

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, November 2016

# Freixenet & The Taste

Begleitforschung – CATI-Tracking



# Agenda

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Image**

---

**Integration**

---

**Fazit**

# Steckbrief

<b>Auftraggeber</b>	SevenOne Media / forsa
<b>Durchführung</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
<b>Grundgesamtheit</b>	Erwachsene zwischen 18 und 49 Jahren in Privathaushalten in Deutschland
<b>Auswahlverfahren</b>	Systematische Zufallsauswahl
<b>Methode</b>	Computergestützte Telefoninterviews anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Datum</b>	Nullmessung: 5. bis 11. Oktober 2016 Endmessung: 24. November bis 5. Dezember 2016
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n= 696 Endmessung: n= 913
<b>Inhalt</b>	Gestützte Bekanntheit und Werbeerinnerung von Wein-Marken, Relevant Set von Freixenet Mederano, Aussagen zu Freixenet Mederano

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Image**

---

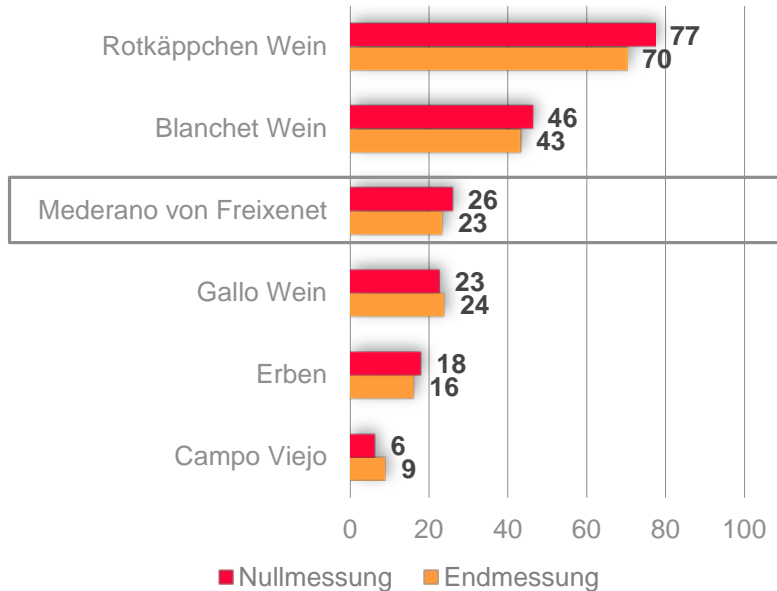
**Integration**

---

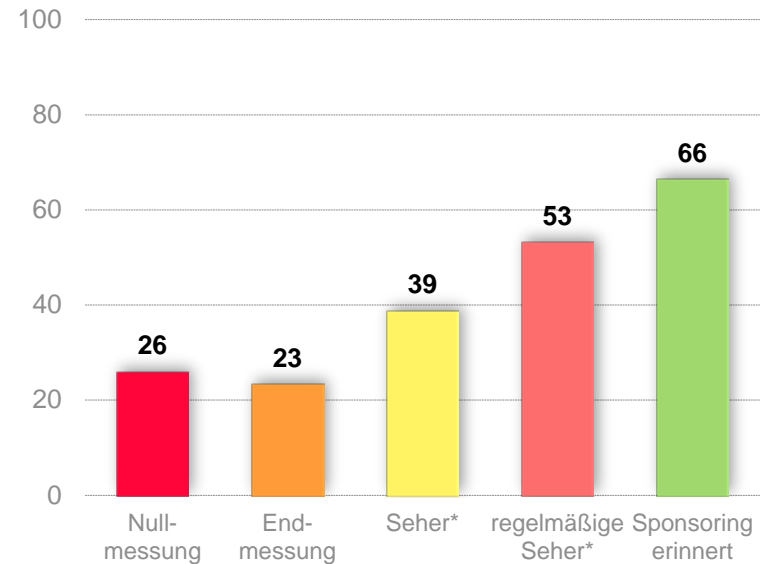
**Fazit**

# Überproportional hohe Markenbekanntheit in den Zielgruppen

**Gestützte Markenbekanntheit**  
Angaben in Prozent



**Gestützte Markenbekanntheit – Mederano**  
Angaben in Prozent



Frage: Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Wein-Marken, und Sie sagen mir bitte, welche davon Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.  
Basis: Erwachsene 14-49 Jahre. \*Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; (Sponsoring erinnert: n=25)  
Quelle: SevenOne Media / forsa.

