

Jean & Len - GERMANY'S NEXT TOPMODEL

Begleitforschung

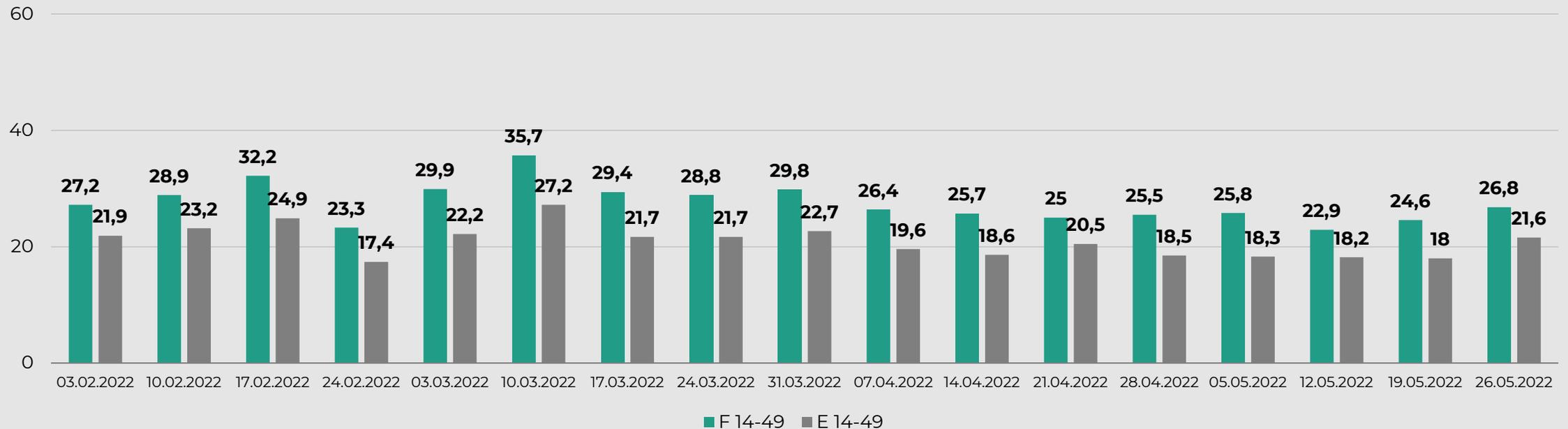
STECKBRIEF

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Frauen 18-49 Jahre
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 18.-22. Januar 2022 // Zwischenmessung: 13.-18. April 2022 // Endmessung: 27.-30. Mai 2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 826 // Zwischenmessung: n = 833 // Endmessung: n = 1.577
Wirkungsmaße	Gestützte Bekanntheit, gestützte Werbeerinnerung, Kaufbereitschaft, Placementerinnerung, Bewertung Placement, Sponsor Erinnerung und -fit

