

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, November 2013

# AachenMünchener

Onsite-Befragung



SIXX

MyVideo

GOLD

ZMAXX

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

**Multiscreen-Analyse**

---

**Fazit**

# Steckbrief

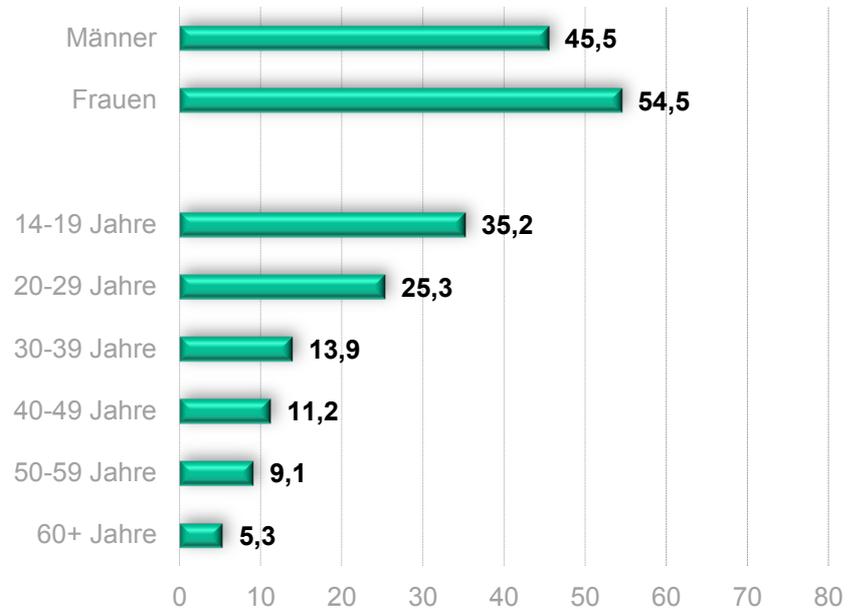
---

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsstichprobe über AdServer
<b>Stichprobe</b>	n=2.292
<b>Befragungszeitraum</b>	1. bis – 27. Oktober 2013
<b>Inhalte</b>	Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Markensympathie