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Image**

---

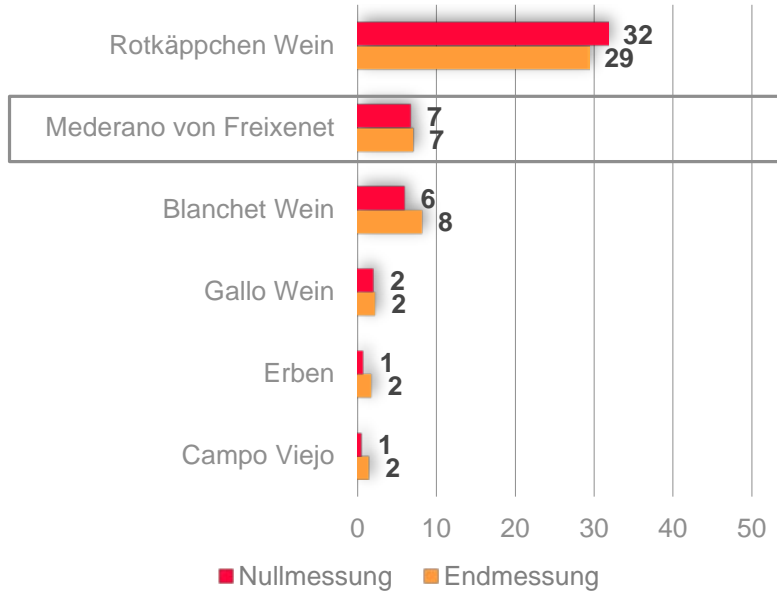
**Integration**

---

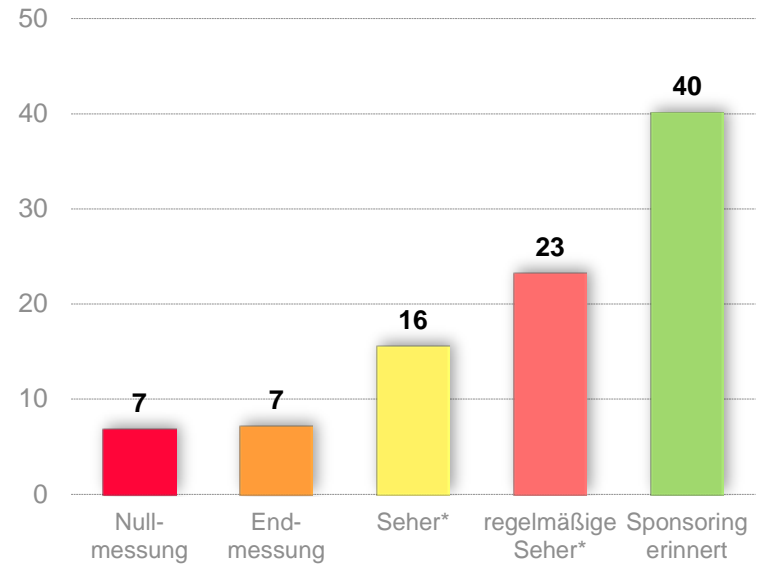
**Fazit**

# Hohe Werbeerinnerung bei den Sehern der Sendung

**Gestützte Werbeerinnerung**  
Angaben in Prozent



**Gestützte Werbeerinnerung – Mederano**  
Angaben in Prozent



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

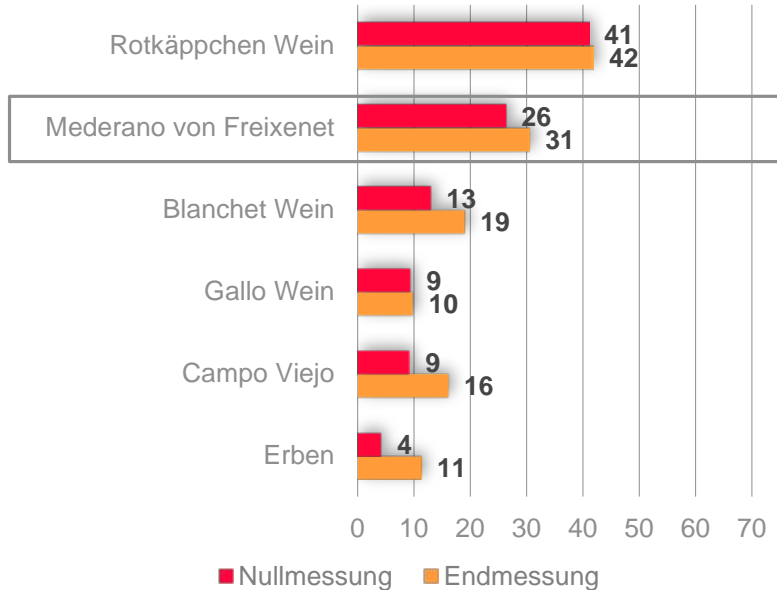
Basis: Erwachsene 14-49 Jahre. \*Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; (Sponsoring erinnert: n=25)