TOLLE QUOTEN AUCH IN STAFFEL 17

MARKTANTEILE GERMANY´S NEXT TOPMODEL DONNERSTAGS 20:15 UHR 03.02.2022 – 26.05.2022

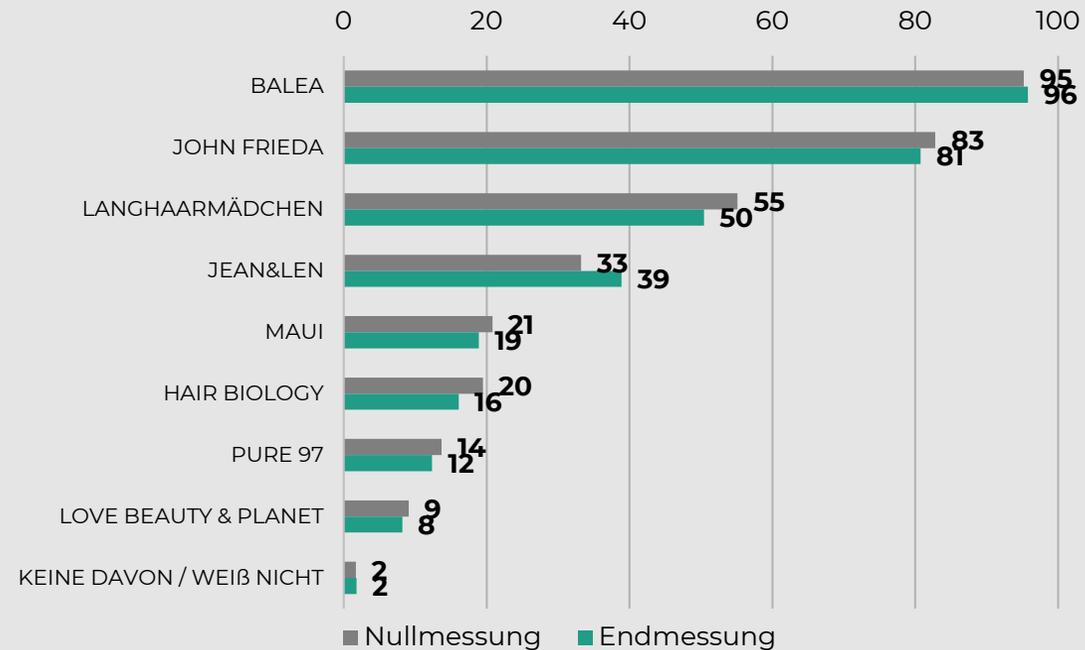
Angaben in Prozent



BEKANNTHEIT STEIGT BEI STAMMSEHERINNEN IM ZEITVERLAUF STARK AN

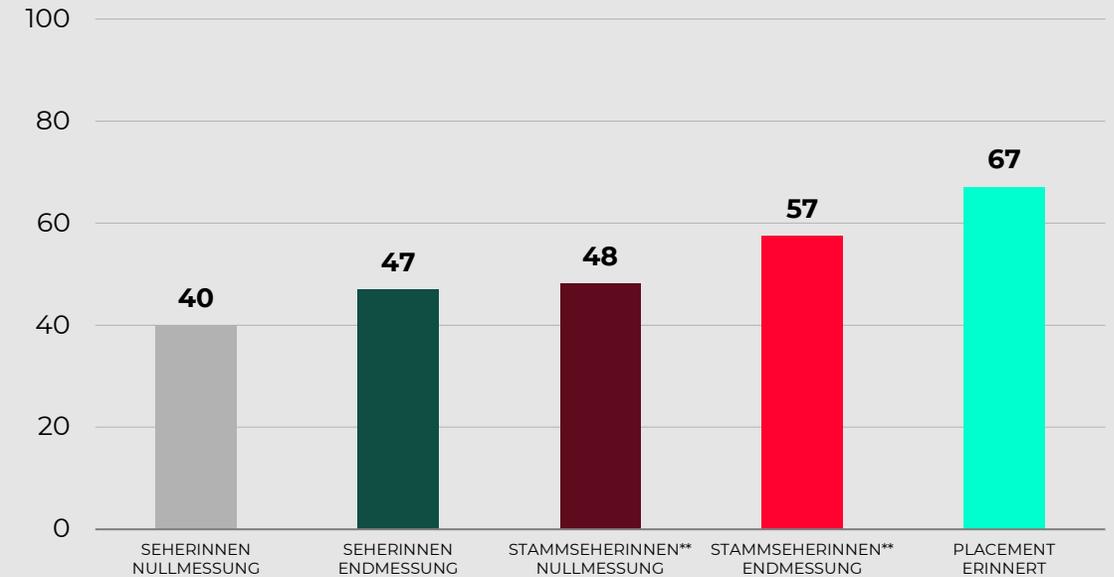
GESTÜTZTE BEKANNTHEIT BEAUTYMARKEN

Angaben in Prozent



BEKANNTHEIT - JEAN&LEN

