

TOPTARIF

Kampagnentracking zum Sponsoring Split Bundle

Agenda

1 | **Steckbrief**

2 | **Werbewirkung**

3 | **Fazit**

Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	Männer 20-39 Jahre, mind. seltene The Big Bang Theory-Seher
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogen
Zeitraum	Nullmessung: 2. bis 6. Januar 2018 Endmessung: 27. Februar bis 6. März 2018
Stichprobe	Nullmessung: n= 786 Endmessung: n= 791
Wirkungsmaße	gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set

Agenda

1 | Steckbrief

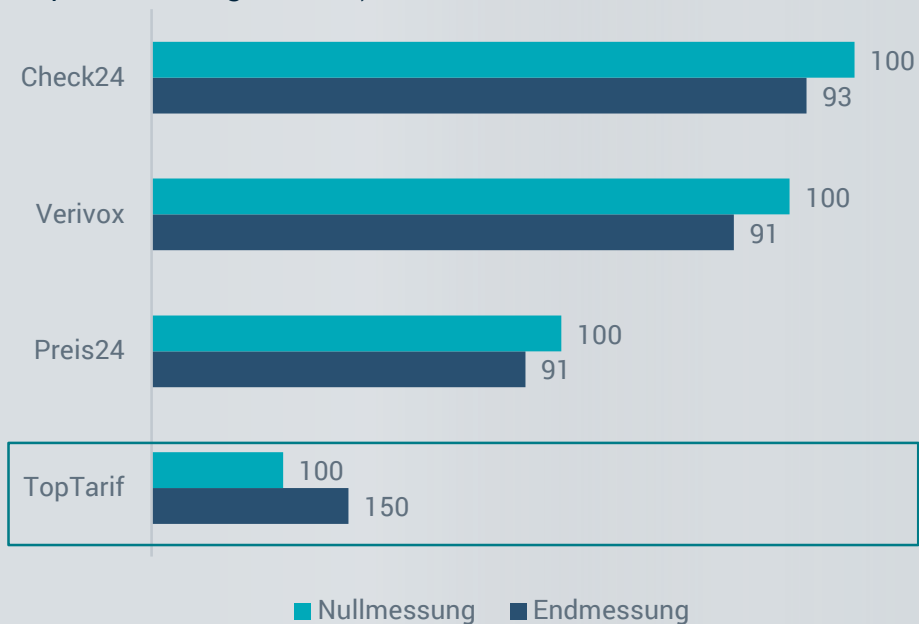
2 | **Werbewirkung**

3 | Fazit

Anstieg der gestützten Markenbekanntheit

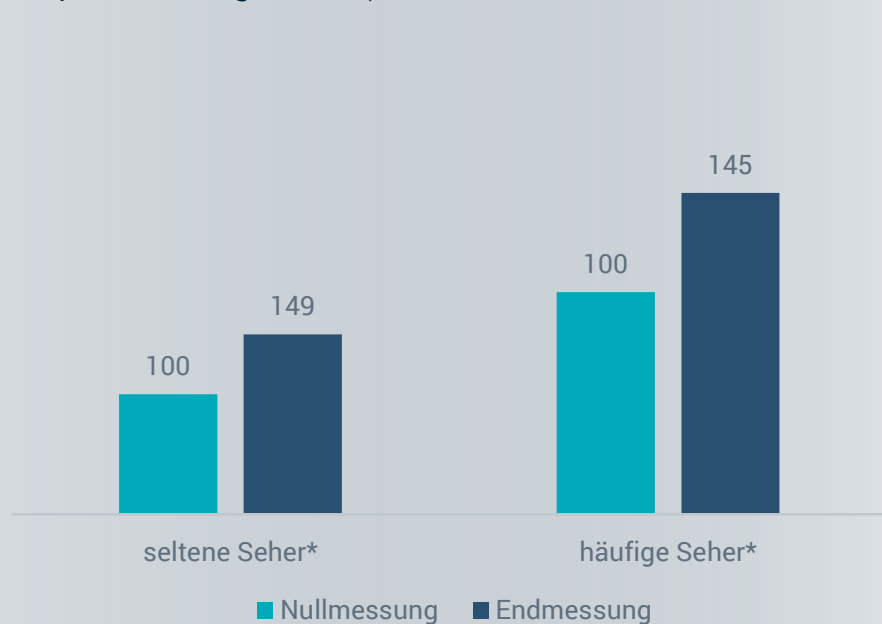
Gestützte Markenbekanntheit

Angaben in Indizes (Nullmessung jeweils 100; Säulengröße entspricht Wirkungsniveaus)