# Zielgruppenaufriss

## Demografie

Angaben in Prozent



Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

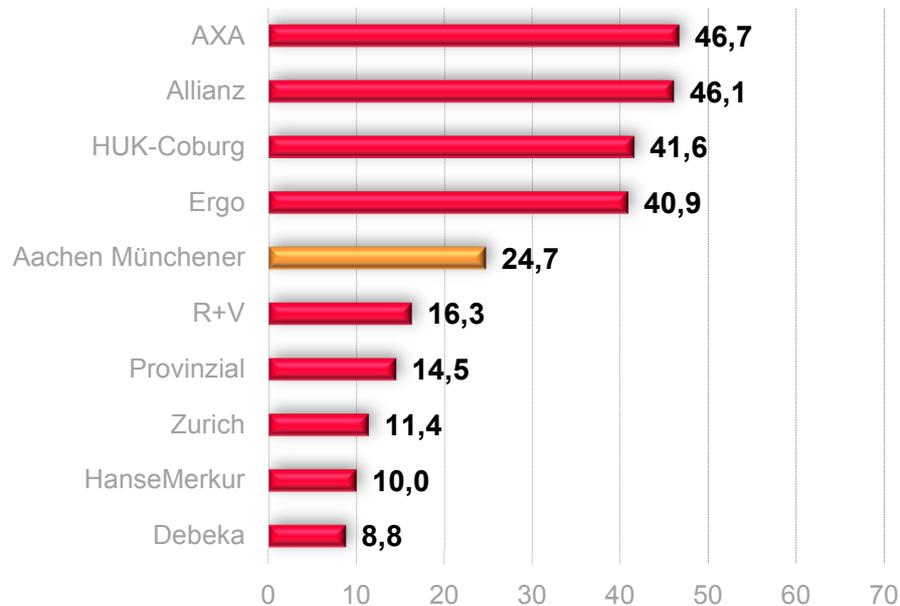
**Multiscreen-Analyse**

---

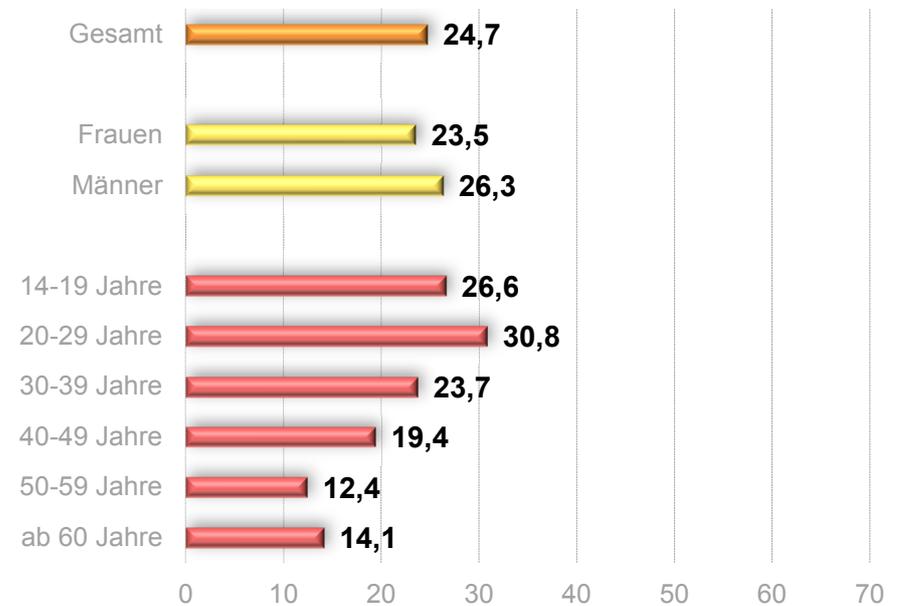
**Fazit**

# Ein Viertel erinnert sich gestützt an Werbung

## Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



## Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener Angaben in Prozent



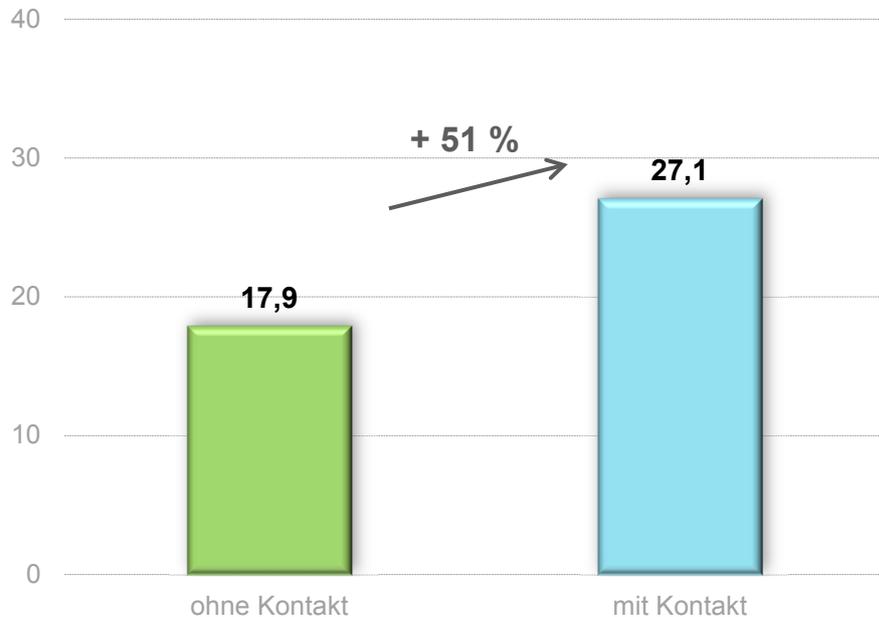
Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.