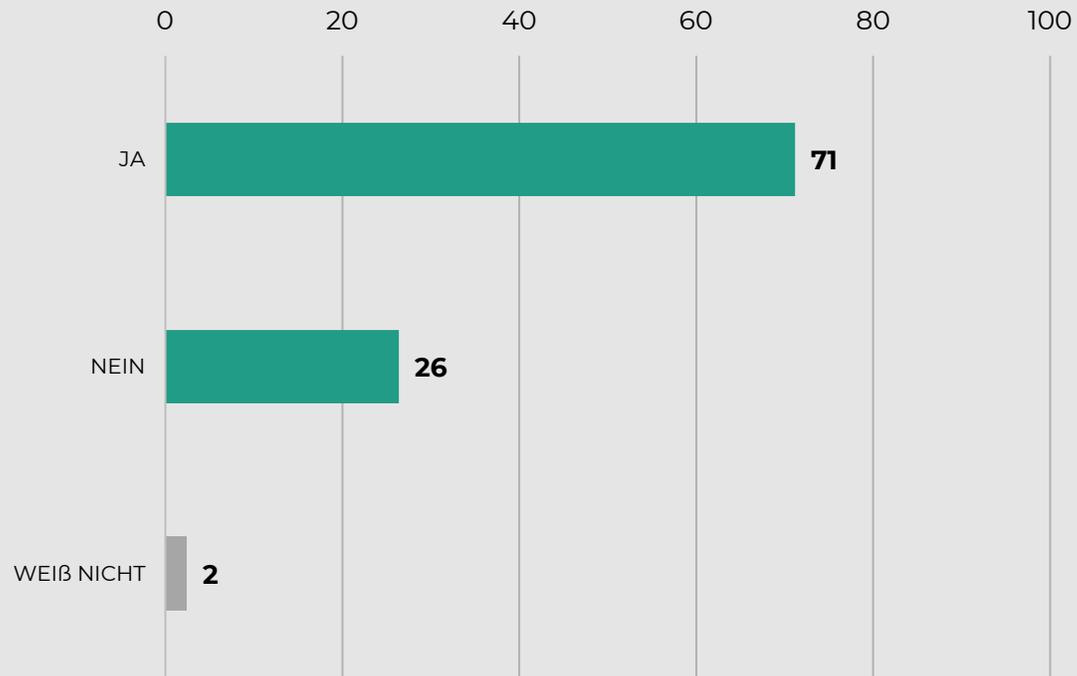
Angaben in Prozent



DIE MARKE WAR VIELEN SCHON VOR GNTM BEKANNT

BEKANNTHEIT JEAN&LEN VOR GNTM

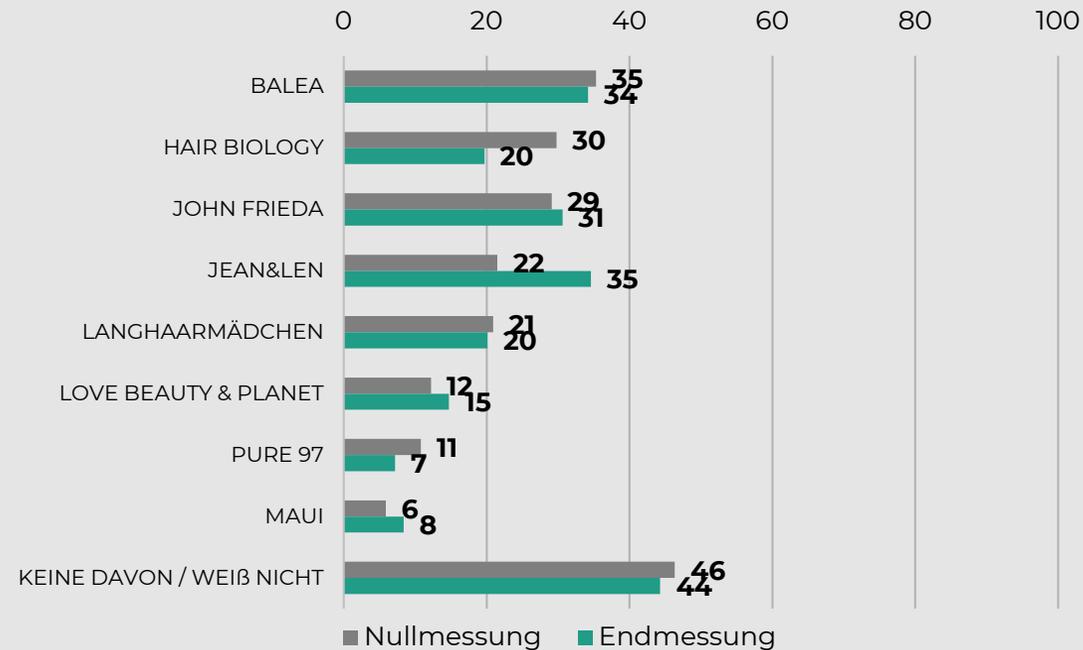
Angaben in Prozent



ZWEI DRITTEL DER STAMMSEHERINNEN ERINNERN SICH AN WERBUNG

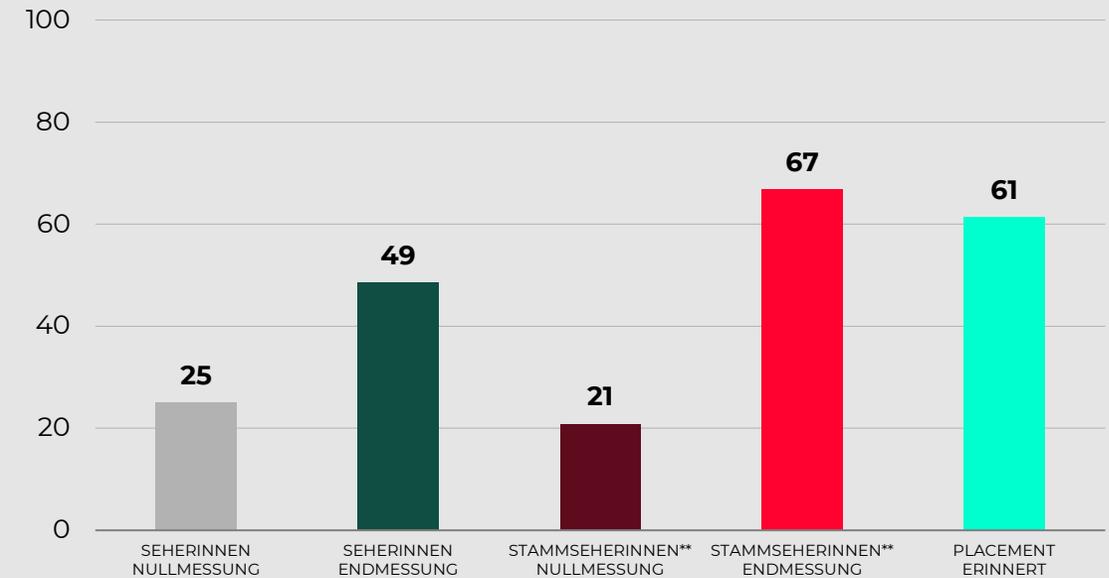
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG BEAUTYMARKEN

