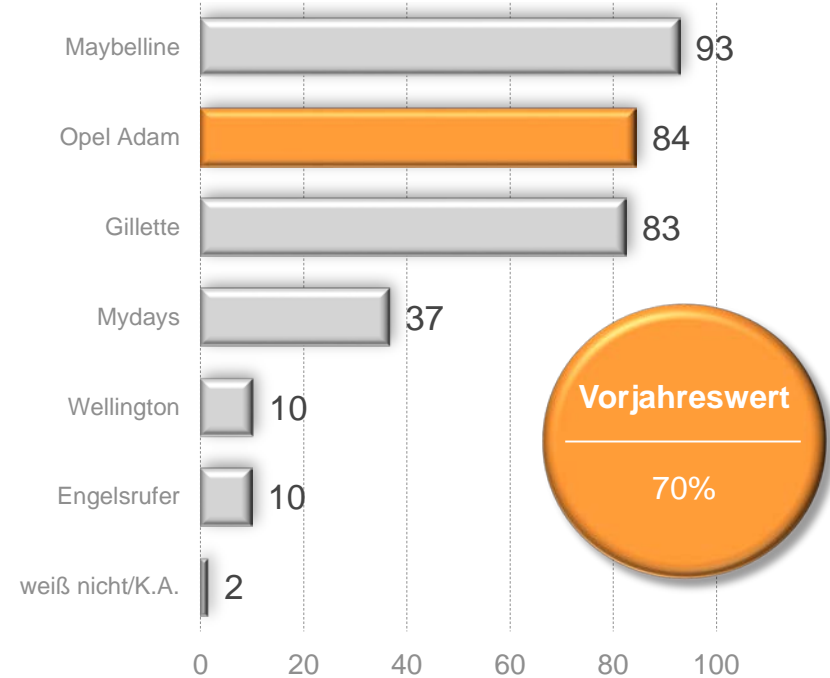
Starker Lerneffekt: Top-Wert aus dem Vorjahr erneut getoppt

Ungestützte Sponsor Erinnerung Angaben in Prozent



Können Sie sich erinnern, welche Marke die Sendung präsentiert hat?
 Basis: Frauen 14-49 Jahre, die „Germany's Next Topmodel“ mindestens selten gesehen haben
 Quelle: forsa. / SevenOne Media

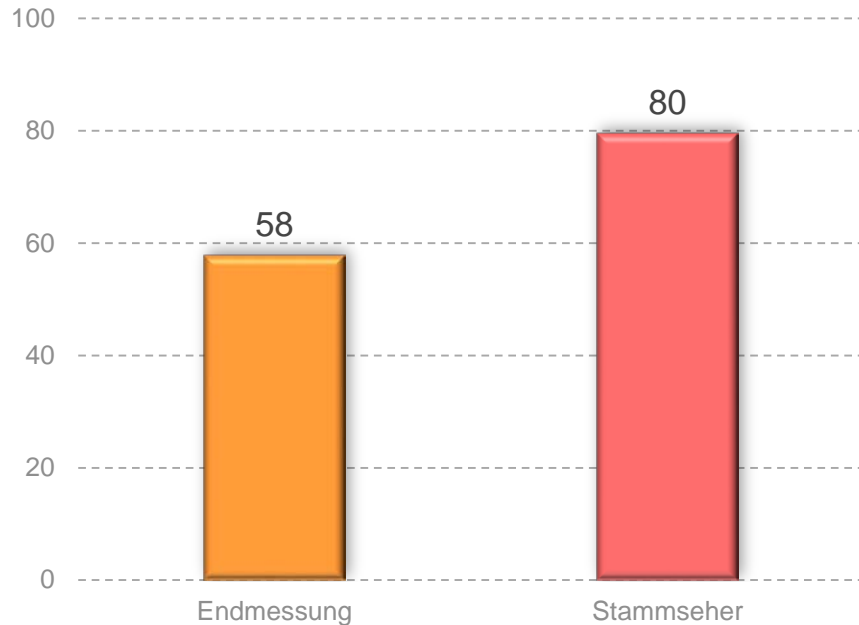
Gestützte Sponsor Erinnerung Opel Adam Angaben in Prozent



Können Sie sich an Sponsorhinweise von Opel rund um die Sendung erinnern?
 Basis: Frauen 14-49 Jahre, die „Germany's Next Topmodel“ mindestens selten gesehen haben und Opel Adam kennen; Quelle: forsa. / SevenOne Media

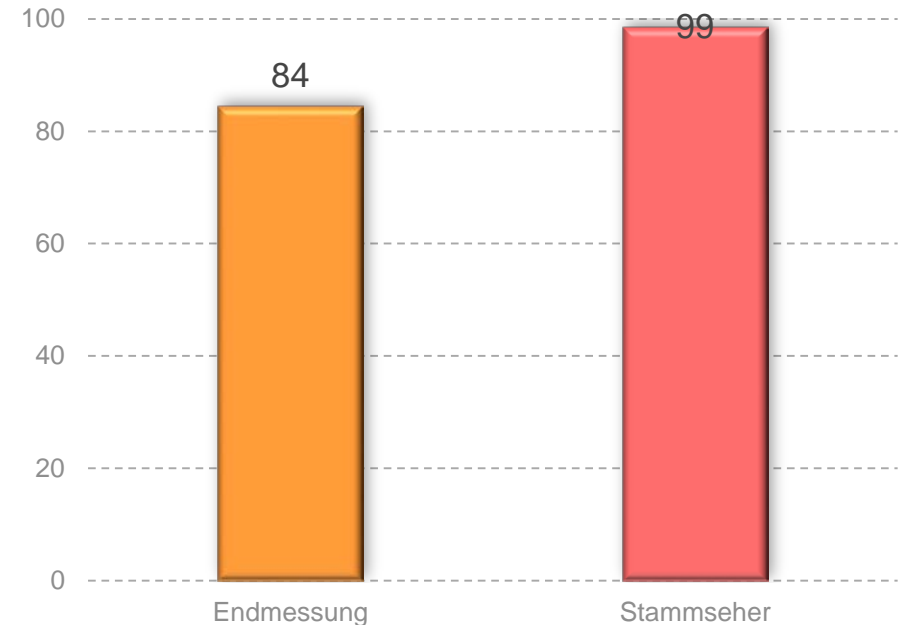
Sponsorreminder steigt mit Involvement

Ungestützte Sponsorreminder Opel Adam Angaben in Prozent



Die Sendung wurde von bestimmten Marken präsentiert, Können Sie sich erinnern, welche Marken das waren?; Basis: Frauen 14-49 Jahre, die „Germany’s Next Topmodel“ mindestens selten gesehen haben; Quelle: forsa. / SevenOne Media