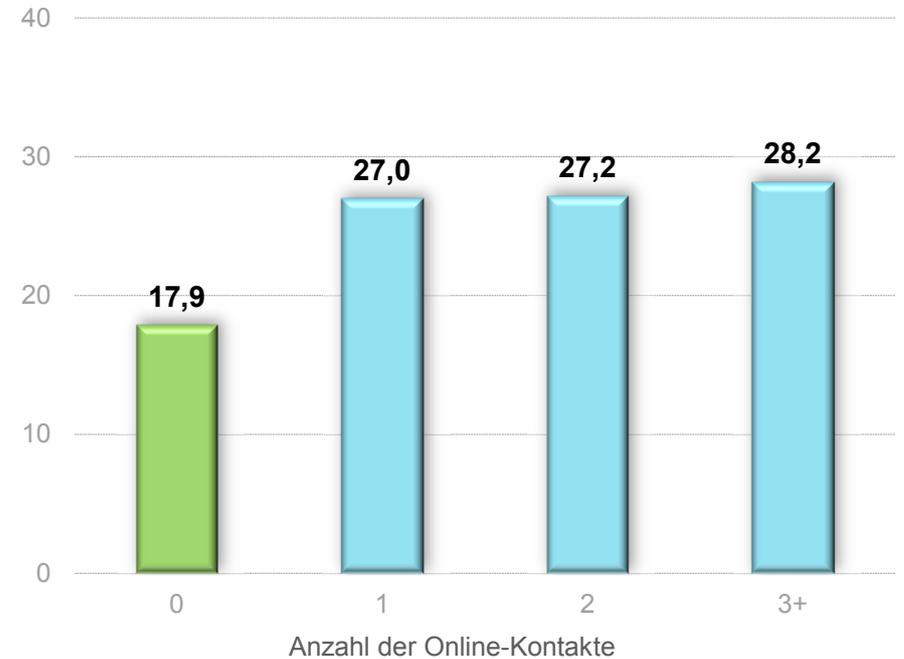
Quelle: SevenOne Media

# Mit drei oder mehr Online-Kontakten sind es knapp 30 Prozent

**Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener**  
Angaben in Prozent



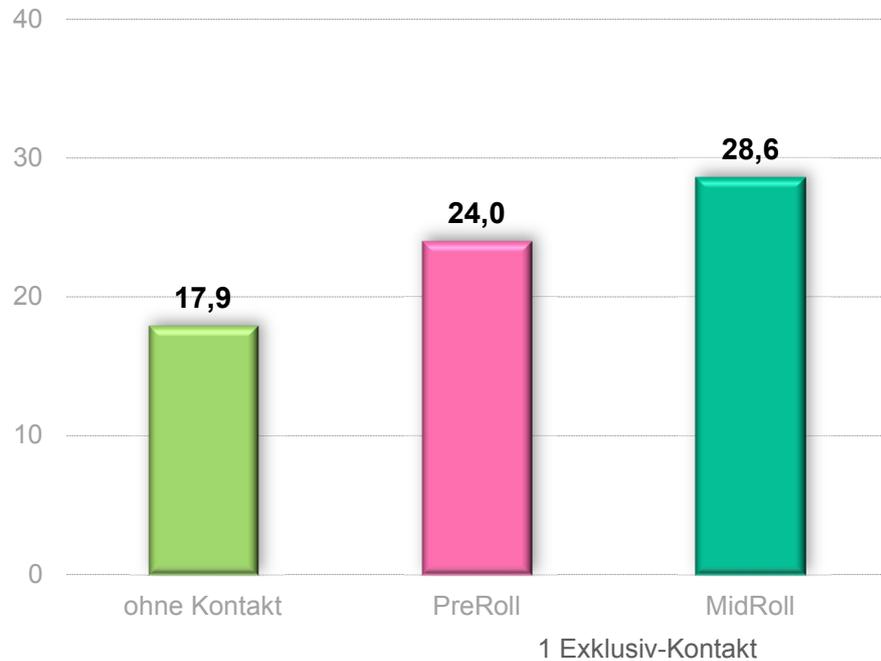
**Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener**  
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Bestes Ergebnis mit MidRoll-Exklusivkontakt