Gestützte Markenbekanntheit - TopTarif

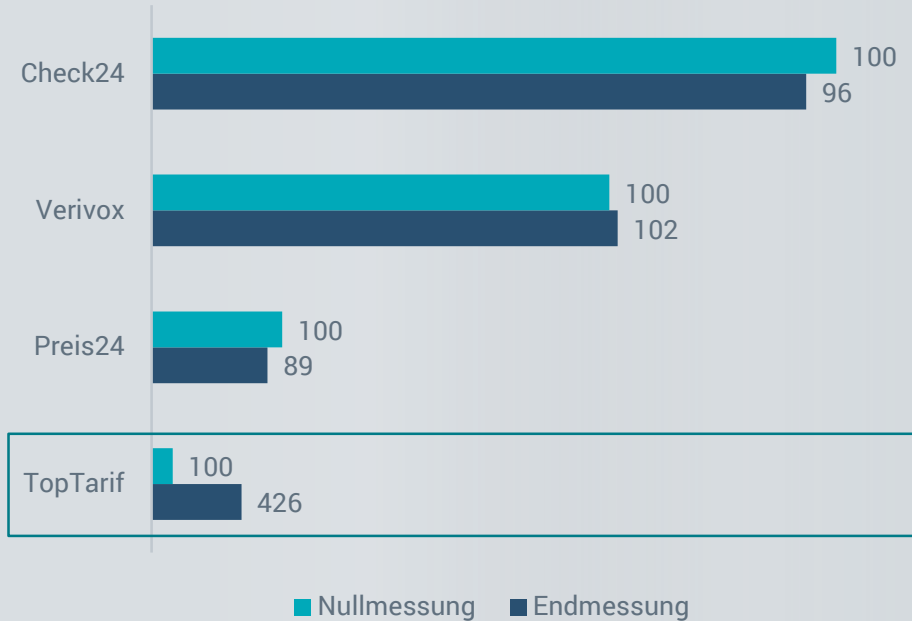
Angaben in Indizes (Nullmessung jeweils 100; Säulengröße entspricht Wirkungsniveaus)



Auch die gestützte Werbeerinnerung profitiert

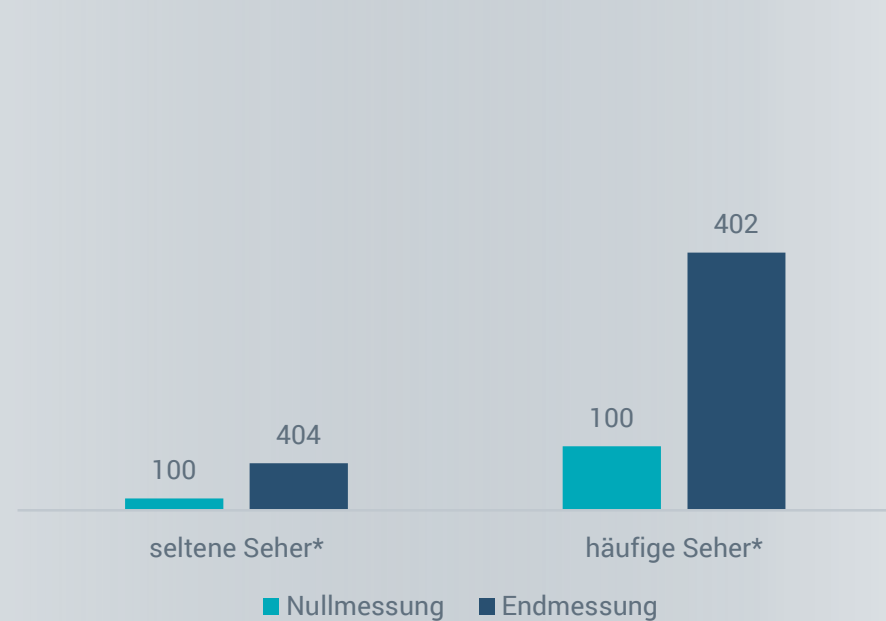
Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Indizes (Nullmessung jeweils 100; Säulengröße entspricht Wirkungsniveaus)