Gestützte Sponsorreminder Opel Adam Angaben in Prozent

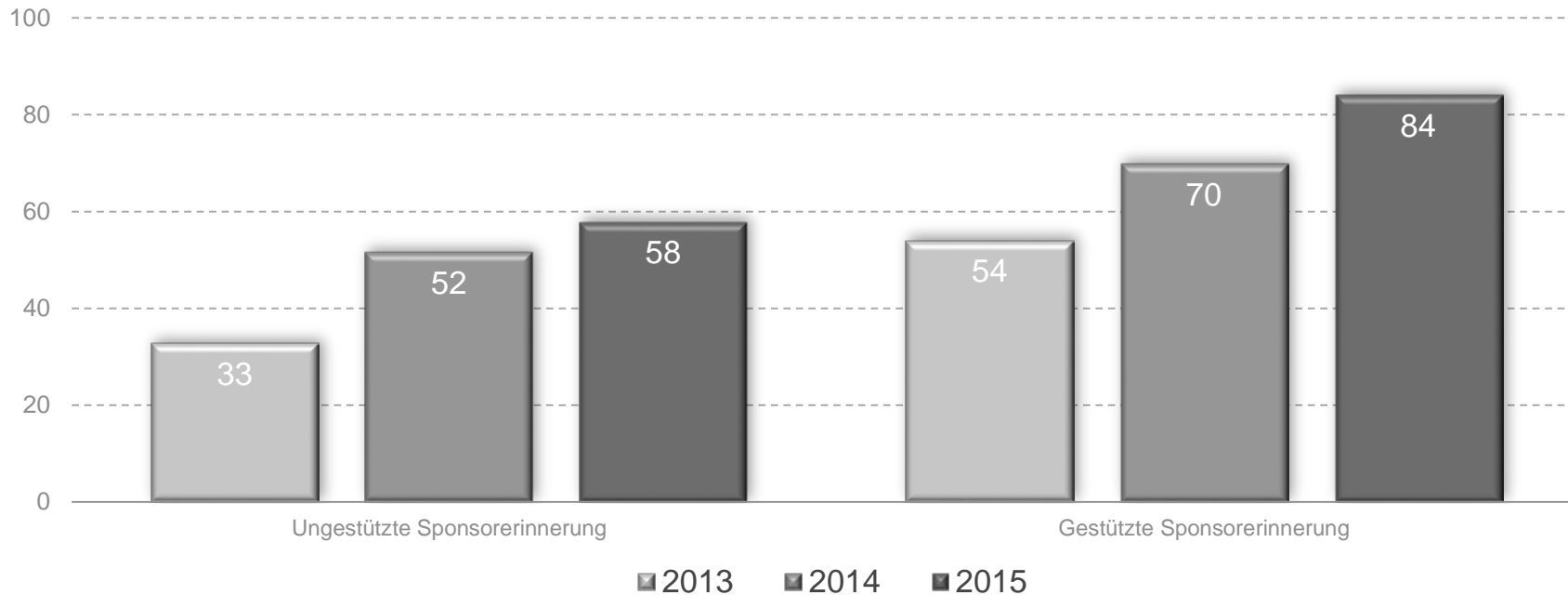


Können Sie sich an Sponsorhinweise von Opel rund um die Sendung erinnern? Basis: Frauen 14-49 Jahre, die „Germany’s Next Topmodel“ mindestens selten gesehen haben und Opel Adam kennen; Quelle: forsa. / SevenOne Media

Kontinuität zahlt sich aus – deutlicher Lerneffekt im Zeitverlauf

Sponsorerinnerung Opel Adam im Zeitverlauf

Angaben in Prozent

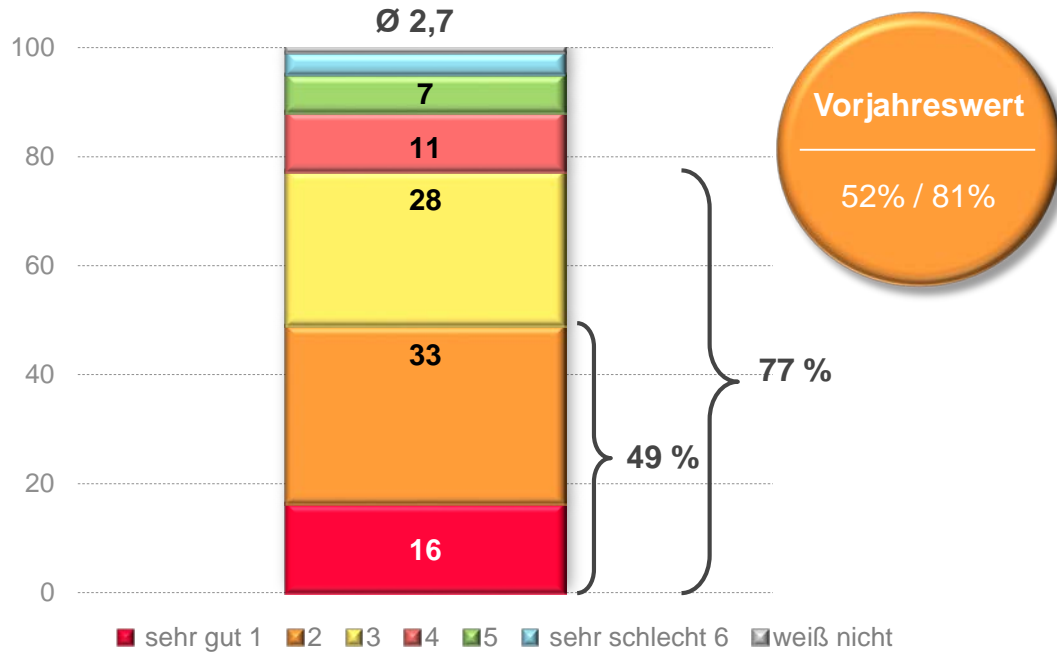


Die Sendung wurde von bestimmten Marken präsentiert, Können Sie sich erinnern, welche Marken das waren?; Basis: Frauen 14-49 Jahre, die „Germany’s Next Topmodel“ mindestens selten gesehen haben; Quelle: forsa. / SevenOne Media

Fitting wird nach wie vor als passend empfunden

Fitting Opel Adam und "Germany`s Next Topmodel"

