

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, August 2015

NicNac's

Onsite-Befragung



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbe- und Sponsor Erinnerung

Kauf

Fazit

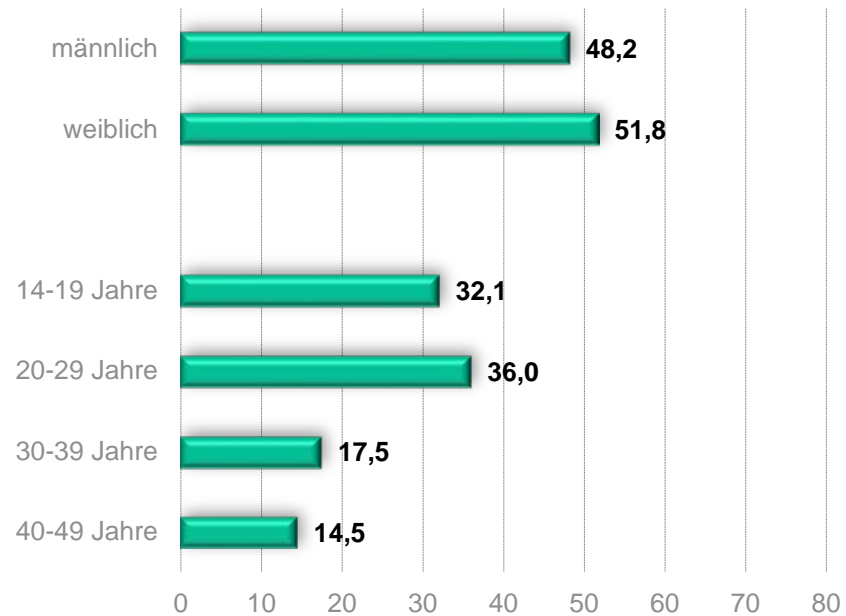
Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User von prosieben.de, 14-49 Jahre
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n=1.257
Befragungszeitraum	06. Juni bis 31. Juli 2015
Inhalte	ungestützte Markenbekanntheit, Werbeerinnerung von salzigen Snacks (ungestützt und gestützt), erinnerte Werbemedien, gestützte Sponsor Erinnerung, Sponsorfitting, Kauf
Werbemittel	TV-Sponsoring Online: Billboard, Baseboard

