

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, Januar 2016

# FOX: Joy

Kampagnentracking



# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung und Sponsoring**

---

**Relevant Set**

---

**Fazit**

# Steckbrief

<b>Auftraggeber</b>	SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	Payback
<b>Grundgesamtheit</b>	Frauen 20-39 Jahre, die mindestens an vier Tagen pro Woche ProSieben sehen
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 15.-19. Dezember 2015 Endmessung: 30. Dezember 2015 bis 1. Januar 2016
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n=510 Endmessung: n=1.040
<b>Wirkungsmaße</b>	gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set, Sponsor Erinnerung und -bewertung

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung und Sponsoring**

---

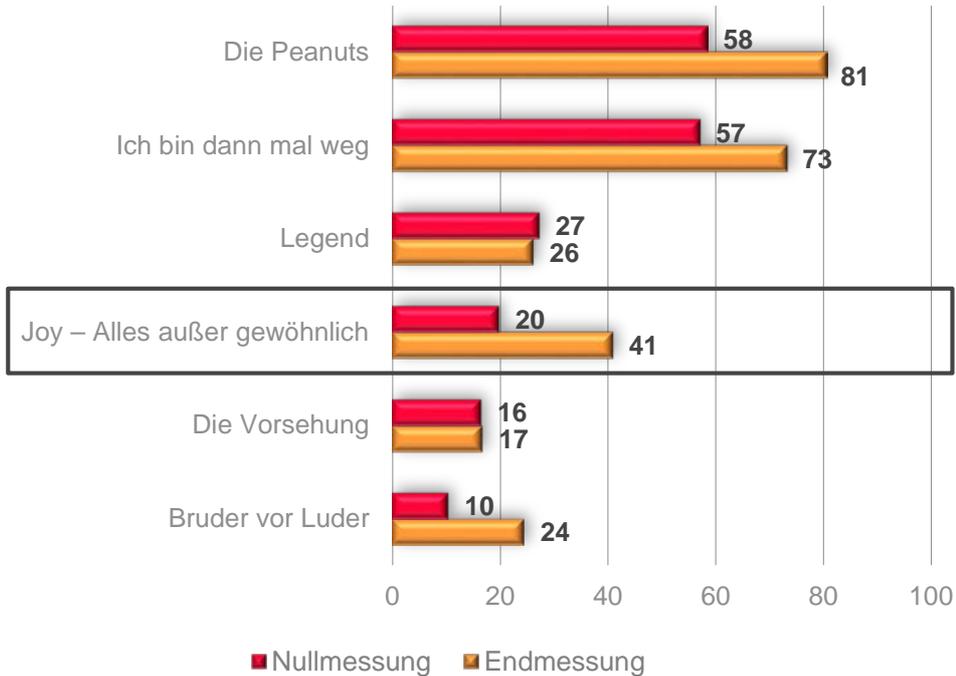
**Relevant Set**

---

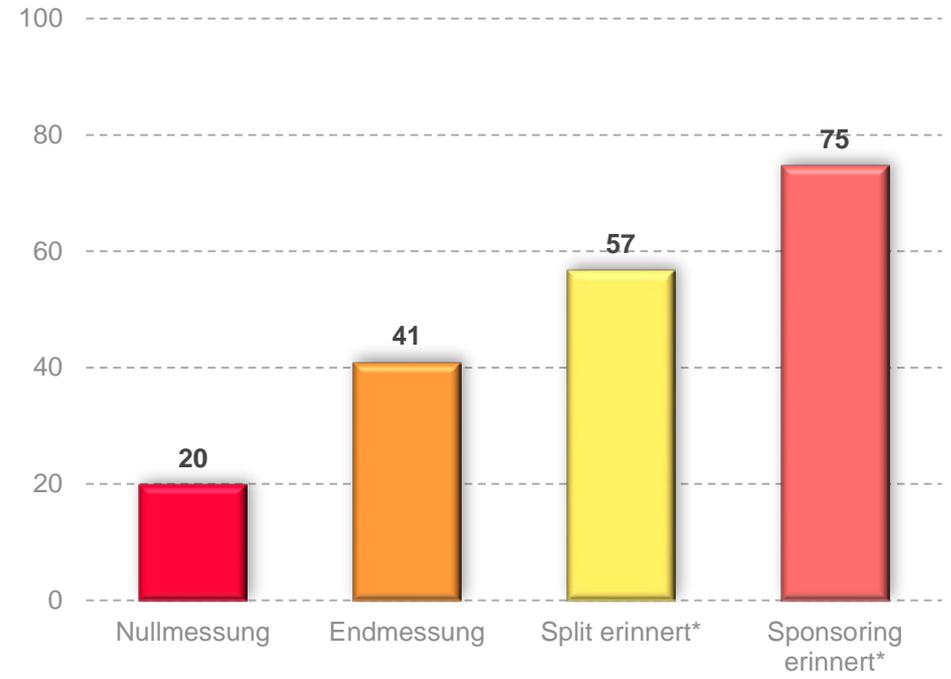
**Fazit**

# Anstieg der Markenbekanntheit im Kampagnenverlauf

## Gestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



## Gestützte Markenbekanntheit Joy Angaben in Prozent



Frage: Nun geht es um das Thema Kinofilme. Welche aktuellen Kinofilme kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?  
 Basis: Frauen 20-39 Jahre; \*nur in der Endmessung erhoben  
 Quelle: Payback / SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung und Sponsoring**

---

**Relevant Set**

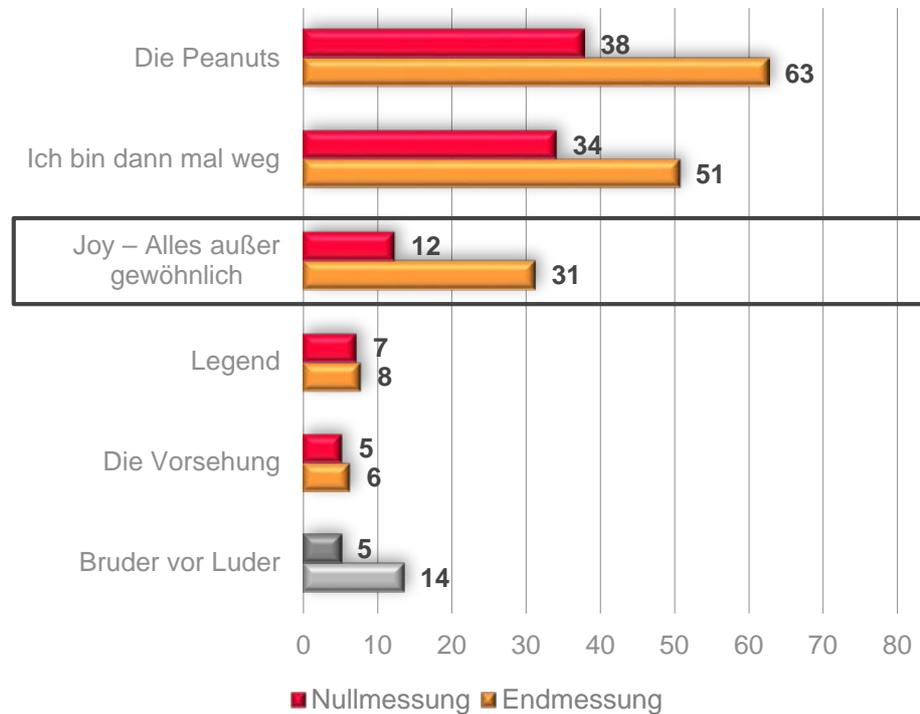
---

**Fazit**

# Höchster Recall bei Sponsorremembern

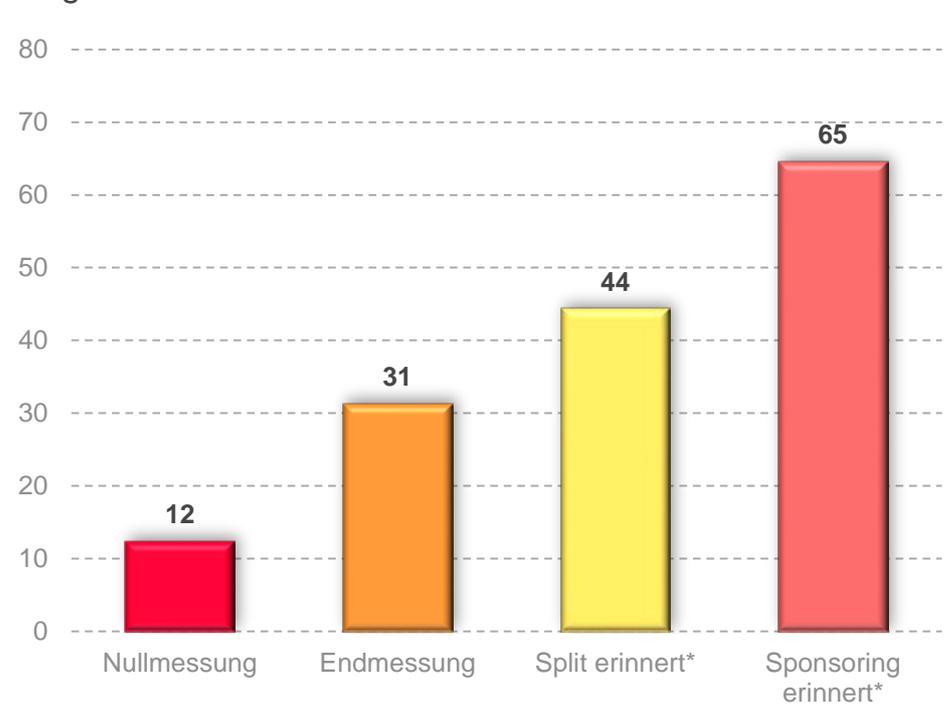
## Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent



## Gestützte Werbeerinnerung Joy

Angaben in Prozent



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

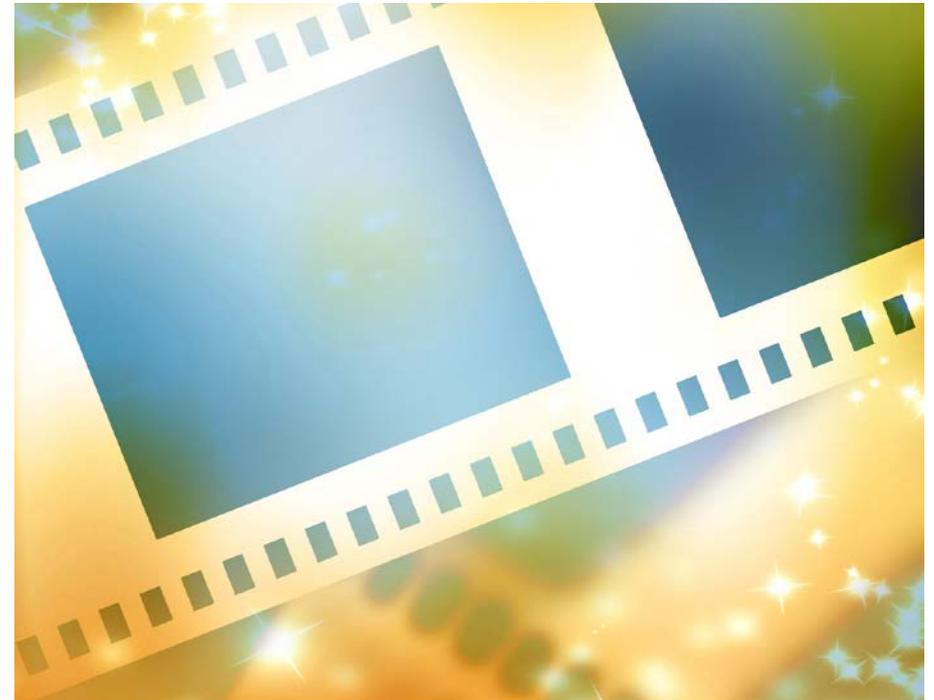
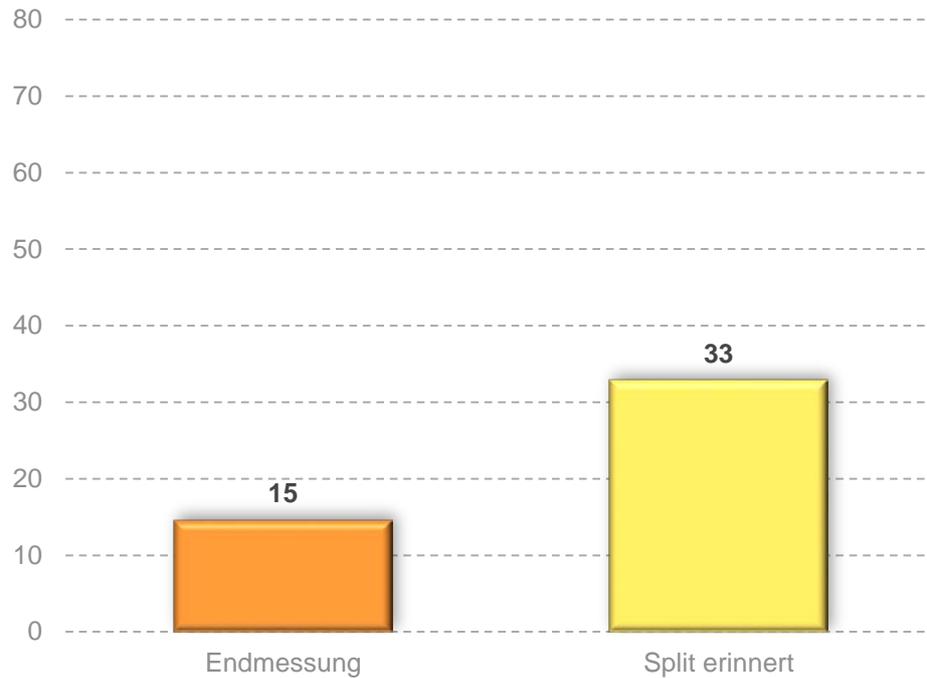
Basis: Frauen 20-39 Jahre; \*nur in der Endmessung erhoben