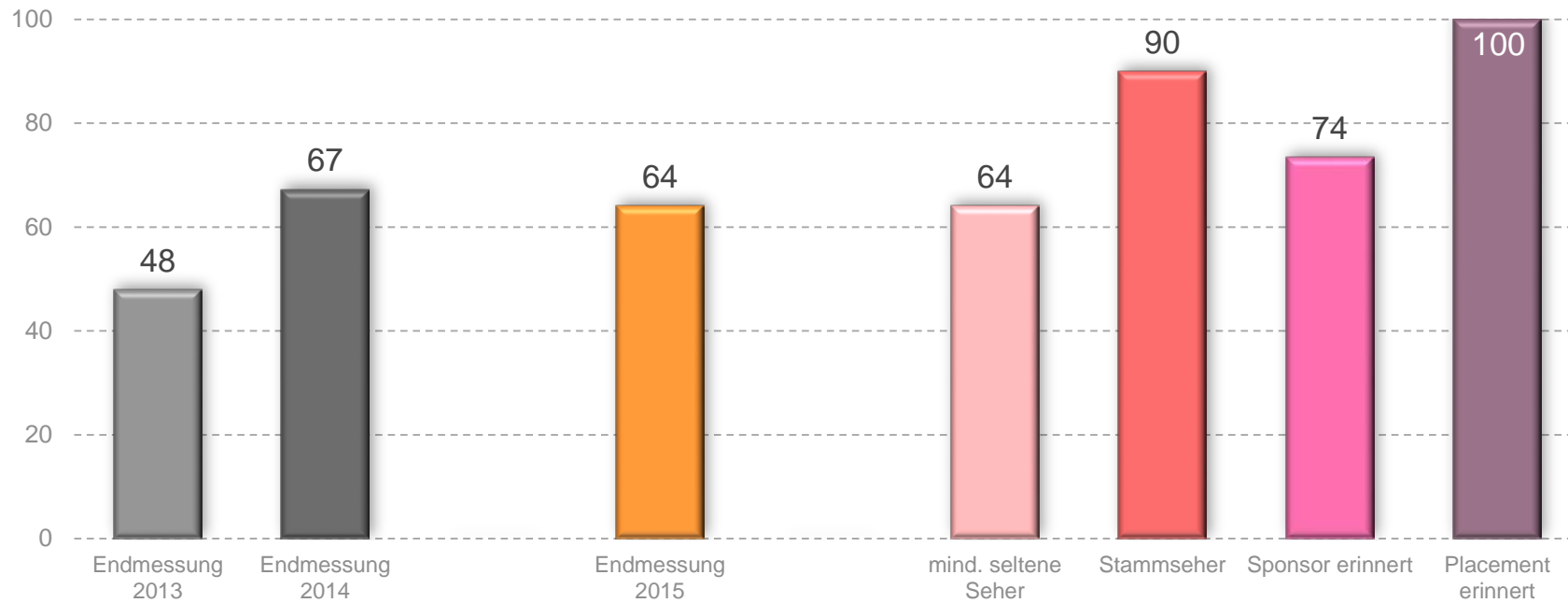
Angaben in Prozent



Wie gut passt Ihrer Meinung nach Opel Adam als Sponsor zur Sendung „Germany's Next Topmodel“?
Basis: Frauen 14-49 Jahre die sich an das Sponsoring erinnern und „Germany's Next Topmodel“
mindestens selten gesehen haben; Quelle: forsa. / SevenOne Media

Auch 2015 waren die Auftritte des Adam präsent

Bekanntheit Opel-Auftritte Angaben in Prozent

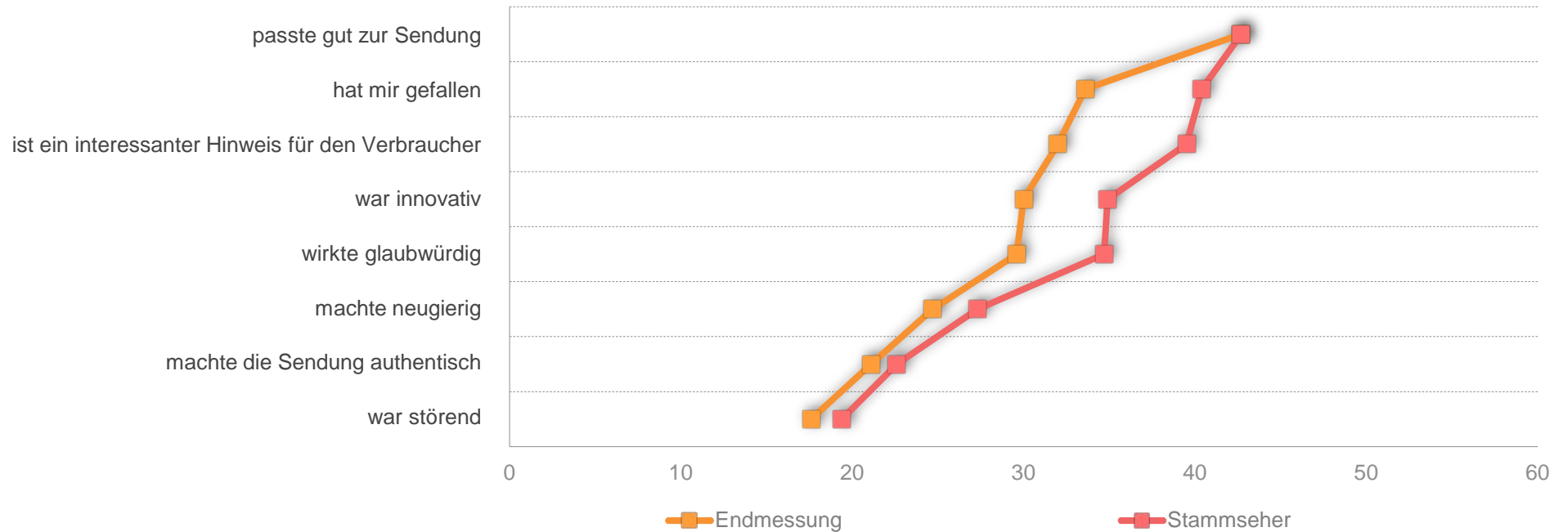


[...] Können Sie sich an einen oder mehrere Auftritte von Opel Adam während der Sendung erinnern?
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Germany's next Topmodel mindestens selten sehen
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Die Produktplatzierungen passen zur Sendung und gefallen

Bewertung Produktplatzierungen Opel Adam

Angaben in Prozent (Top Two: stimme voll und ganz zu / stimme zu)



Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Produktplatzierungen von Opel Adam erinnern
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Image und Kaufbereitschaft

Kooperation

Zwischenfazit



Rundum gelungenes und wirksames Engagement



- Auch 2015 weiterhin **steigende Markenbekanntheit** – überproportionale Werte bei den Seherinnen der Sendung
- **Top Werbeerinnerung** – bei den Stammseherinnen doppelt so hoch
- Wiederholt klares **Branding als Sponsor** – sogar ungestützt
- Sehr gutes **Fitting** zur Sendung
- **Steigendes Kaufpotenzial** – besonders hoch in der Zielgruppe