Angaben in Prozent



WERBEERINNERUNG - JEAN&LEN

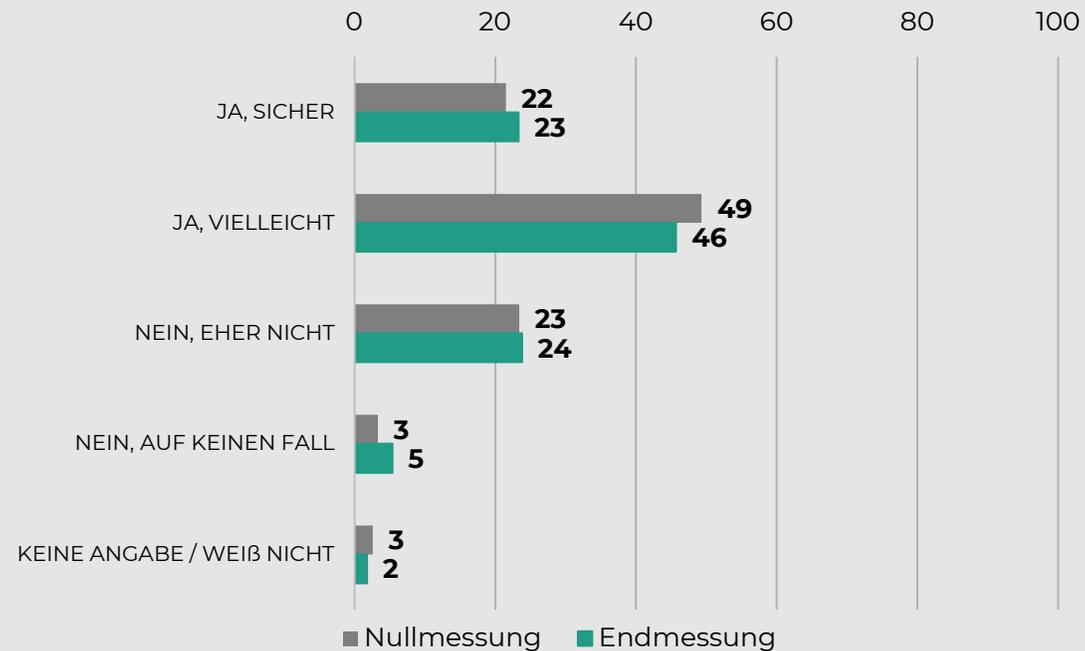
Angaben in Prozent



INSGESAMT SEHR HOHE KAUFBEREITSCHAFT

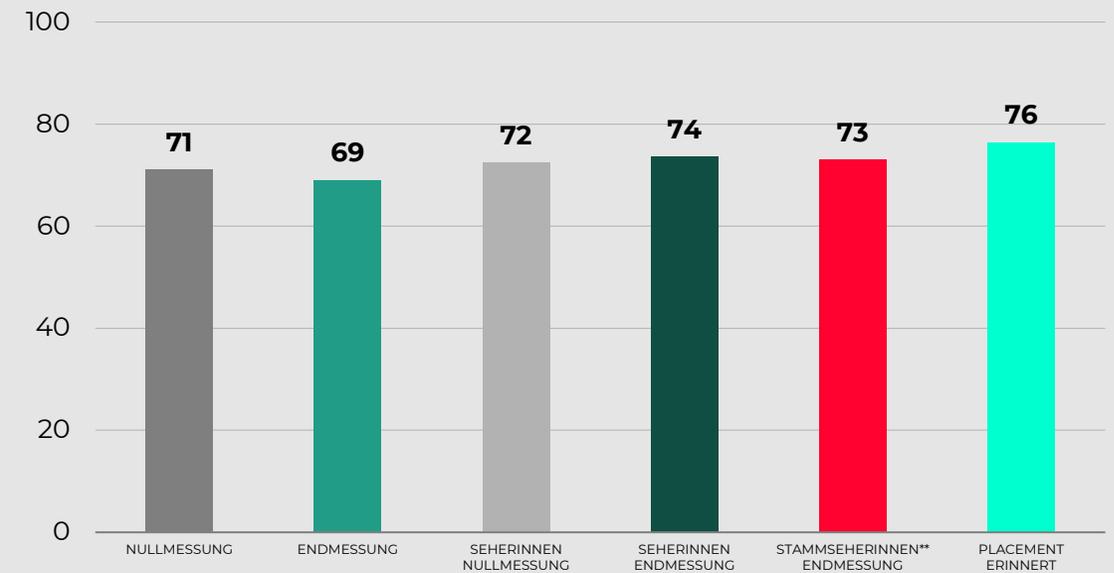
KAUFBEREITSCHAFT - JEAN&LEN

Angaben in Prozent



KAUFBEREITSCHAFT - JEAN&LEN

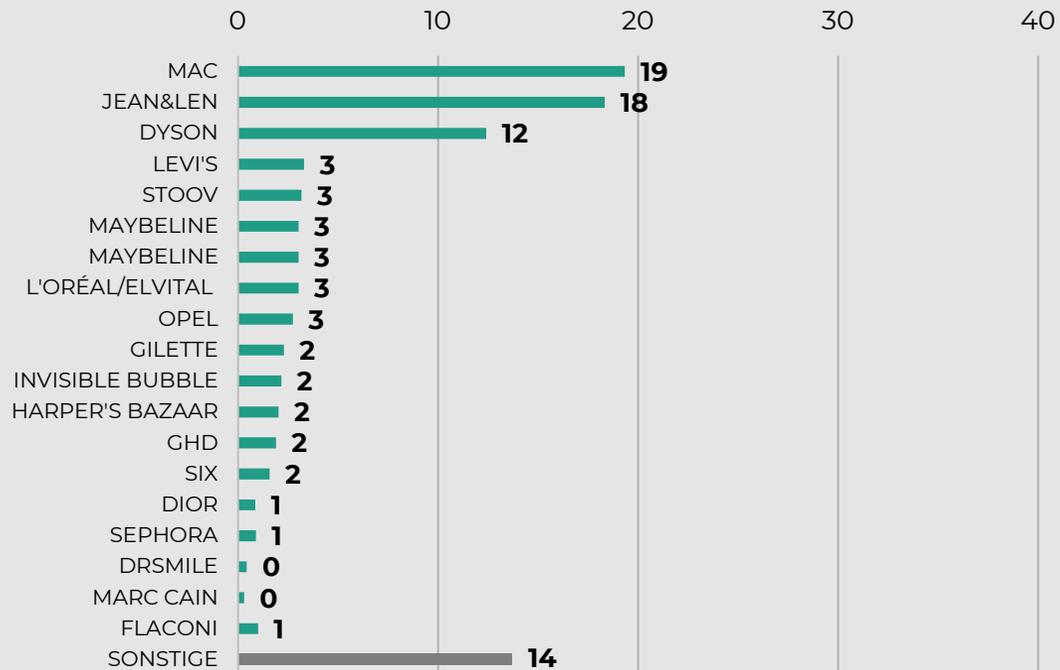
Angaben in Prozent, Top2 (ja, sicher / ja, vielleicht)