Struktur der Befragung

Geschlecht und Alter

Angaben in Prozent



Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

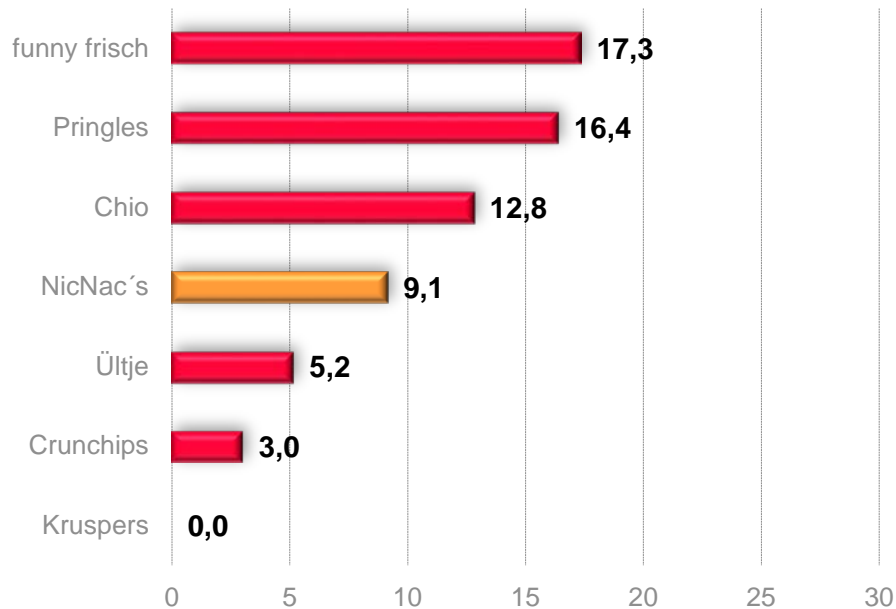
Werbe- und Sponsor Erinnerung

Kauf

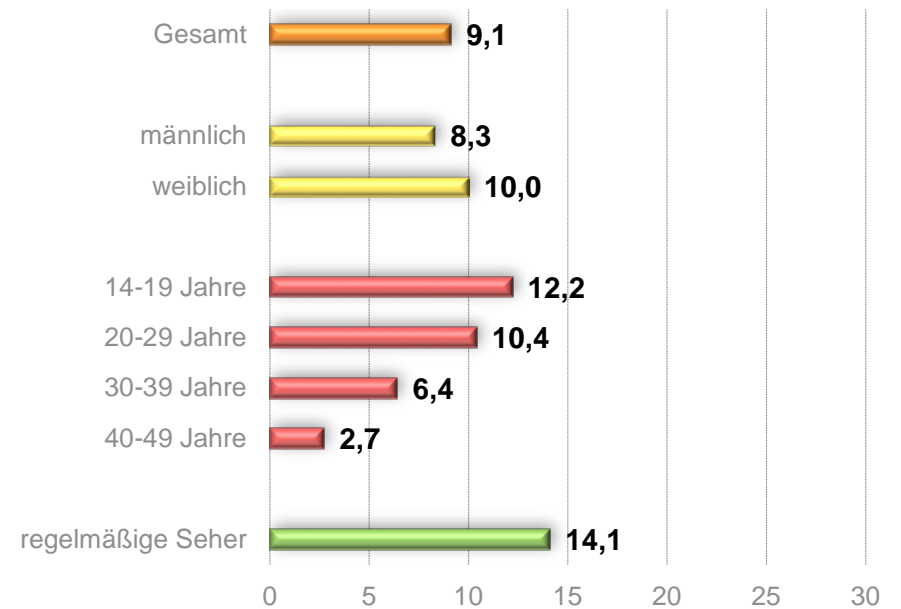
Fazit

Jeder Zehnte kennt NicNac´s spontan

Ungestützte Markenbekanntheit salzige Snacks Angaben in Prozent



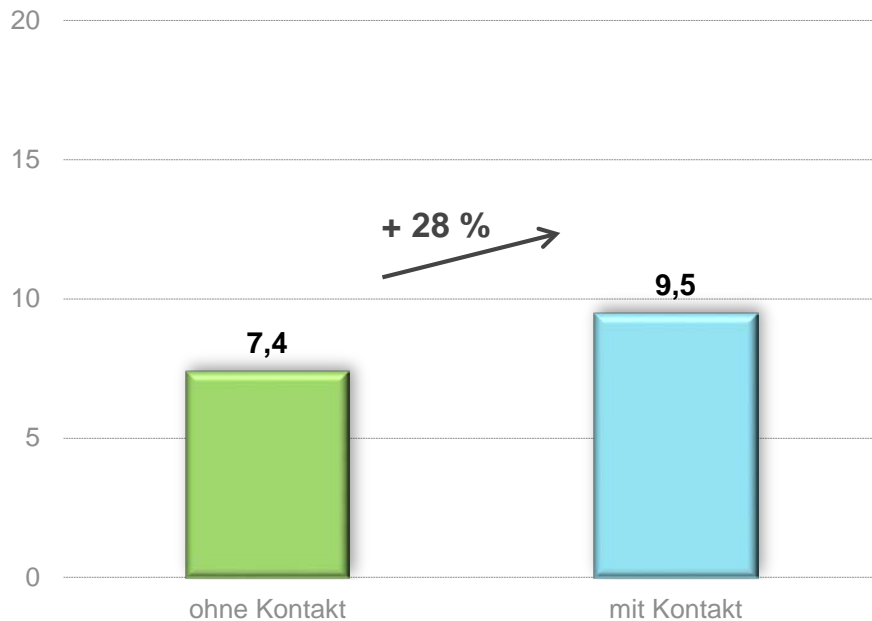
Ungestützte Markenbekanntheit NicNac´s Angaben in Prozent



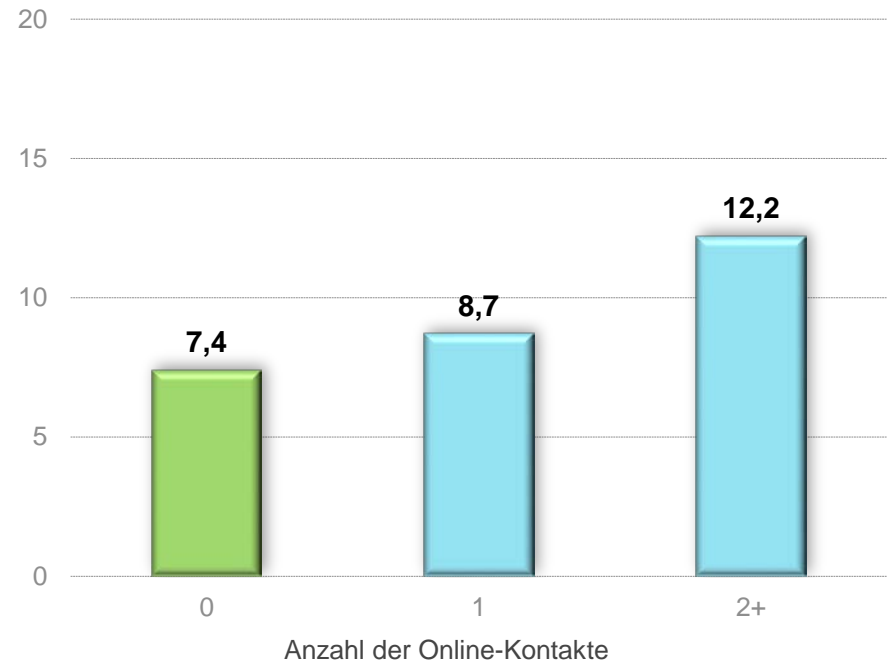
Frage: Nun geht es um das Thema salzige Snacks. Welche Marken kennen Sie in diesem Bereich, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre; regelmäßige Seher=mind. jede zweite Sendung Montag / Samstag
Quelle: SevenOne Media