Onsite-Befragung

Agenda

Steckbrief Onsite-Befragung

Daten zur Sendungsnutzung

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Integration

Fazit

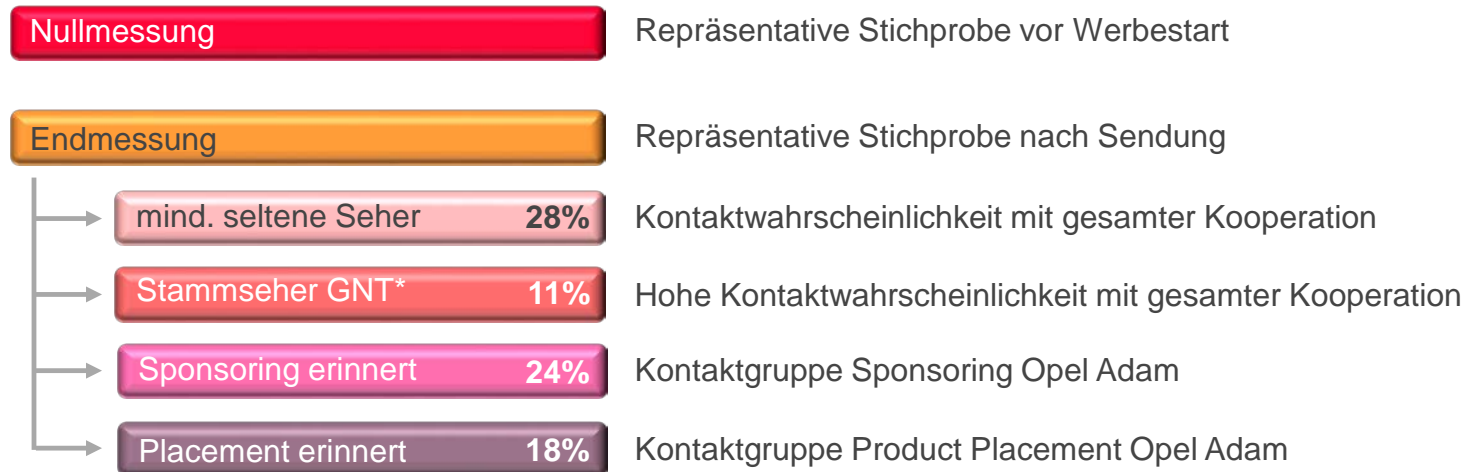


Steckbrief

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

Verschiedene Sehergruppen

In den folgenden Auswertungen werden sechs Gruppen dargestellt:



* mind. jede zweite Sendung

Verschiedene Kontaktgruppen

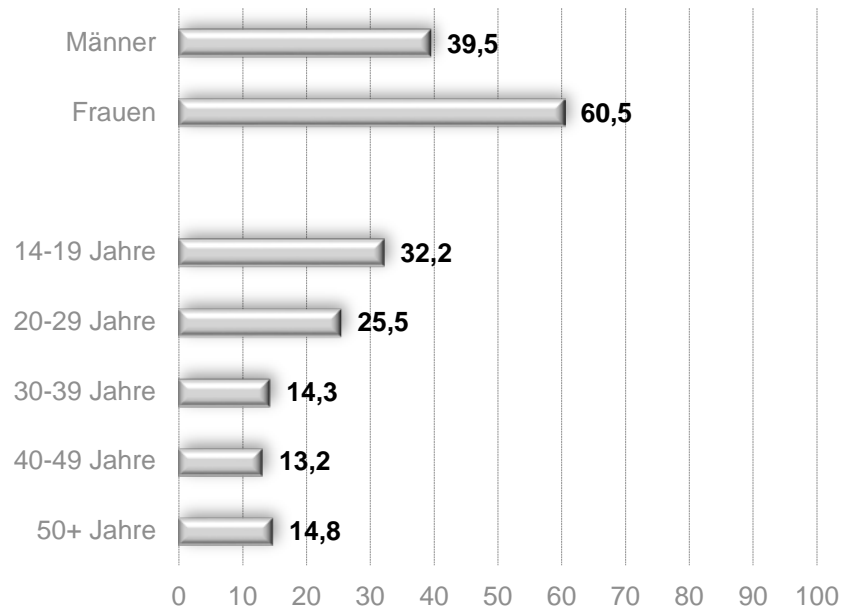
In den folgenden Auswertungen werden vier Gruppen dargestellt:



* 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

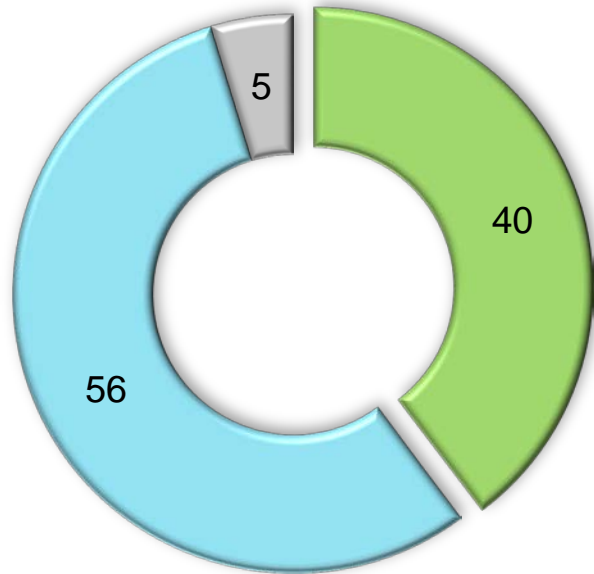
Fazit



40 Prozent kennen den Online-Bereich

Bekanntheit des Online-Bereichs GNT

Angaben in Prozent

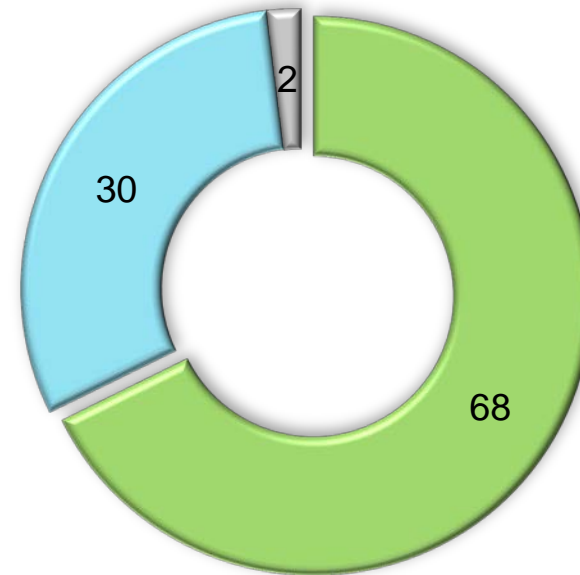


■ ja ■ nein ■ weiß nicht

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

Besuch des Online-Bereichs GNT

Angaben in Prozent



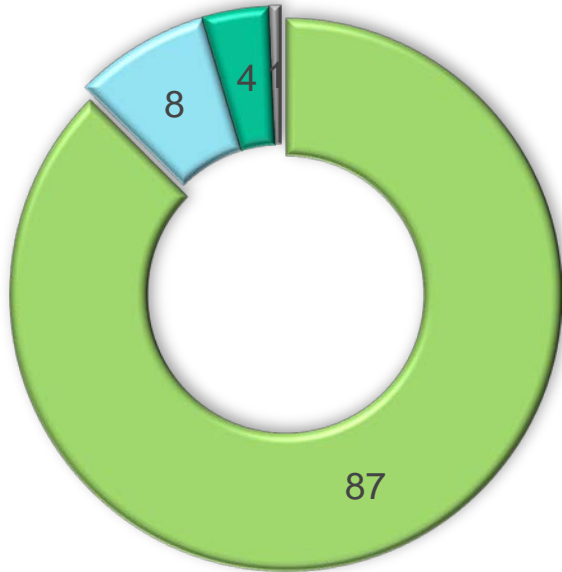
■ ja ■ nein ■ weiß nicht

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

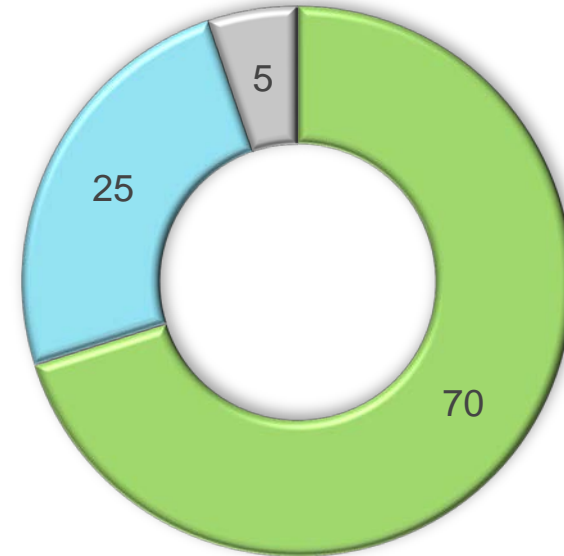


- ja
- nein, kann es mir aber vorstellen
- nein, und habe es auch nicht vor
- weiß nicht

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

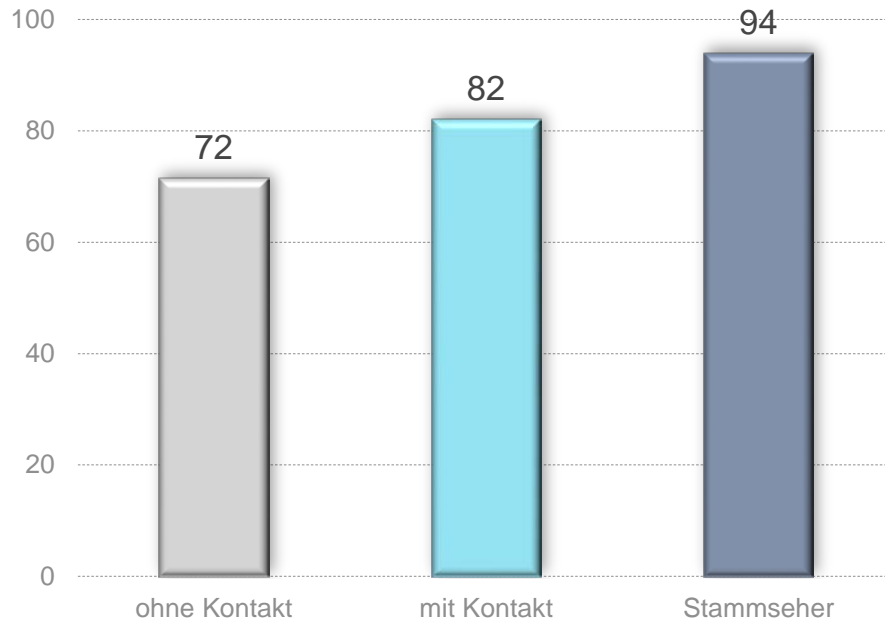
Integration

Fazit

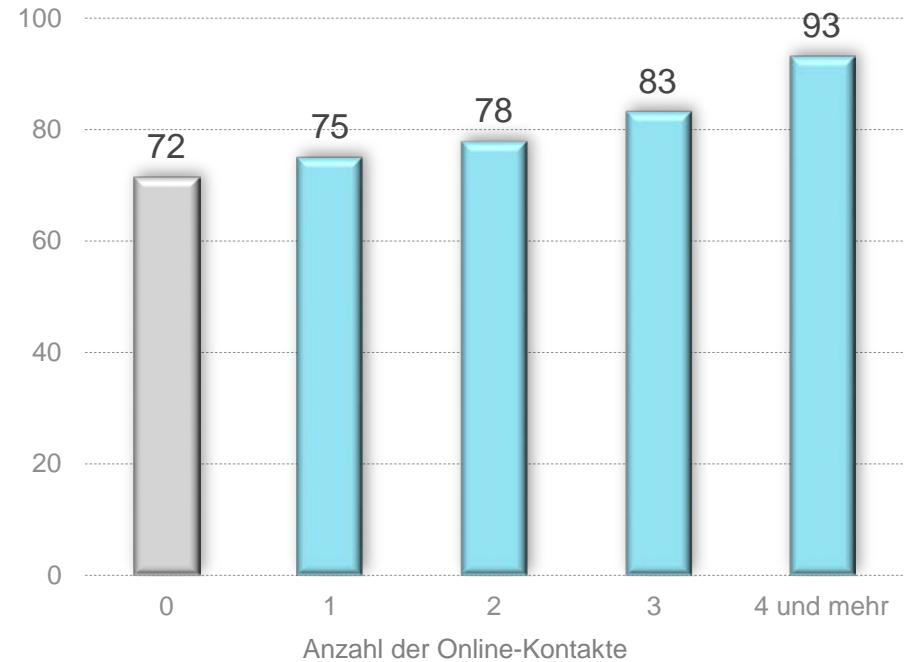


Bekanntheit des Adam steigt auch 2015 mit Kontakten und Involvement nochmal an

Markenbekanntheit Opel Adam Angaben in Prozent



Markenbekanntheit Opel Adam Angaben in Prozent

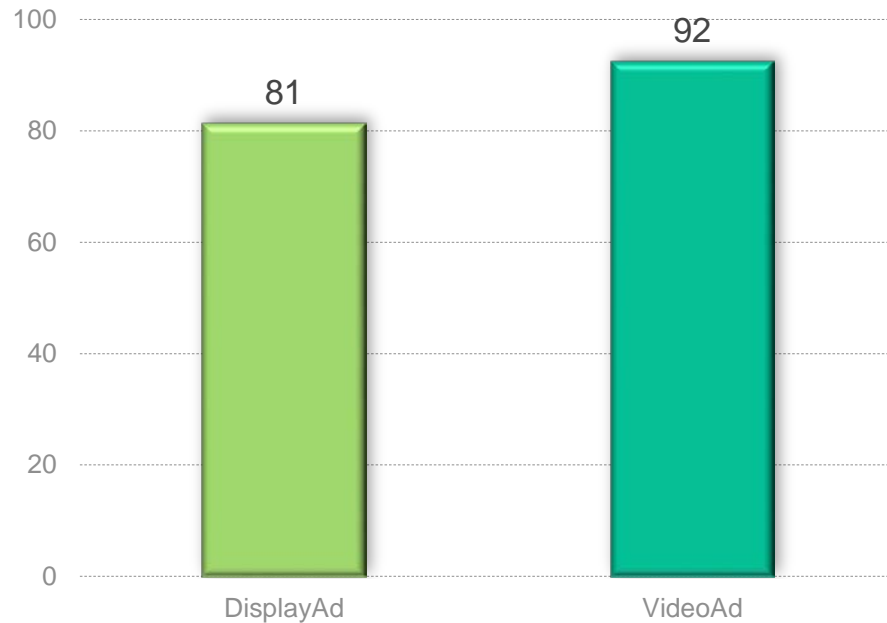


Sie sehen nun einige Modelle von Kleinwagen. Kreuzen Sie bitte diejenige an, die Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.
Basis: User von ProSieben.de u.a.
Quelle: SevenOne Media.