DIE UNGESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT IST IM STAFFELVERLAUF GESTIEGEN

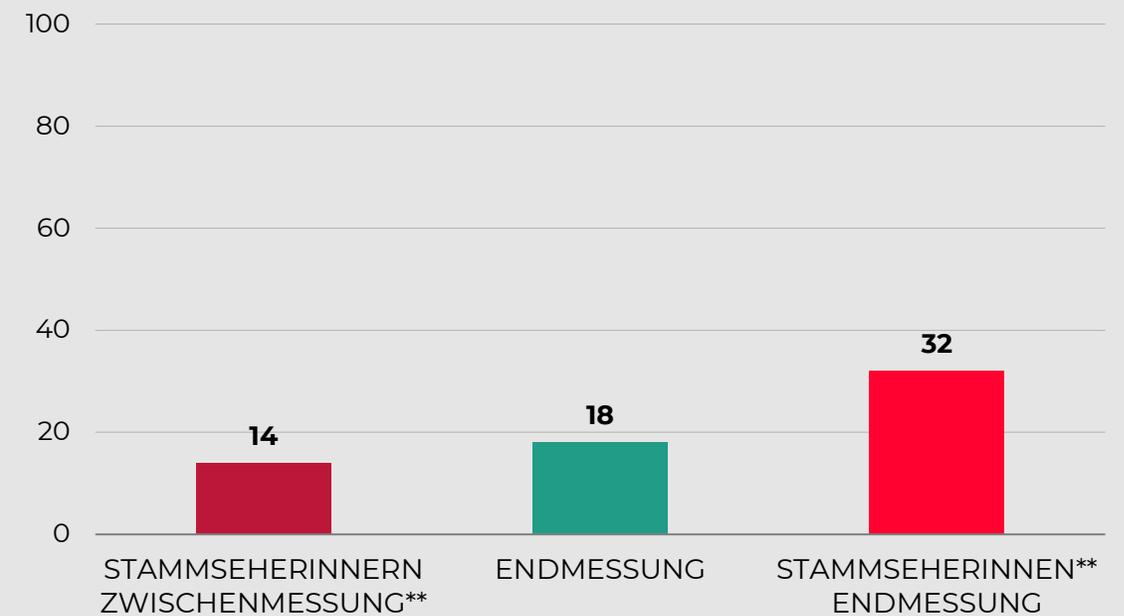
UNGESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT

Angaben in Prozent



UNGESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT - JEAN&LEN

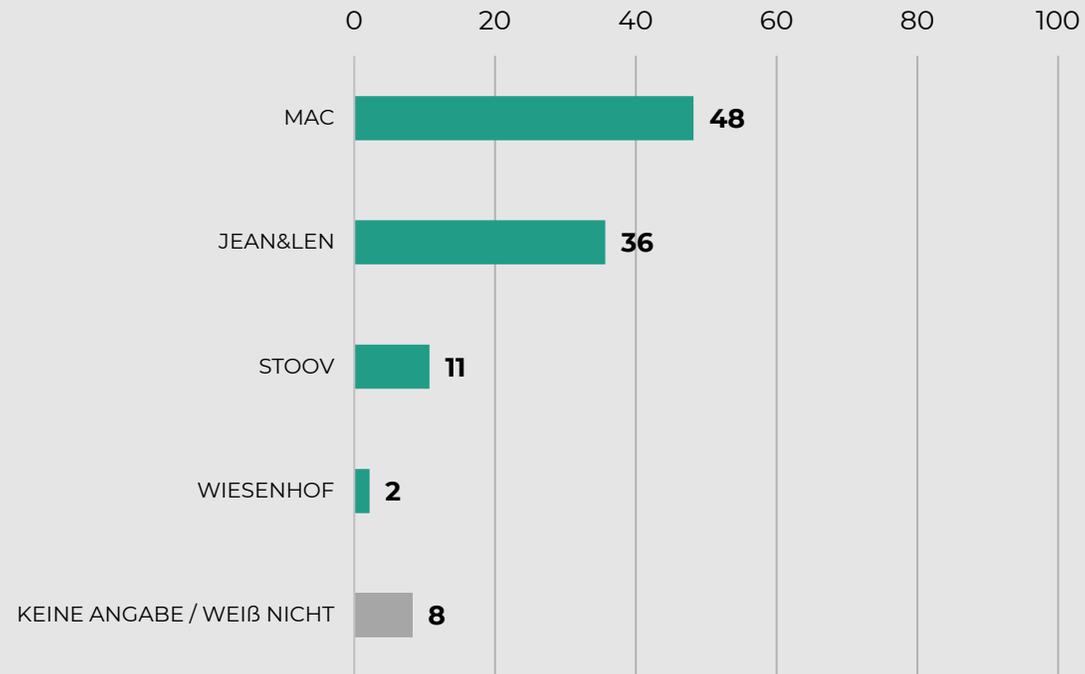
Angaben in Prozent



MEHR ALS EIN DRITTEL DER STAMMSEHERINNEN ERINNERT JEAN&LEN ALS SPONSOR

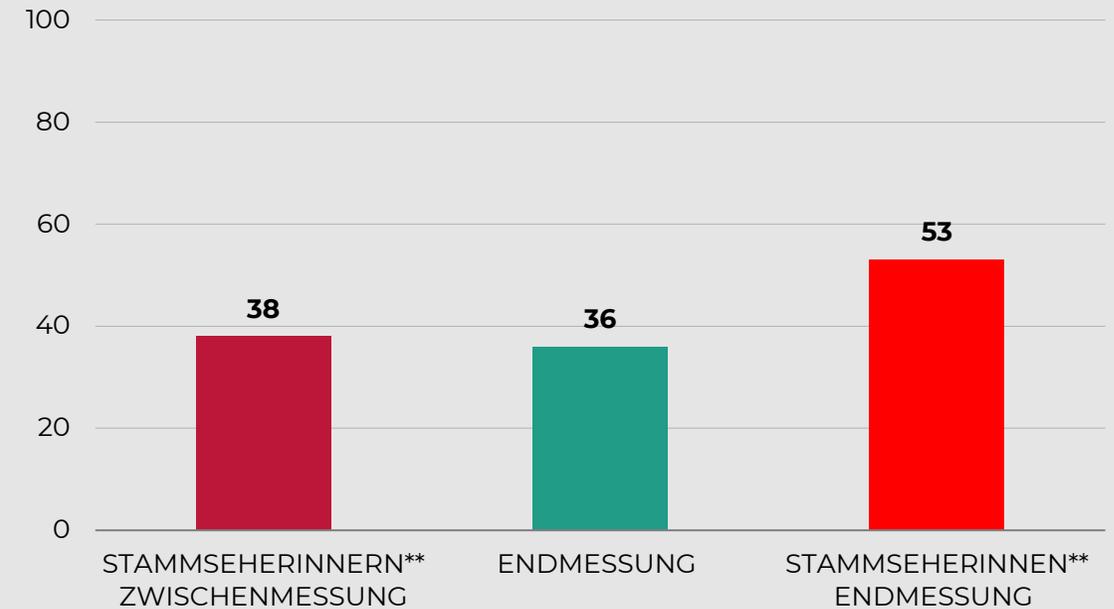
GESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT

Angaben in Prozent

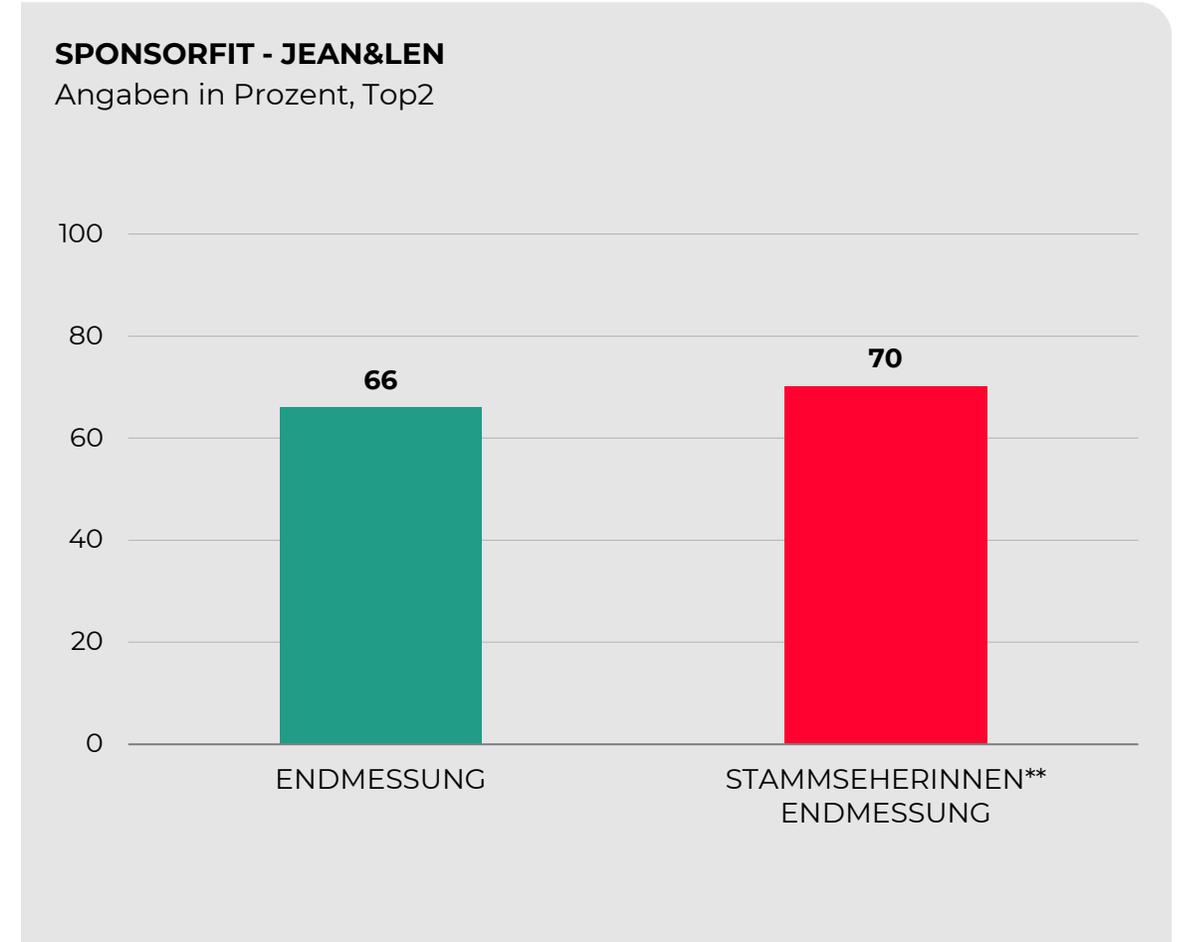
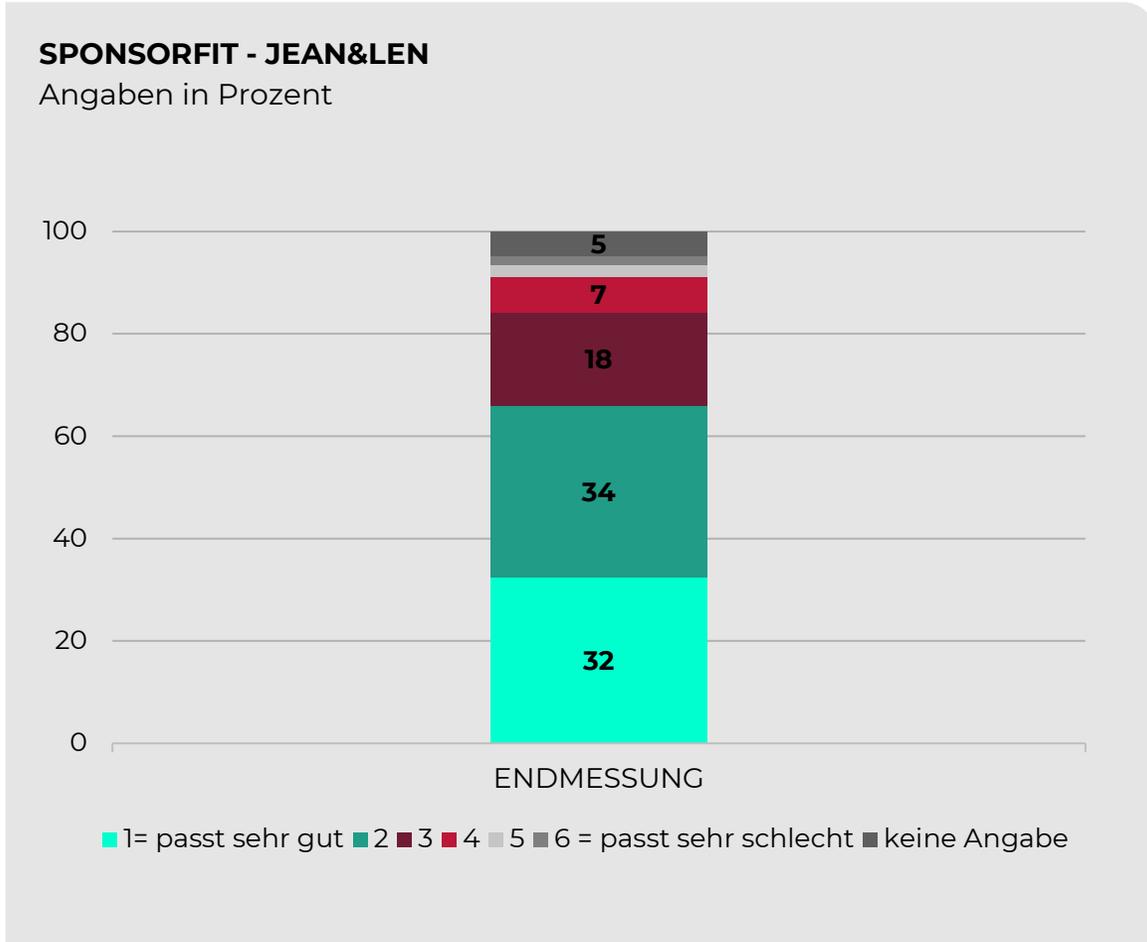