Quelle: SevenOne Media / forsa.

# Leichter Anstieg der Werbeerinnerung im Zeitverlauf

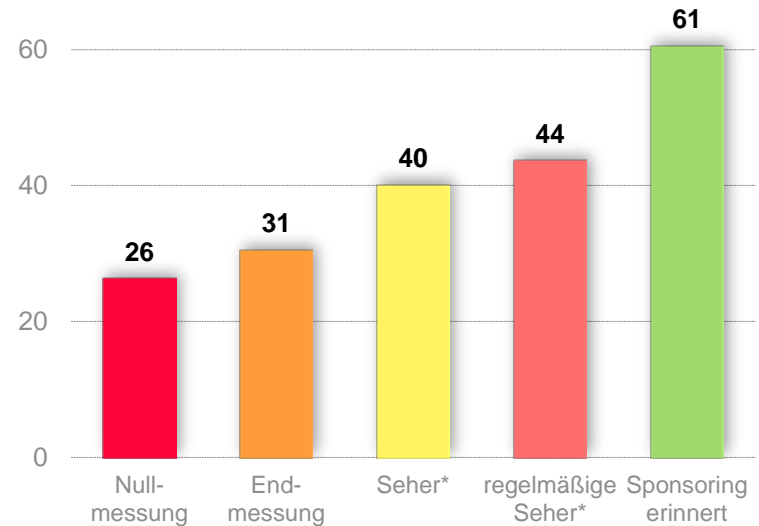
## Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent; Basis: Marke bekannt



## Gestützte Werbeerinnerung – Mederano

Angaben in Prozent; Basis: Marke bekannt



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

Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die die jeweilige Marke kennen. \*Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; (Sponsoring erinnert: n=25)

Quelle: SevenOne Media / forsa.