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

Markenbekanntheit Opel Adam

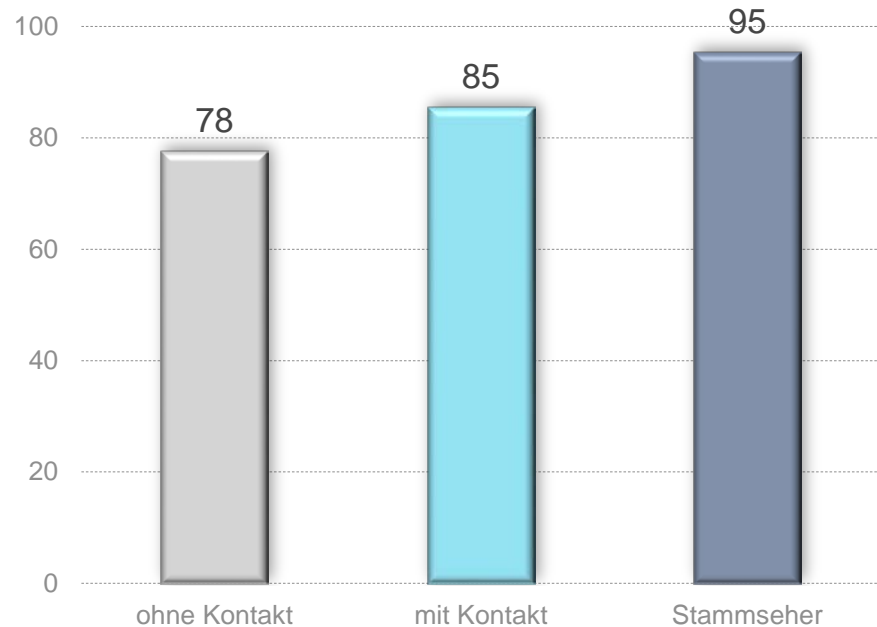
Angaben in Prozent



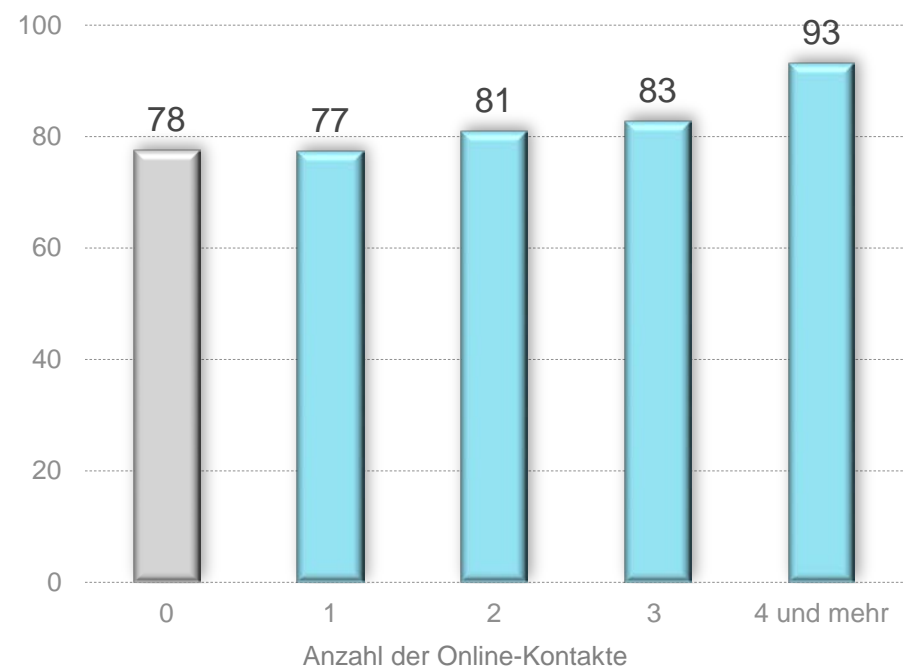
Sie sehen nun einige Modelle von Kleinwagen. Kreuzen Sie bitte diejenige an, die Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.
Basis: User von ProSieben.de u.a.
Quelle: SevenOne Media

Werbeerinnerung bei Stammsehern und häufig kontaktierten auf sehr hohem Niveau

Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent



Werbeerinnerung Opel Adam Angaben in Prozent

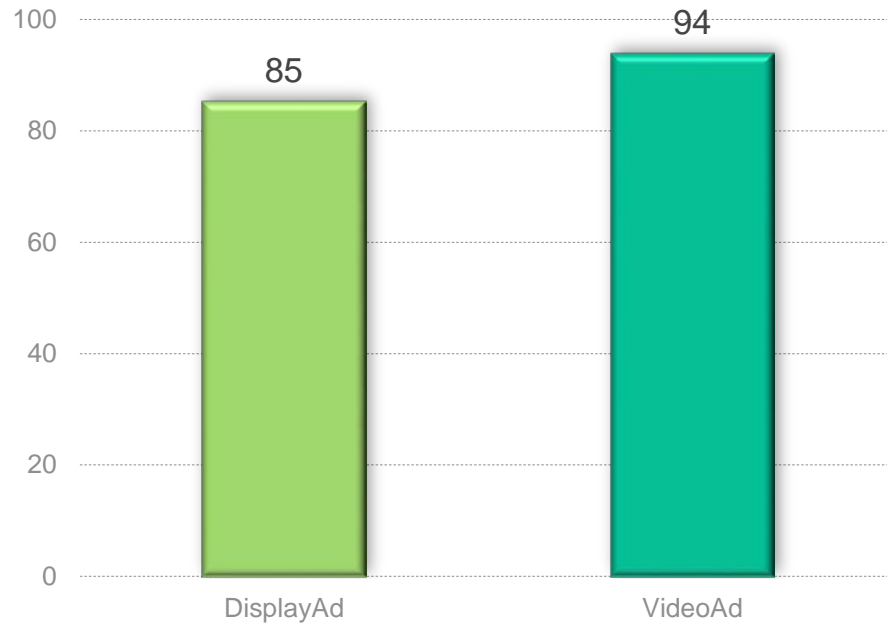


Und für welche der folgenden Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? Bitte kreuzen Sie alle Modelle an, für die Sie Werbung gesehen haben.
Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen
Quelle: SevenOne Media