Ungestützte Markenbekanntheit steigt mit zunehmenden Online-Kontakten

Ungestützte Markenbekanntheit NicNac's
Angaben in Prozent



Ungestützte Markenbekanntheit NicNac's
Angaben in Prozent



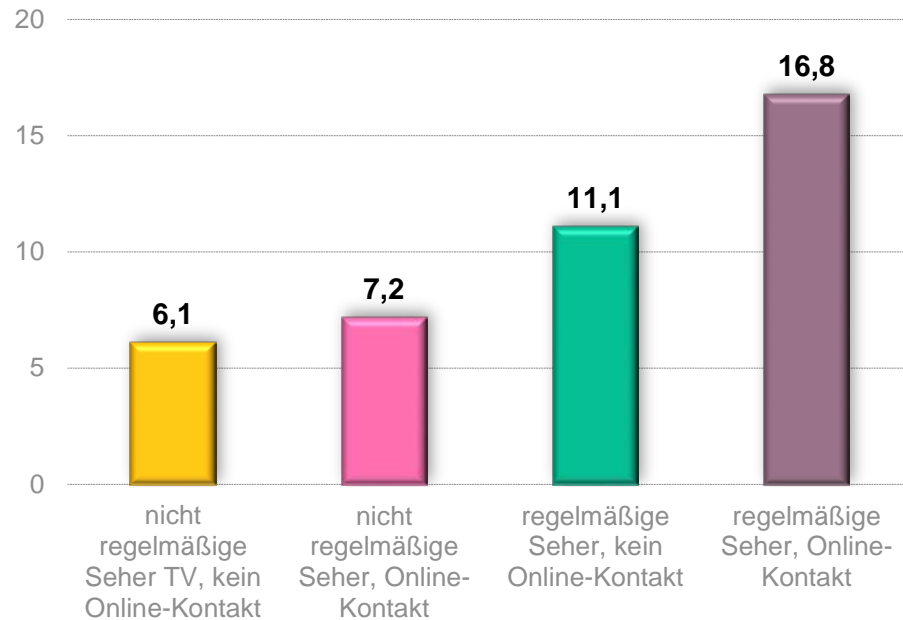
Frage: Nun geht es um das Thema salzige Snacks. Welche Marken kennen Sie in diesem Bereich, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre

Quelle: SevenOne Media

Eine Kombination von Online und TV ist am wirksamsten

Ungestützte Markenbekanntheit NicNac´s Angaben in Prozent



Frage: Nun geht es um das Thema salzige Snacks. Welche Marken kennen Sie in diesem Bereich, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre; nicht regelmäßige Seher=seltener als jede zweite Sendung, regelmäßige Seher=mind. jede zweite Sendung am Montag oder Samstag

Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

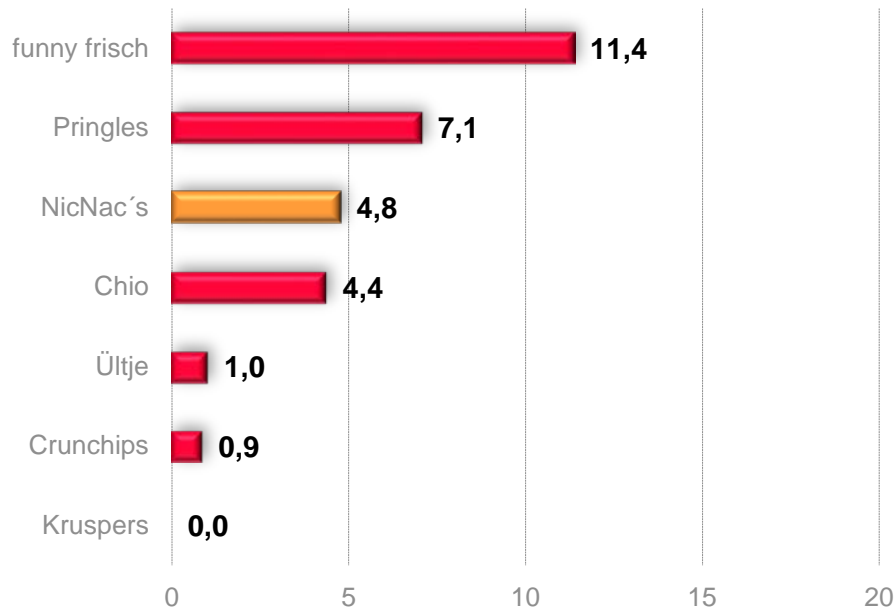
Werbe- und Sponsor Erinnerung

Kauf

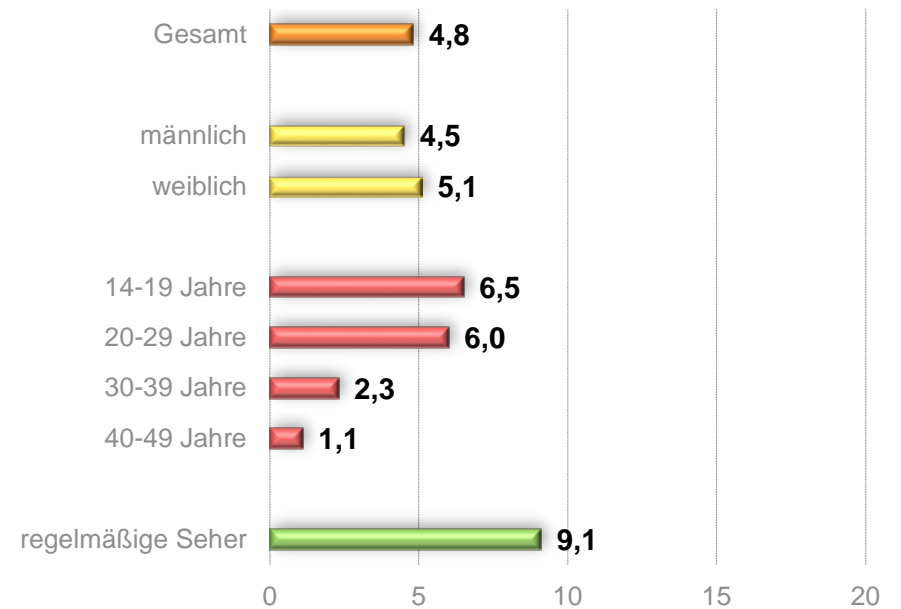
Fazit

Fünf Prozent können sich spontan an Werbung für NicNac´s erinnern

Ungestützte Werbeerinnerung salzige Snacks Angaben in Prozent



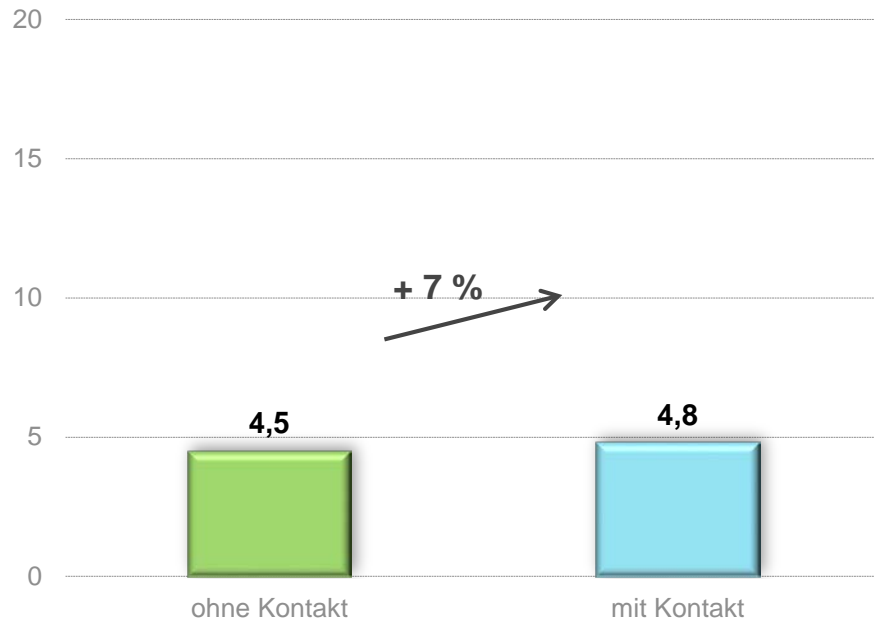
Ungestützte Werbeerinnerung NicNac´s Angaben in Prozent



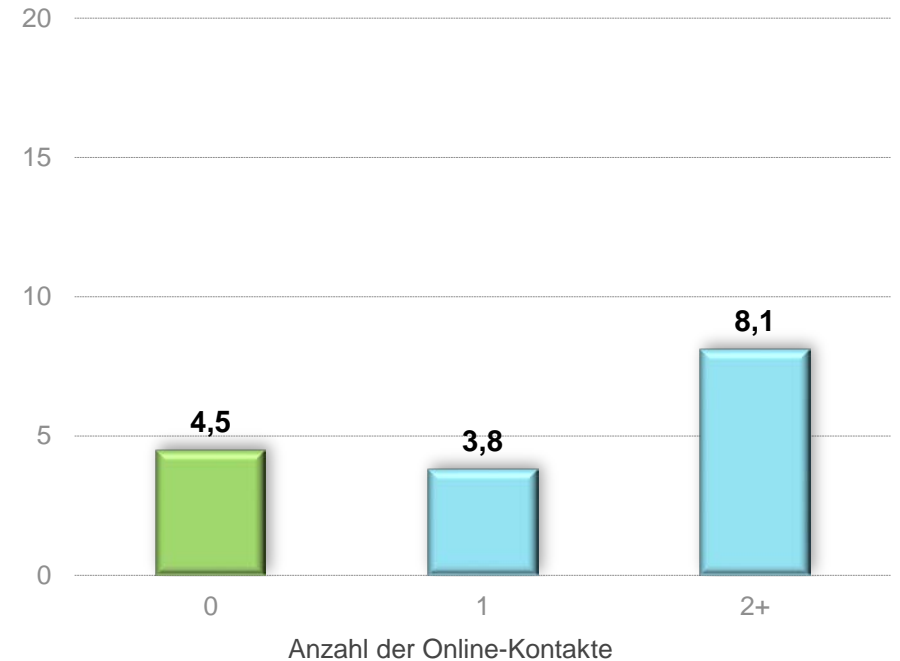
Frage: Und für welche Marken von salzigen Snacks haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre; regelmäßige Seher=mind. jede zweite Sendung Montag / Samstag
Quelle: SevenOne Media

Deutlicher Anstieg mit zwei und mehr Online-Kontakten

Ungestützte Werbeerinnerung NicNac's Angaben in Prozent



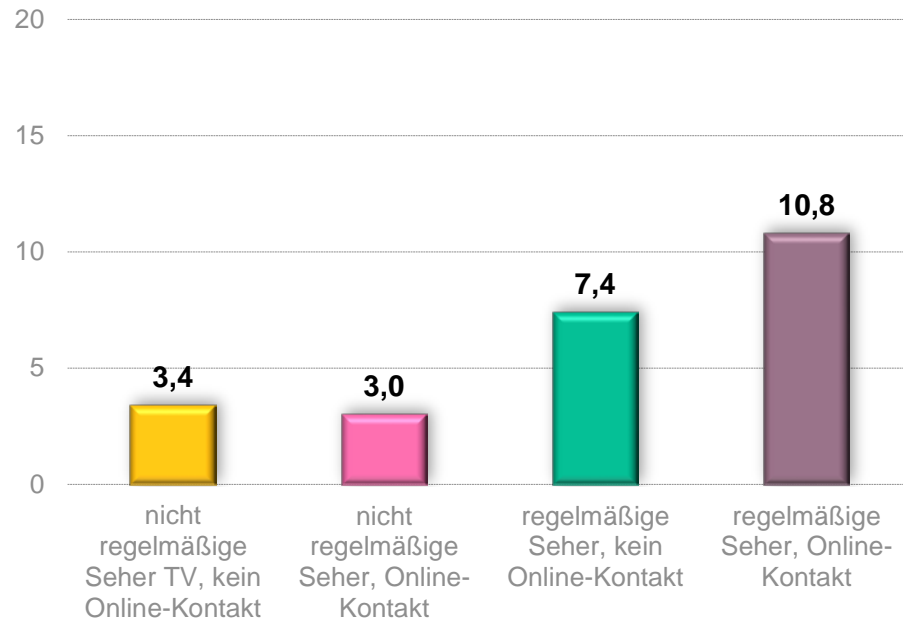
Ungestützte Werbeerinnerung NicNac's Angaben in Prozent