# Agenda

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Image**

---

**Integration**

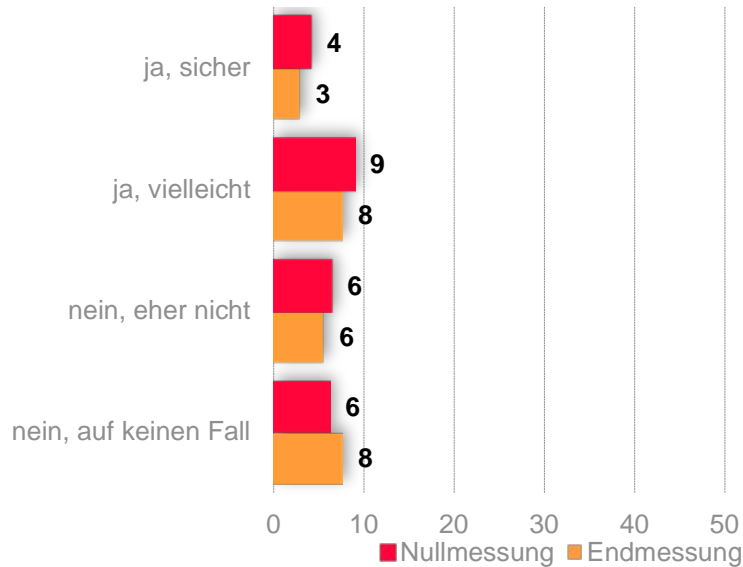
---

**Fazit**

# Erhöhtes Kaufpotenzial in den Sendungs-Zielgruppen

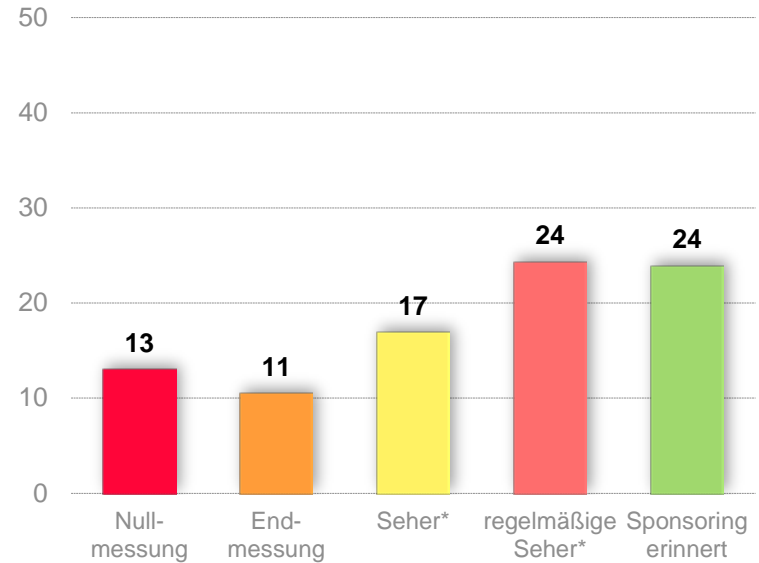
## Kaufpotenzial - Mederano

Angaben in Prozent



## Kaufpotential - Mederano

Angaben in Prozent (Top Two)



Frage: Angenommen, Sie möchten Wein kaufen. Käme dabei Mederano von Freixenet grundsätzlich für Sie in Frage?

Basis: Erwachsene 14-49 Jahre; \*Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen; (Sponsoring erinnert: n=25)

Quelle: SevenOne Media / forsa.