Quelle: Payback / SevenOne Media

# Jeder Siebte insgesamt erinnert sich an das Sponsoring

## Gestützte Sponsor Erinnerung

Angaben in Prozent

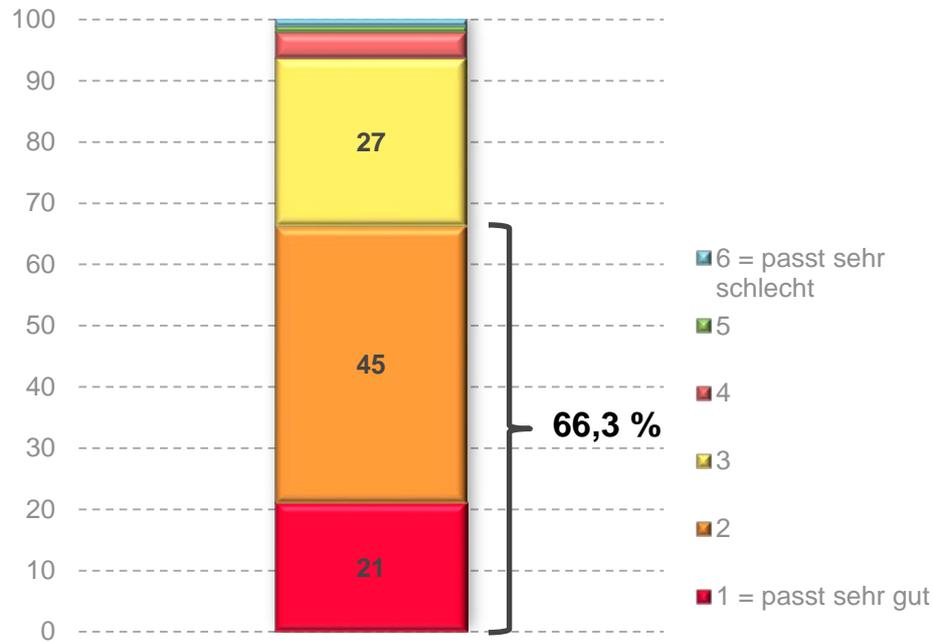


Frage: Die Sendung „taff“ wurde präsentiert von dem Kinofilm „Joy – Alles außer gewöhnlich“. Ist Ihnen das aufgefallen?  
Basis: Frauen 20-39 Jahre, die taff zwischen dem 21.12. und 30.12. mind. einmal gesehen haben; \*nur in der Endmessung erhoben  
Quelle: Payback / SevenOne Media