Frage: Und für welche Marken von salzigen Snacks haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre
Quelle: SevenOne Media

Mit Kontakt in TV und Online erinnern sich zehn Prozent

Ungestützte Werbeerinnerung NicNac's Angaben in Prozent



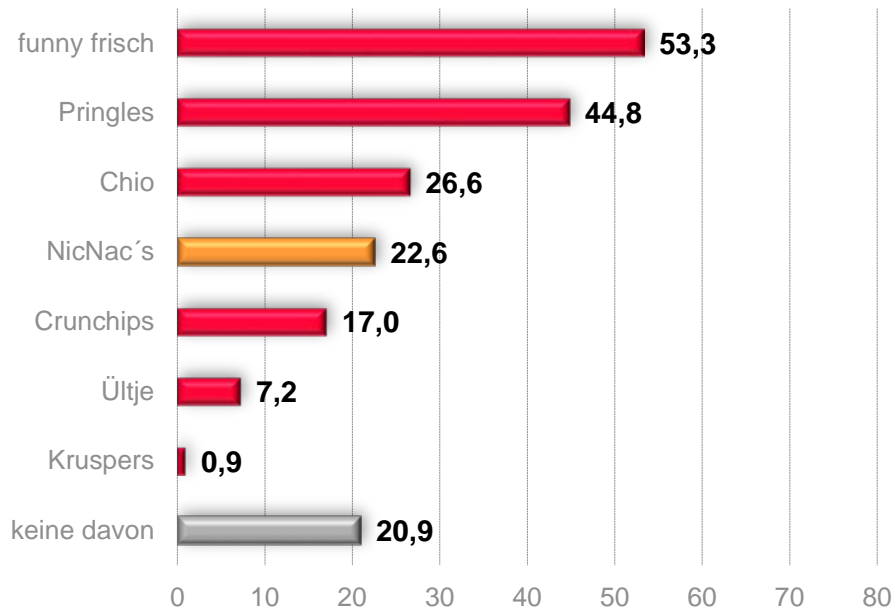
Frage: Und für welche Marken von salzigen Snacks haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?

Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre; nicht regelmäßige Seher=seltener als jede zweite Sendung, regelmäßige Seher=mind. jede zweite Sendung am Montag oder Samstag