Gestützte Werbeerinnerung - TopTarif

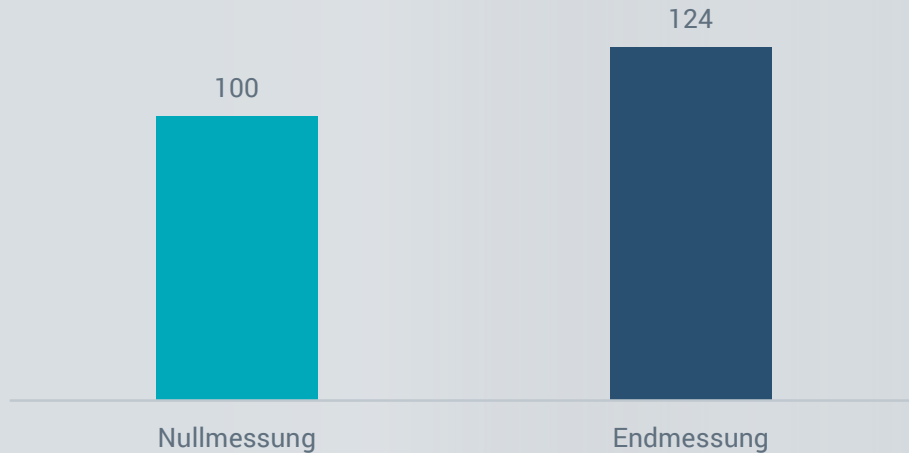
Angaben in Indizes (Nullmessung jeweils 100; Säulengröße entspricht Wirkungsniveaus)



Leichter Anstieg des Informationsinteresses

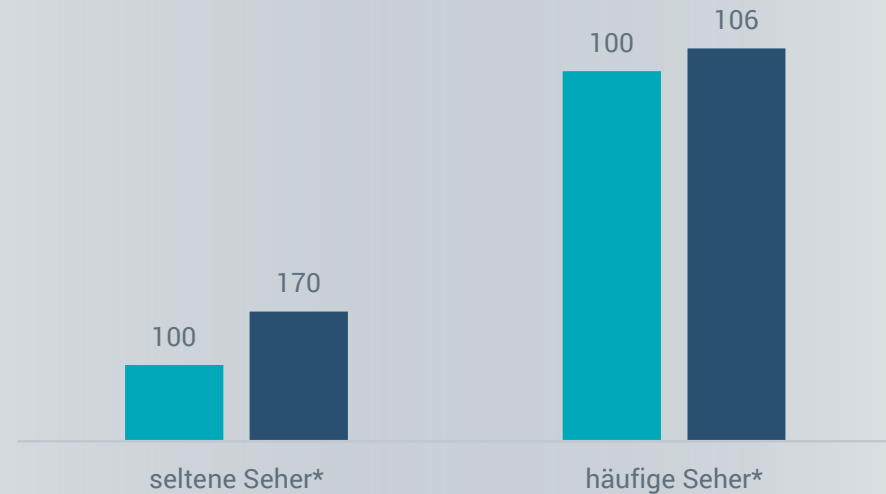
Relevant Set

Angaben in Indizes (Nullmessung jeweils 100; Säulengröße entspricht Wirkungsniveaus)



Relevant Set

Angaben in Indizes (Nullmessung jeweils 100; Säulengröße entspricht Wirkungsniveaus)



Agenda

1 | Steckbrief

2 | Werbewirkung

3 | **Fazit**

Fazit

- Die Kombination aus Sponsoring und Splits hat sich bewährt: Markenbekanntheit und Werbeerinnerung profitieren von der TopTarif-Kampagne. Besonders gut sehen die Ergebnisse bei den häufigen Sehern von The Big Bang Theory aus.
- Das Interesse an dem Angebot ist leicht gestiegen.

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

+49 [0] 89 9507 4352

franziska.rochau@sevenonemedia.de