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Image**

---

**Integration**

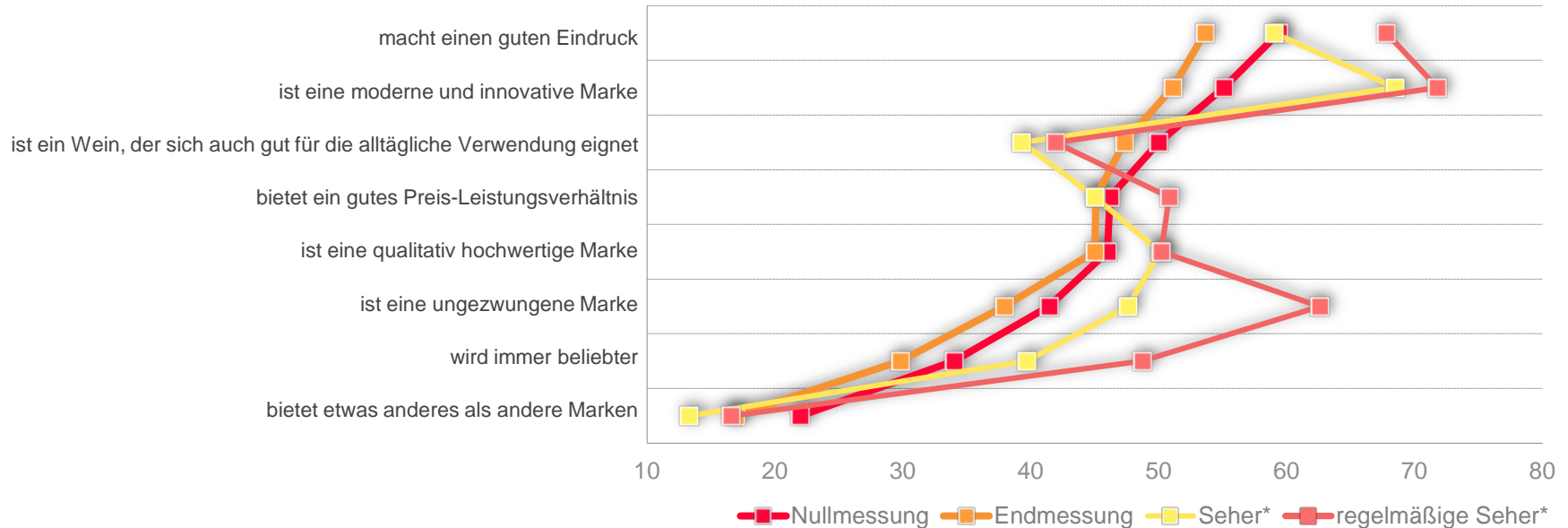
---

**Fazit**

# Sendung zahlt auf Markenimage ein

## Image Mederano (Top Two)

Angaben in Prozent



Frage: Ich lese Ihnen ein paar Aussagen zu Mederano vor, und Sie sagen mir bitte, wie sehr diese Aussagen Ihrer Meinung nach auf Mederano zutreffen. Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 =trifft überhaupt nicht zu. Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die Mederano kennen. \*Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen  
Quelle: SevenOne Media, forsa.