VideoAds zahlen in hohem Maße auf die Werbeerinnerung ein

Werbeerinnerung Opel Adam

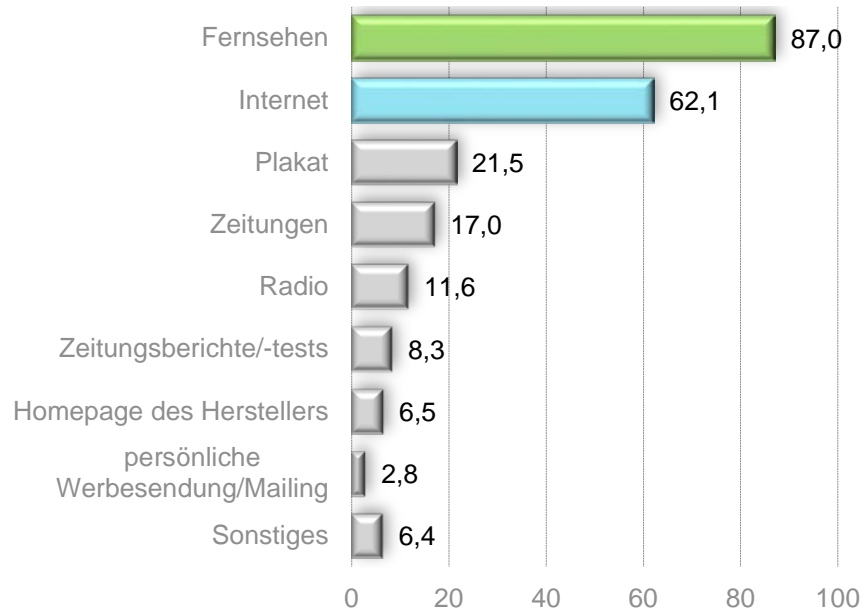
Angaben in Prozent



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

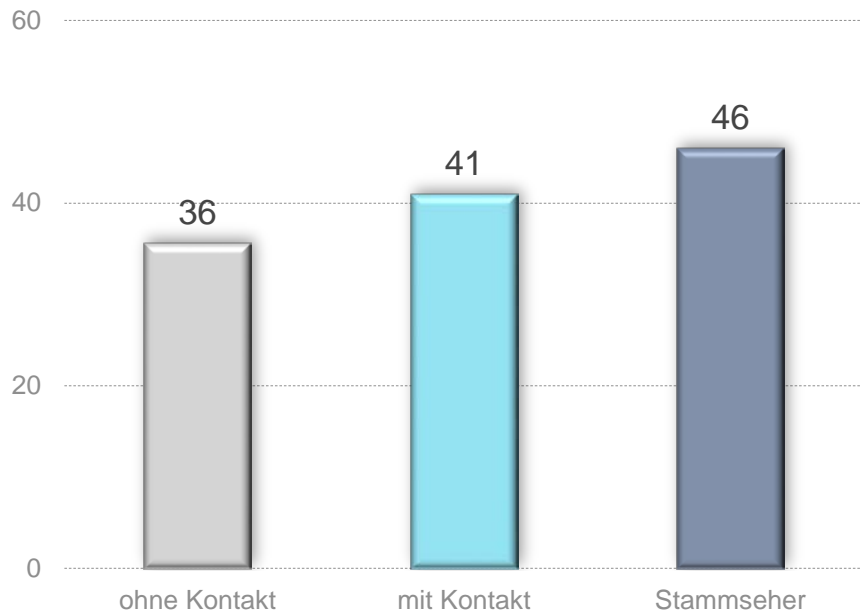
Fazit



Auch auf die Kaufbereitschaft wirkt sich das Engagement positiv aus

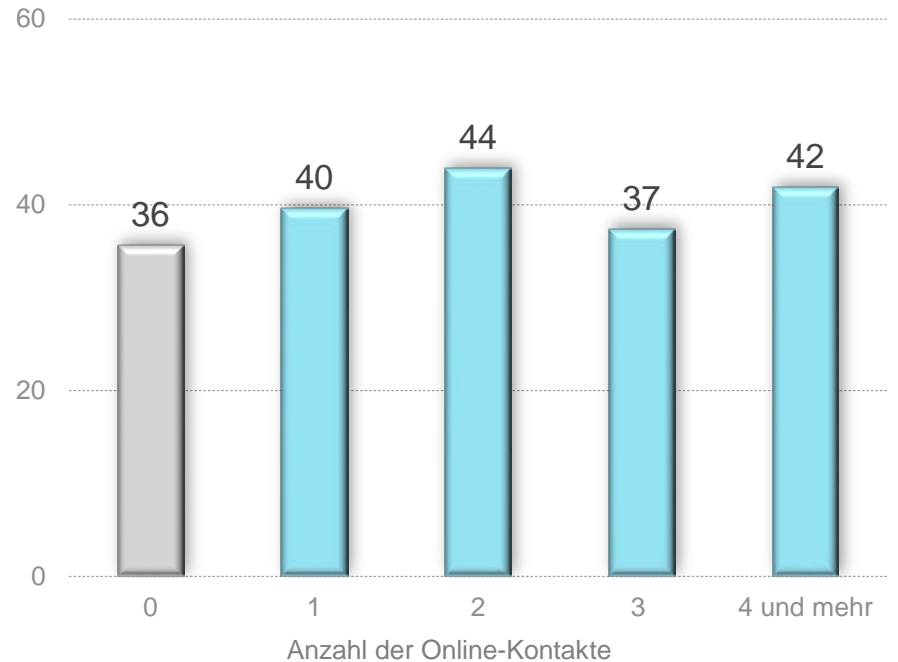
Kaufbereitschaft Opel Adam

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?

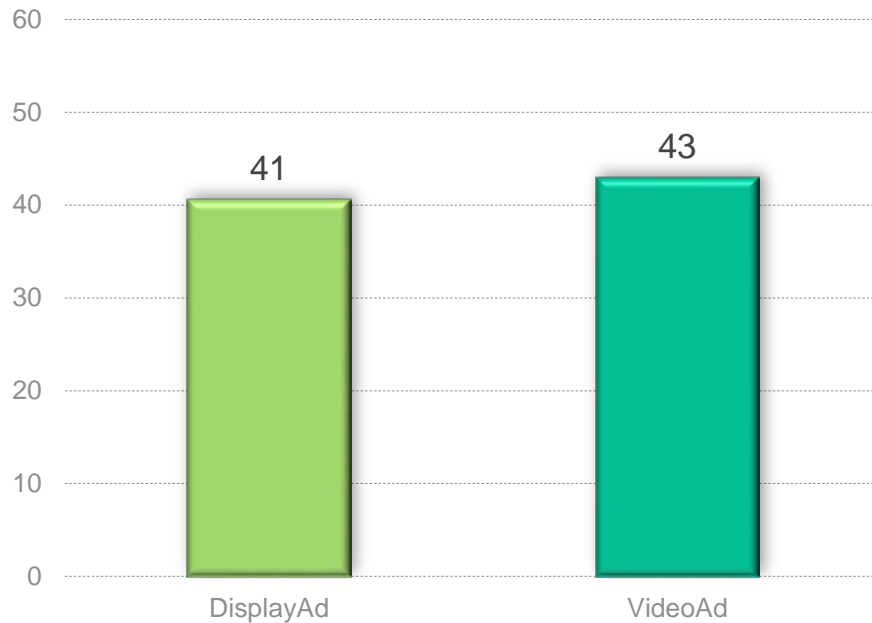
Basis: User von ProSieben.de u.a., die Opel Adam kennen