GESTÜTZTE SPONSORBEKANNTHEIT - JEAN&LEN

Angaben in Prozent



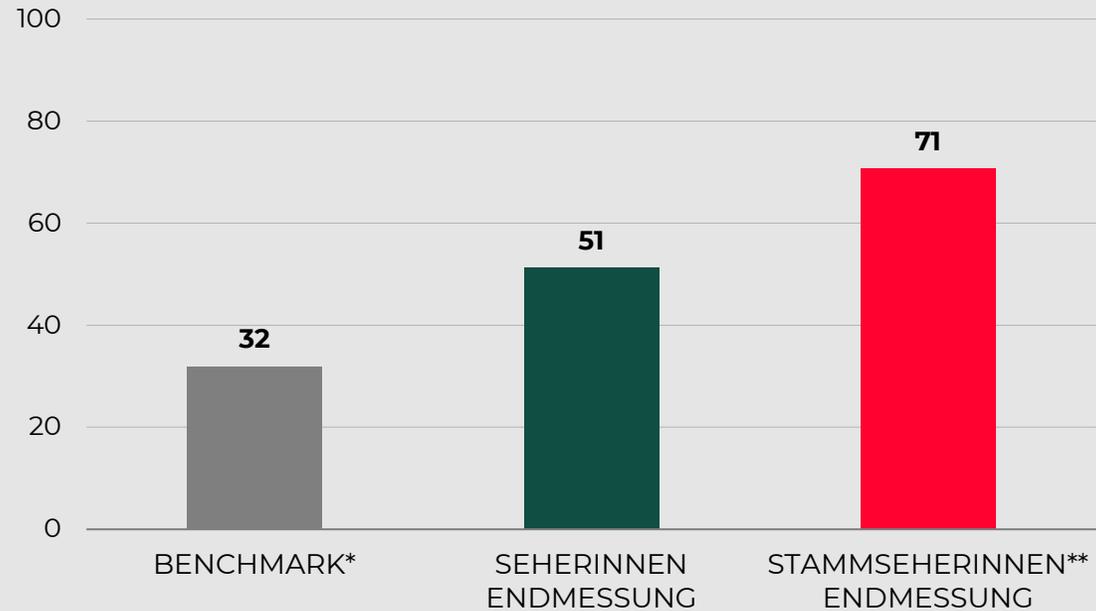
DIE MARKE PASST GUT ZU GNTM



71 PROZENT DER STAMMSEHERINNEN ERINNERN SICH AN DAS PLACEMENT

GESTÜTZTE PLACEMENTERINNERUNG – JEAN&LEN

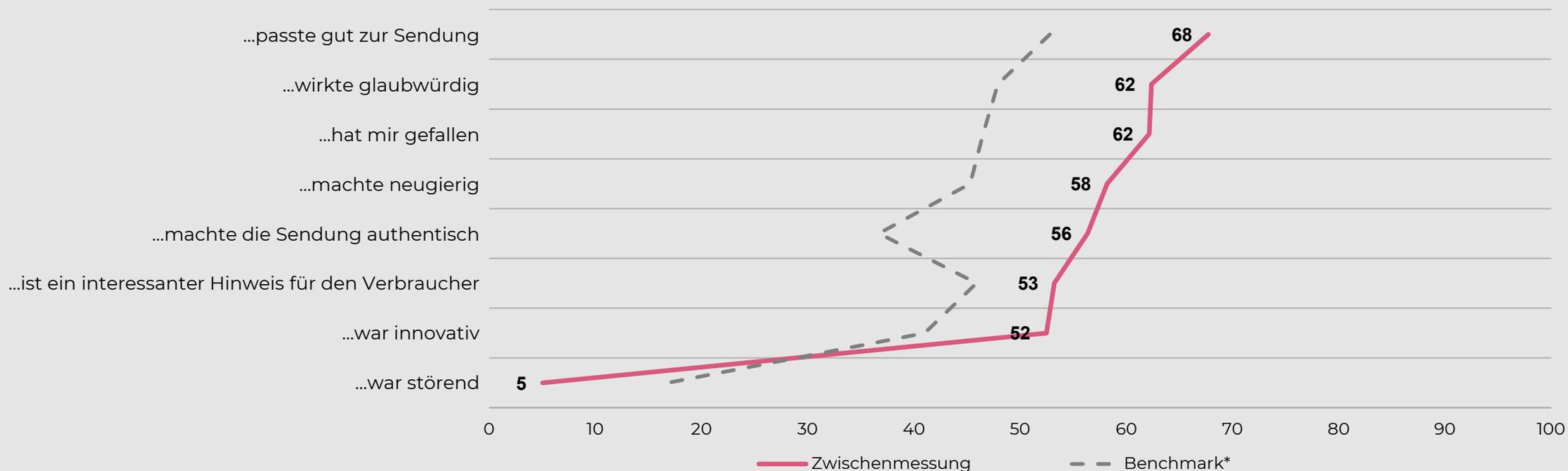
Angaben in Prozent



PLACEMENT PASST ZUR SENDUNG, WIRKT GLAUBWÜRDIG UND GEFÄLLT

BEWERTUNG PLACEMENTS - JEAN&LEN

Angaben in Prozent (Top2)



KEY FACTS

- Die Bekanntheit von Jean&Len nimmt insgesamt zu. Die Marke kann durch die Integration in der Sendung ihre Bekanntheit unter den Stammseherinnen erheblich steigern.
- Auch die Werbeerinnerung ist unter den Stammseherinnen hoch
- Die Kaufbereitschaft ist insgesamt recht hoch, bis zu 71 Prozent können sich einen Kauf vorstellen.
- Sowohl die gestützte als auch die ungestützte Sponsorbekanntheit hat im Laufe der Staffel zugenommen. Die Hälfte der Stammseherinnen kann sich an Jean&Len als Sponsor erinnern. Für 72 Prozent passt die Marke gut zu Germany's next Topmodel
- Mehr als zwei Drittel der Stammseherinnen können sich an Jean&Len als Placement erinnern. Das Placement passt gut zur Sendung, wirkt glaubwürdig und gefällt.

Fazit

Die Bekanntheit von Jean&Len kann durch die Integration bei Germany's next Topmodel deutlich gesteigert werden. Das Sponsoring und das Placement werden zudem gut erinnert und werden als passend zur Sendung wahrgenommen.

Advertising and Media Research

SANDRA SCHREINER

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-4184

Sandra.Schreiner@seven.one

Advertising and Media Research

JACQUELINE MUSCHLER

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-2204

Jacqueline.muschler@seven.one