# Agenda

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Image**

---

**Integration**

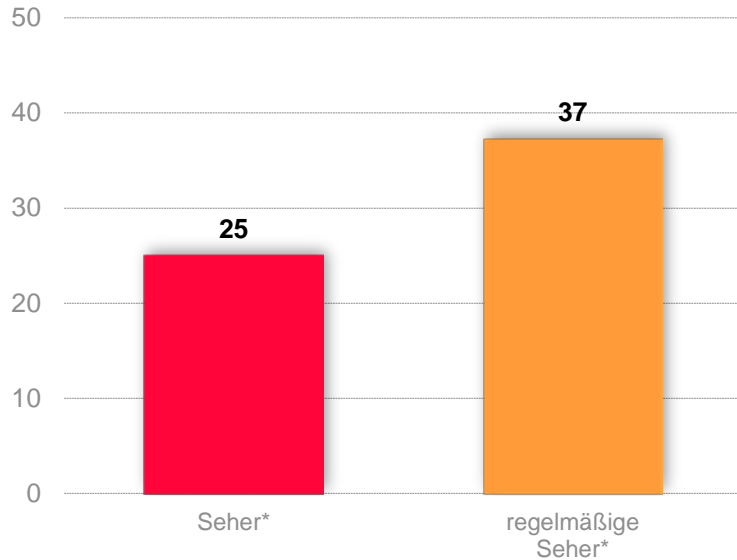
---

**Fazit**

# Jeder Vierte erinnert sich an Sponsoring, hohes Fitting

## Sponsorerinnerung Mederano

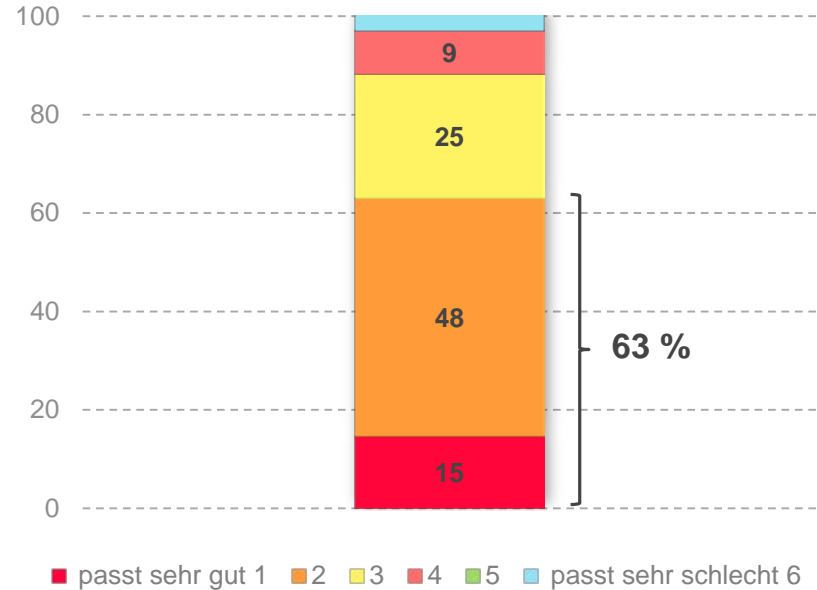
Angaben in Prozent



Frage: Können Sie sich an Sponsorhinweise von Mederano rund um die Sendung erinnern?  
Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die The Taste mind. selten gesehen haben. \*Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen Quelle: SevenOne Media / forsa.

## Sponsorfitting Mederano & The Taste

Angaben in Prozent

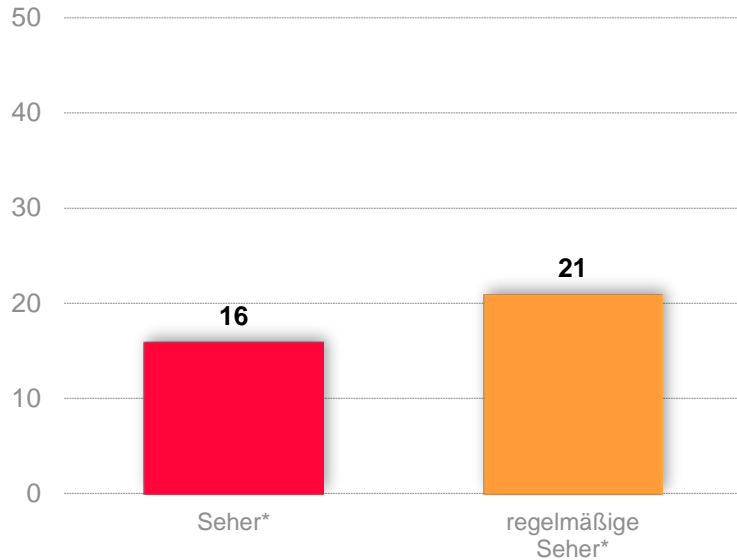


Frage: Wie gut passt Ihrer Meinung nach Mederano als Sponsor zur Sendung "The Taste"?  
Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die sich an Mederano als Sponsor erinnern  
Quelle: SevenOne Media / forsa.