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

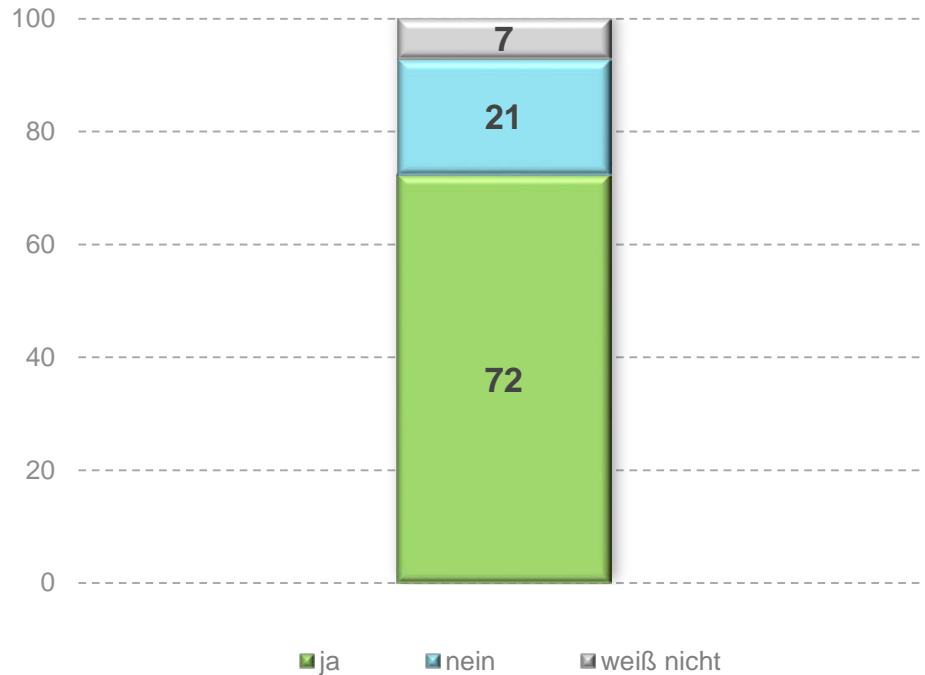
Integration

Fazit



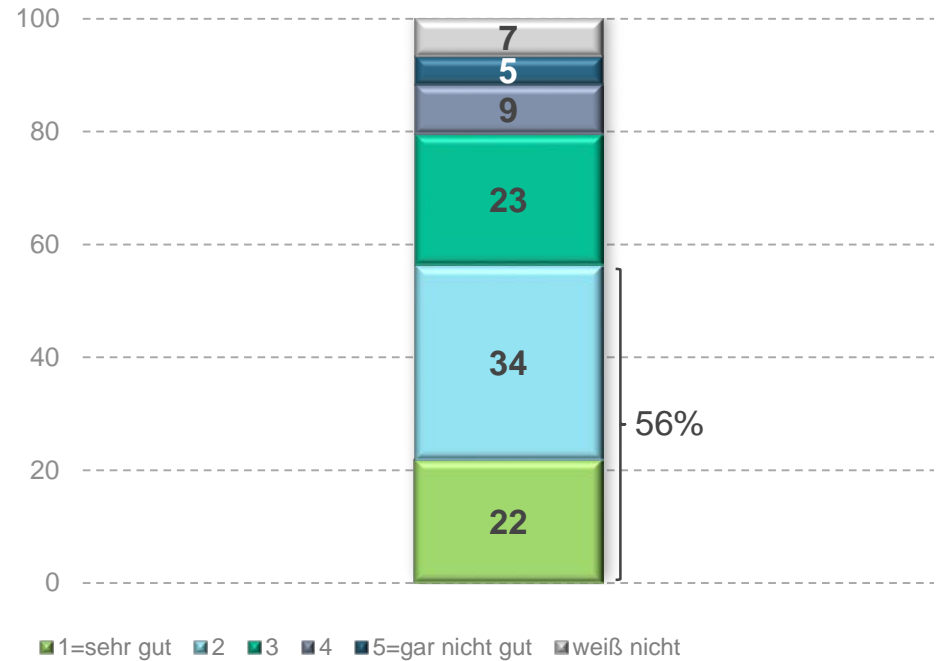
Sehr hoher Sponsorrecall und gutes Fitting

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

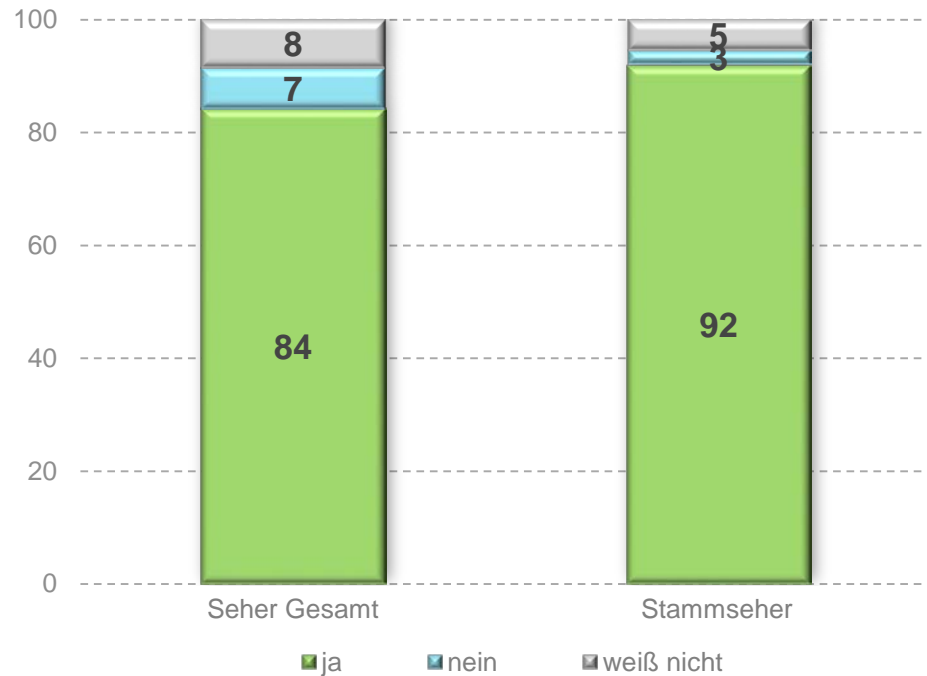
Sponsorfitting Opel Adam Angaben in Prozent



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**