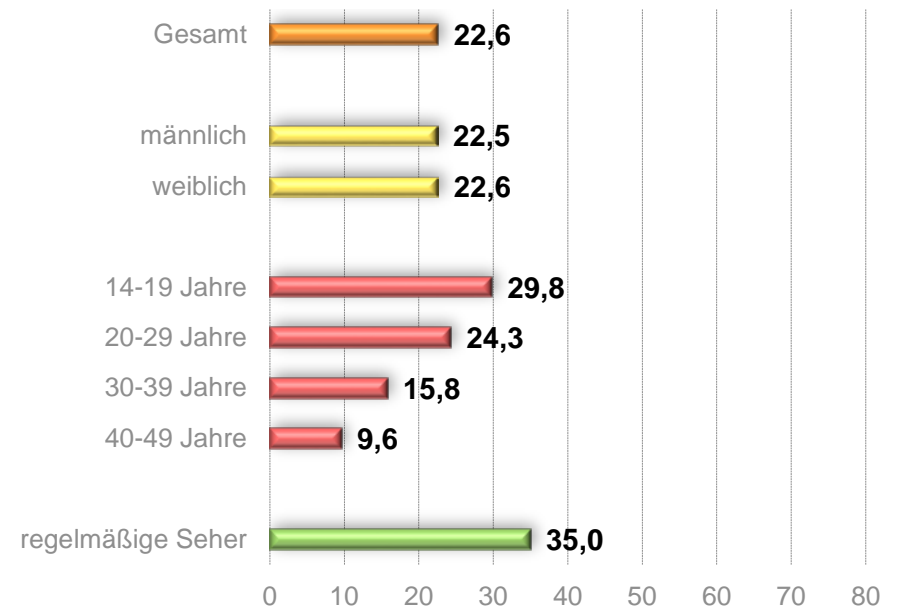
Quelle: SevenOne Media

Knapp ein Viertel hat gestützt Werbung für NicNac´s wahrgenommen

Gestützte Werbeerinnerung salzige Snacks Angaben in Prozent



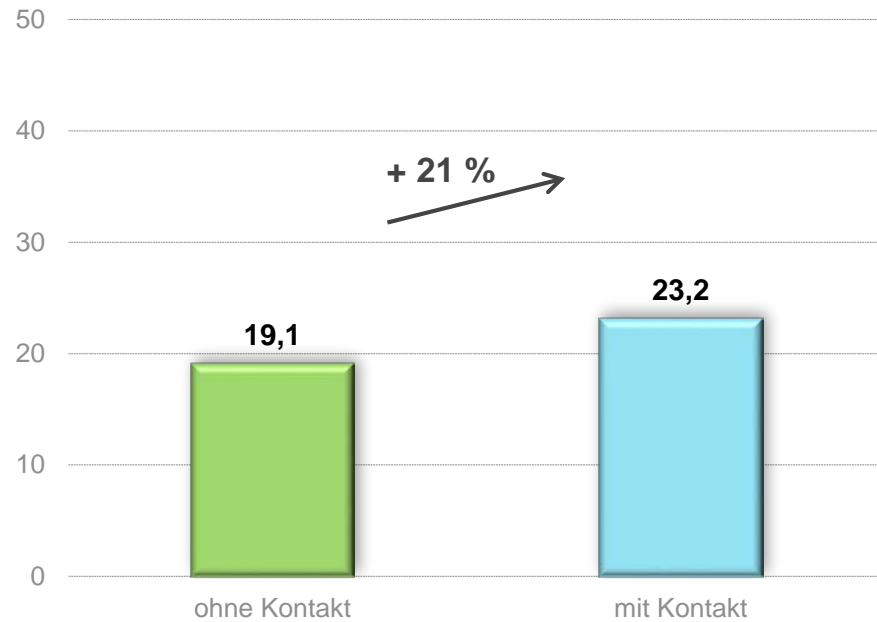
Gestützte Werbeerinnerung NicNac´s Angaben in Prozent



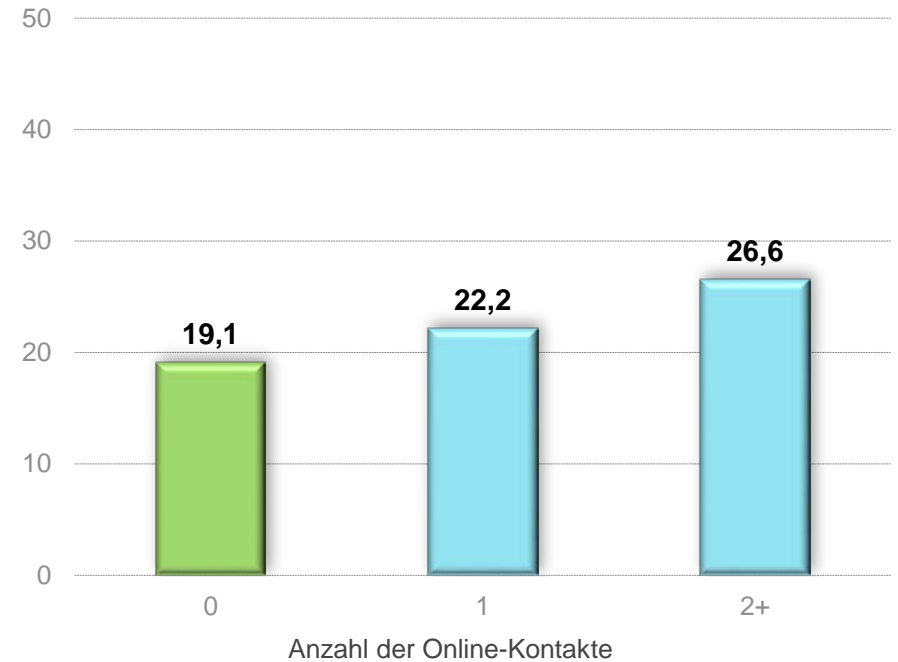
Frage: Und für welche der folgenden Snackmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre; regelmäßige Seher=mind. jede zweite Sendung Montag / Samstag
Quelle: SevenOne Media

Gestützte Werbeerinnerung steigt deutlich mit Online-Kontakten

Gestützte Werbeerinnerung NicNac´s
Angaben in Prozent



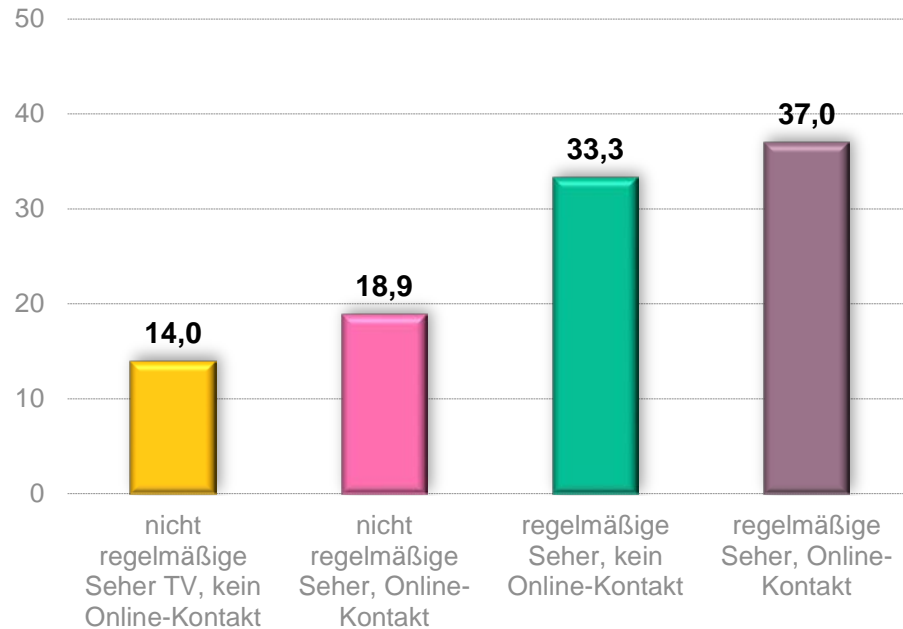
Gestützte Werbeerinnerung NicNac´s
Angaben in Prozent