## Gestützte Werbeerinnerung AachenMünchener Angaben in Prozent

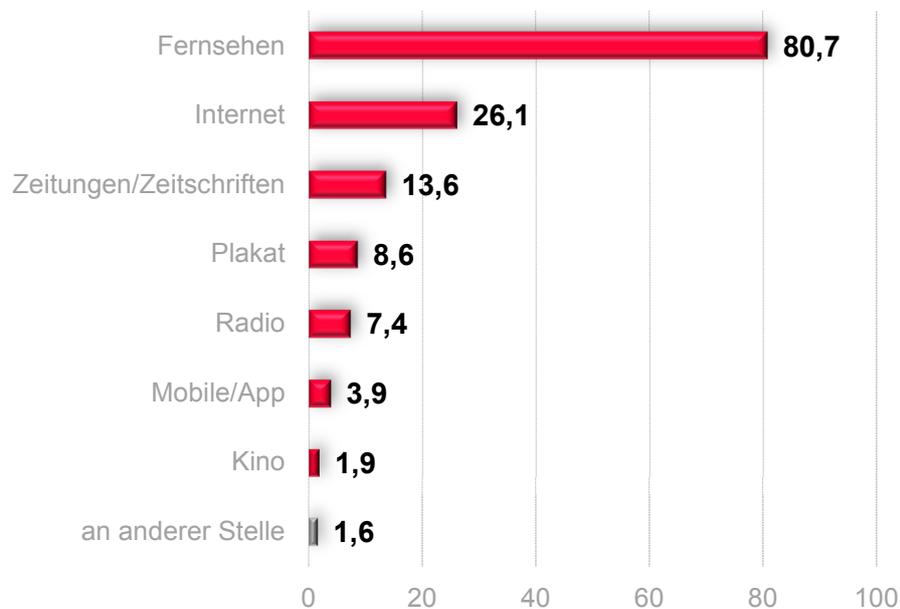


Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Werbung wird vor allem im TV wahrgenommen

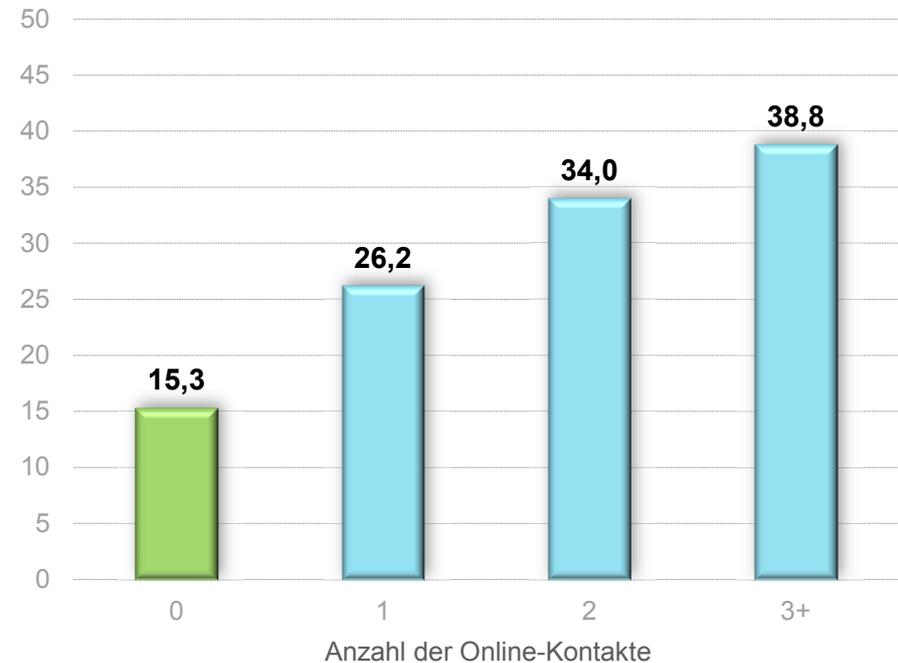
## Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



## Erinnerte Werbemedien - Internet

Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie die Werbung für die AachenMünchener gesehen, gehört oder gelesen haben?

Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a., die sich an Werbung für AachenMünchener erinnern

Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

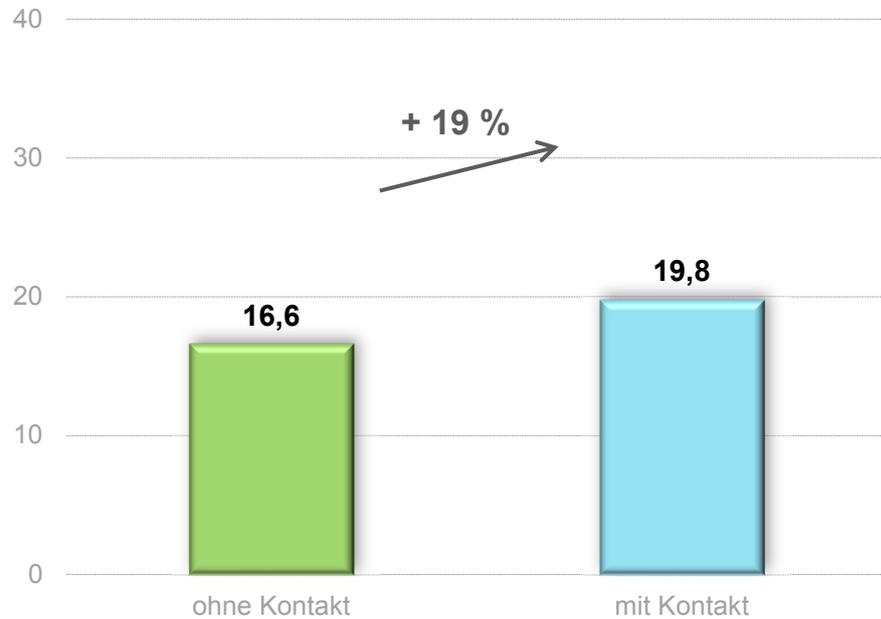
**Multiscreen-Analyse**

---

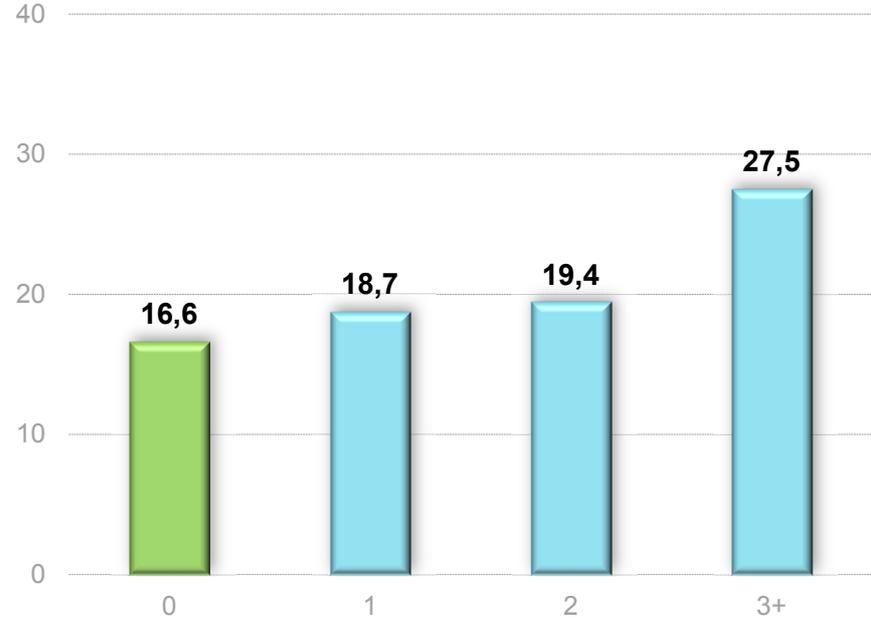
**Fazit**

# Markensympathie steigt mit zunehmenden Kontakten

Markensympathie  
Angaben in Prozent



Markensympathie  
Angaben in Prozent



Frage: Wenn Sie einmal an alles denken, was Sie bisher über die AachenMünchener wissen bzw. gelesen oder gehört haben, wie sympathisch ist Ihnen die AachenMünchener alles in allem?  
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a., die AachenMünchener kennen  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