# Besonders Stammsehern fällt die Platzierung der Produkte auf

## Erinnerung Placement

Angaben in Prozent



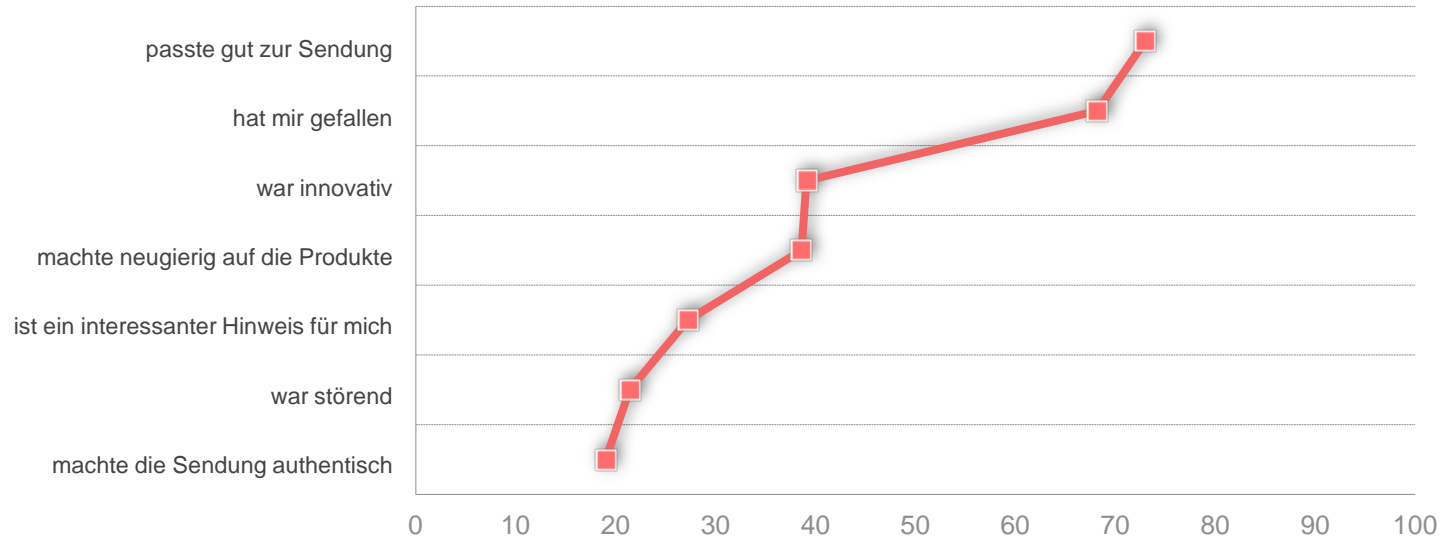
Frage: [...] Können Sie sich an einen oder mehrere Auftritte von Mederano während der Sendung erinnern?

Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die The Taste mind. selten gesehen haben. \*Seher: mind. selten gesehen, regelmäßige Seher: mind. jede dritte Folge gesehen

Quelle: SevenOne Media / forsa.

# Harmonisch integrierte Platzierungen kommen gut bei den Zuschauern an

## Bewertung Placement (Top Two) Angaben in Prozent



Frage: Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen dazu vor, dass Wein von Freixenet während der Sendung zu sehen waren. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie diesen Aussagen zustimmen. Skala von 1=stimme voll und ganz zu bis 4=stimme überhaupt nicht zu. Basis: Erwachsene 14-49 Jahre, die das Placement von Mederano erinnern.  
Quelle: SevenOne Media, forsa.



# Agenda

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Image**

---

**Integration**

---

**Fazit**

# Key Facts

- Überproportional hohe Markenbekanntheit in den Sehergruppen und bei den Sponsorereinnerern
- Steigende Werbeerinnerung im Sendungsverlauf – besonders hohe Werte bei den Sendungszielgruppen
- Potenzielle Käufer finden sich vor allem bei häufigen Sehern und Sponsorereinnerern
- The Taste schärft das Markenprofil: besonders positives Markenbild bei den (regelmäßigen) Sehern
- Jeder Vierte erinnert Mederano als Sponsor; sehr hohes Fitting zur Sendung
- Placements gefallen und fügen sich harmonisch in die Sendung ein

# 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)