Frage: Und für welche der folgenden Snackmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre
Quelle: SevenOne Media

Beide Medien in Kombination sind am wirkungsvollsten

Gestützte Werbeerinnerung NicNac´s Angaben in Prozent



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

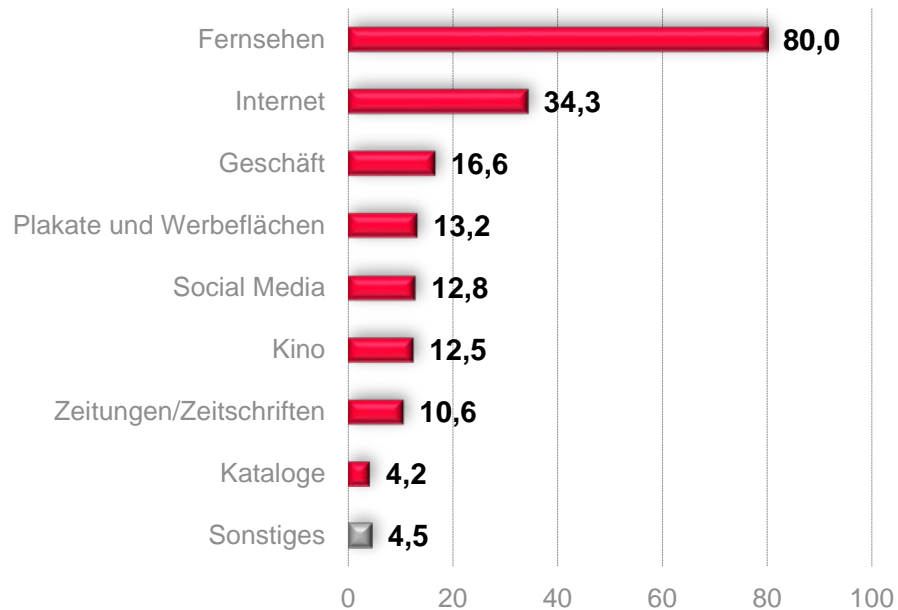
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre; nicht regelmäßige Seher=seltener als jede zweite Sendung, regelmäßige Seher=mind. jede zweite Sendung am Montag oder Samstag

Quelle: SevenOne Media

Werbung wird in erster Linie im TV wahrgenommen

Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



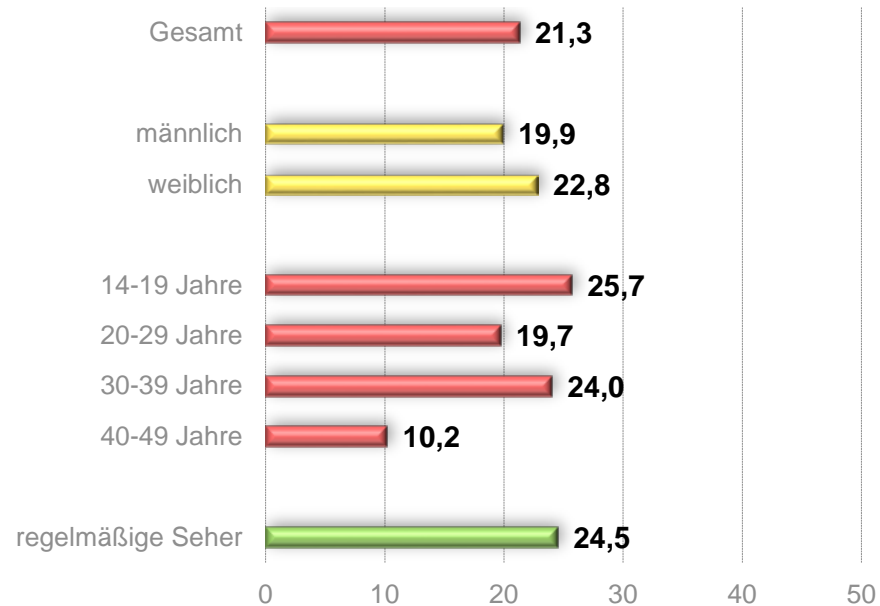
Frage: Sie haben angegeben, dass Sie sich an Werbung für NicNac's erinnern können. Wo haben Sie diese Werbung gesehen oder gehört?

Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre, die sich an Werbung für NicNac's erinnern

Quelle: SevenOne Media

Gestützt erinnert sich jeder Fünfte an das NicNac´s-Sponsoring

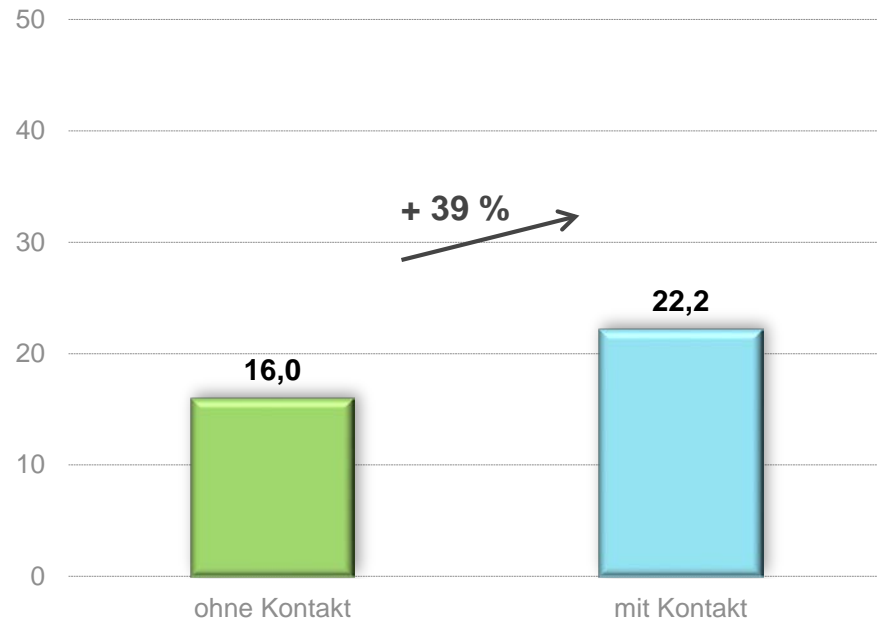
Gestützte Sponsorererinnerung NicNac´s Angaben in Prozent