**Multiscreen-Analyse**

---

**Fazit**

# Bildung der Multiscreen-Gruppen

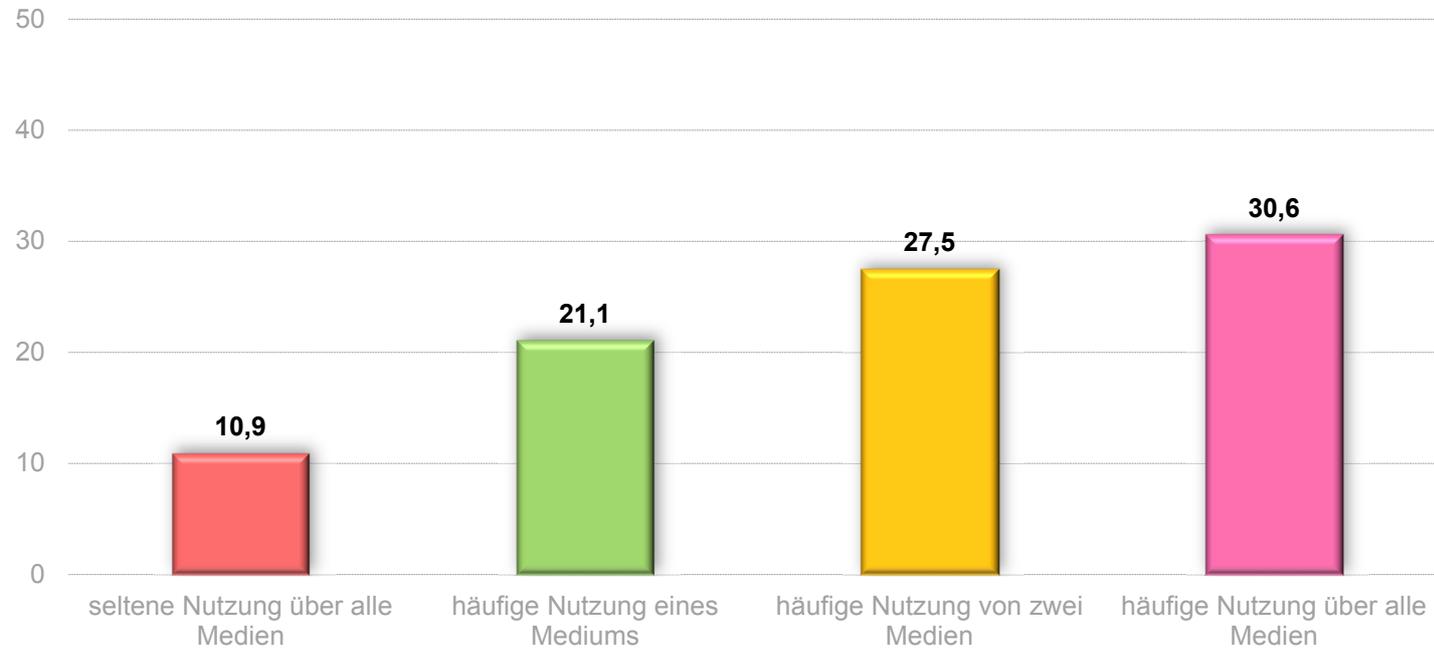
Häufige TV-Nutzung		Online-Kontakte	
		Mit Kontakt	Ohne Kontakt
regelmäßige iPad-Nutzung	ja		
	nein		

Seltene TV-Nutzung		Online-Kontakte	
		Mit Kontakt	Ohne Kontakt
regelmäßige iPad-Nutzung	ja		
	nein		

-  häufige Nutzung über alle drei Medien
-  häufige Nutzung von zwei Medien
-  häufige Nutzung eines Mediums
-  seltene Nutzung über alle drei Medien