# Zwei Drittel bescheinigen einen hohen Sponsorfit

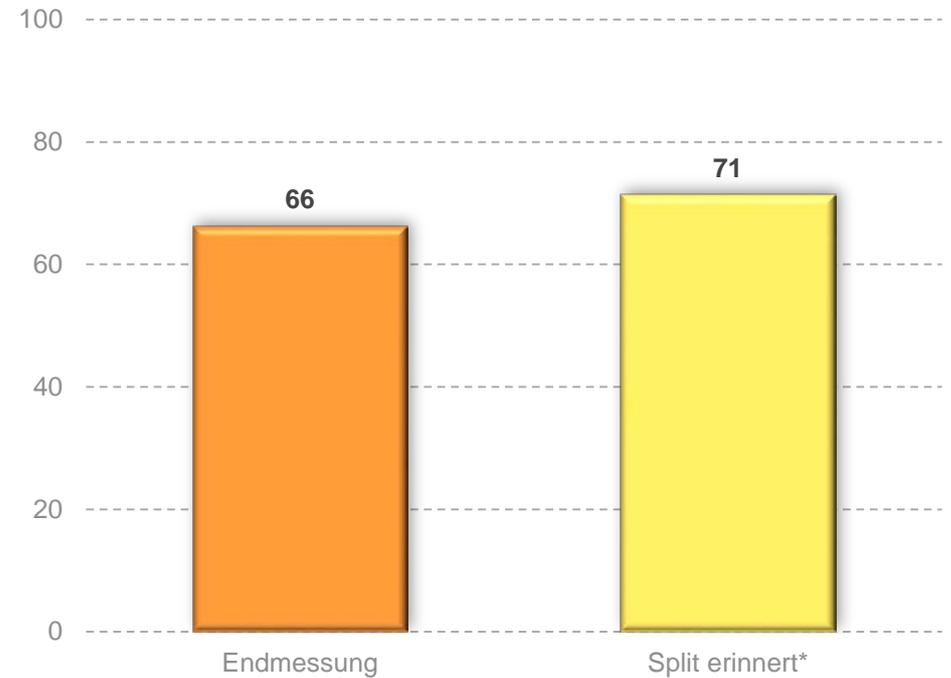
## Sponsorfit

Angaben in Prozent



## Sponsorfit

Angaben in Prozent (TopTwo)



Frage: Wie gut passt Ihrer Meinung nach der Kinofilm „Joy – Alles außer gewöhnlich“ als Sponsor zur Sendung „taff“?  
Basis: Frauen 20-39 Jahre, die sich an Sponsoring erinnern; \*nur in der Endmessung erhoben  
Quelle: Payback / SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung und Sponsoring**

---

**Relevant Set**

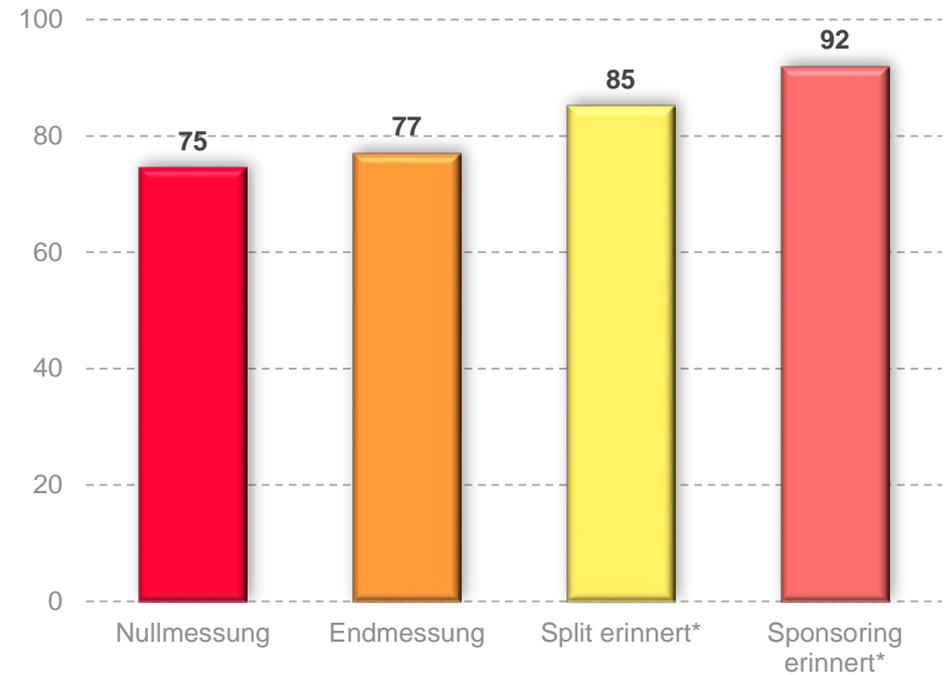
---

**Fazit**

# Überproportional hohe Bereitschaft bei Erinnerungn von Split und Sponsoring



**Relevant Set**  
Angaben in Prozent



Frage: Sie sagten ja, dass Sie den Kinofilm Joy zumindest dem Namen nach kennen. Könnten Sie sich vorstellen, den Film im Kino anzusehen? Basis: Frauen 20-39 Jahre, die den Film kennen; \*nur in der Endmessung erhoben. Quelle: Payback / SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung und Sponsoring**

---

**Relevant Set**

---

**Fazit**

# Fazit

- Markenbekanntheit und Werbeerinnerung profitieren von den Sponsoringmaßnahmen.
- Das TV-Engagement wird von zwei Dritteln positiv bewertet.
- Die Bereitschaft, sich den Film anzusehen, ist bei denjenigen, die sich an das Sponsoring erinnern, am höchsten.

## **Fazit**

**Der Kinotrailer Joy und taff bilden ein erfolgreiches Team.**

# Kontakt

---

**Franziska Rochau**  
Senior Research Manager

SevenOne Media GmbH  
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