# Häufige Nutzung über alle Medien deutlich überlegen

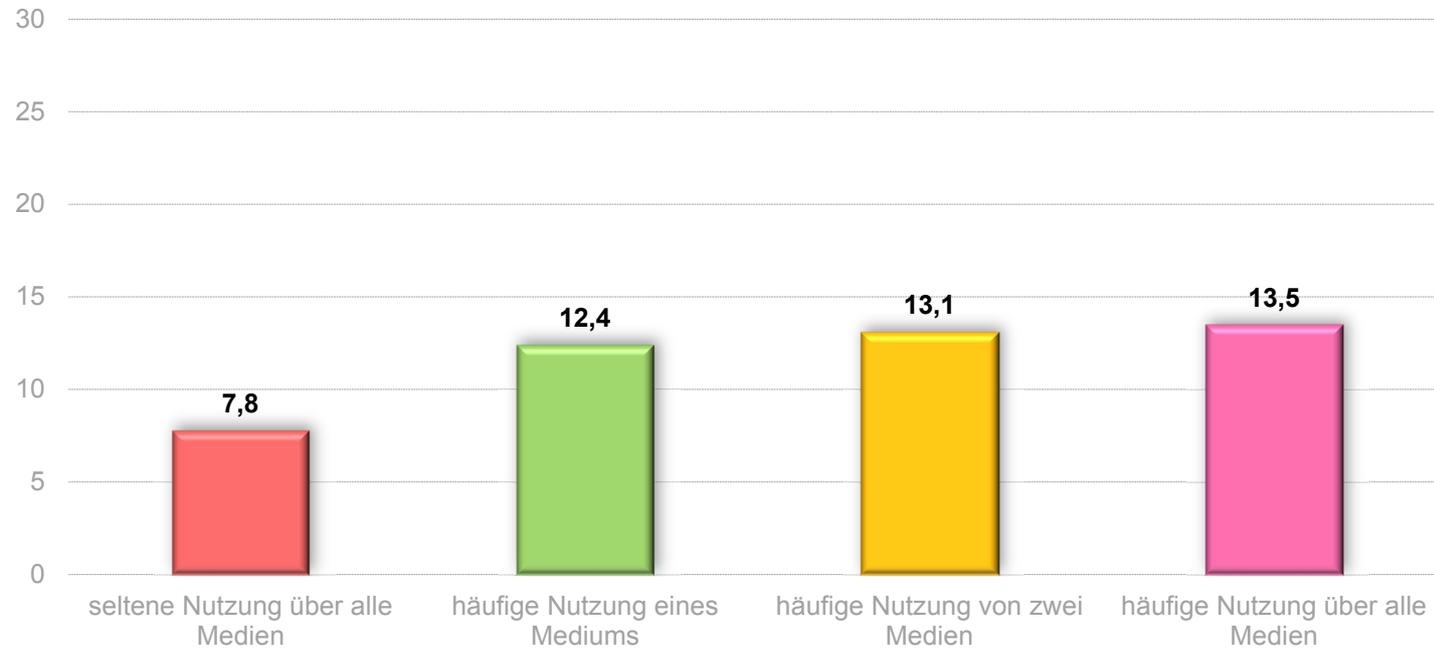
## Gestützte Werbeerinnerung - AachenMünchener Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Versicherungsunternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Auch Markensympathie profitiert von Multiscreen-Kontakten

## Markensympathie - AachenMünchener Angaben in Prozent



Frage: Wenn Sie einmal an alles denken, was Sie bisher über die AachenMünchener wissen bzw. gelesen oder gehört haben, wie sympathisch ist Ihnen die AachenMünchener alles in allem?  
Basis: User von sat1.de, prosieben.de, sixx.de, n24.de, wetter.com, sport1.de u.a., die AachenMünchener kennen  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

**Multiscreen-Analyse**

---

**Fazit**

# Kontaktwahrscheinlichkeiten über mehrere Medien wirken besser

## Werbeerinnerung

Ein Viertel kann sich gestützt an Werbung für die AachenMünchener erinnern. Mit drei oder mehr Online-Kontakten steigt die Werbeerinnerung deutlich an. TV ist mit über 80 Prozent das am häufigsten erinnerte Werbemedium. Über 25 Prozent haben Werbung im Internet wahrgenommen.

## Bewertung

Durch Kontakte mit der Online-Kampagne nimmt die Markensympathie deutlich zu.

## Multiscreen

Werbeerinnerung und Markensympathie fallen bei Befragten, die mehrere Medien häufig nutzen und dadurch wahrscheinlich auch mehr Kampagnenkontakte hatten, höher 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](http://www.sevenonemedia.de)  
[franziska.rochau@sevenonemedia.de](mailto:franziska.rochau@sevenonemedia.de)