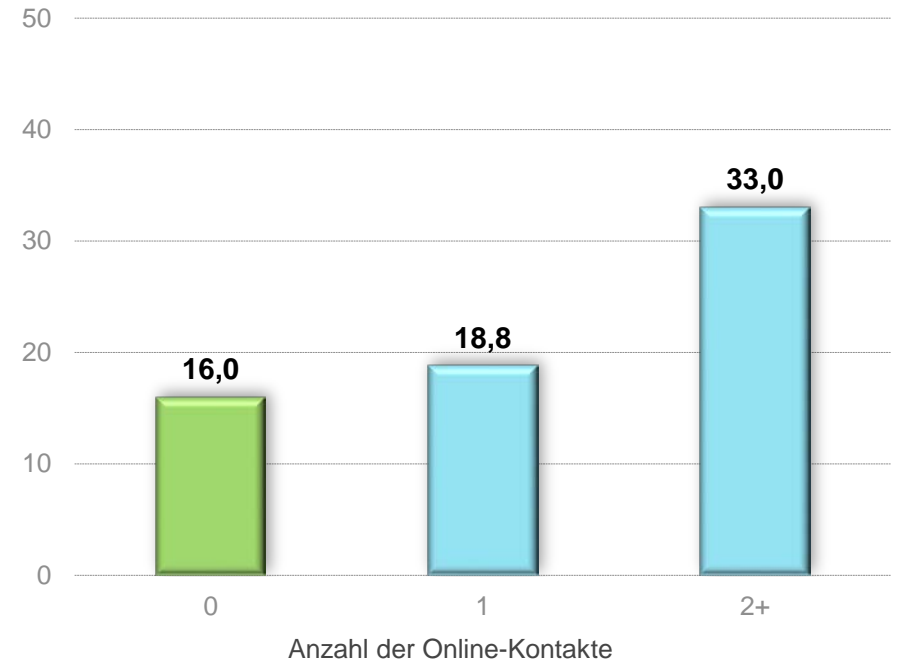
Frage: Die Sendung "The Big Bang Theory" auf ProSieben wird von bestimmten Marken präsentiert. Welche der folgenden Marken sind Ihrer Meinung nach Sponsor der Sendung?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre, die "The Big Bang Theory,, Montagabend oder Samstagnachmittag sehen
Quelle: SevenOne Media

Sponsorreminderung profitiert von Online-Kontakten

Gestützte Sponsorreminderung NicNac´s
Angaben in Prozent



Gestützte Sponsorreminderung NicNac´s
Angaben in Prozent

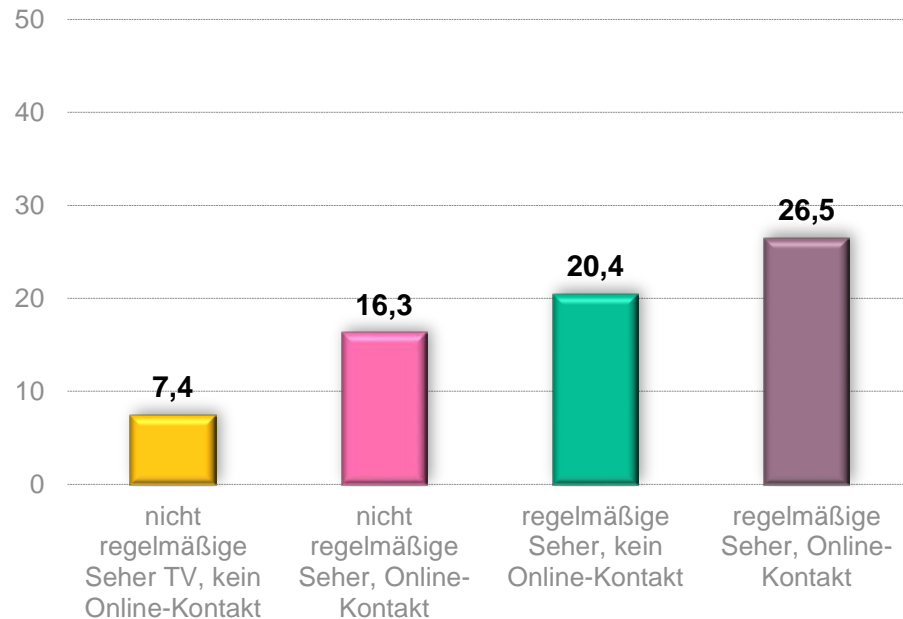


Frage: Die Sendung "The Big Bang Theory" auf ProSieben wird von bestimmten Marken präsentiert. Welche der folgenden Marken sind Ihrer Meinung nach Sponsor der Sendung?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre, die "The Big Bang Theory,, Montagabend oder Samstagnachmittag sehen
Quelle: SevenOne Media

Bestes Ergebnis mit Kontakten in beiden Medien

Gestützte Sponsor Erinnerung NicNac´s

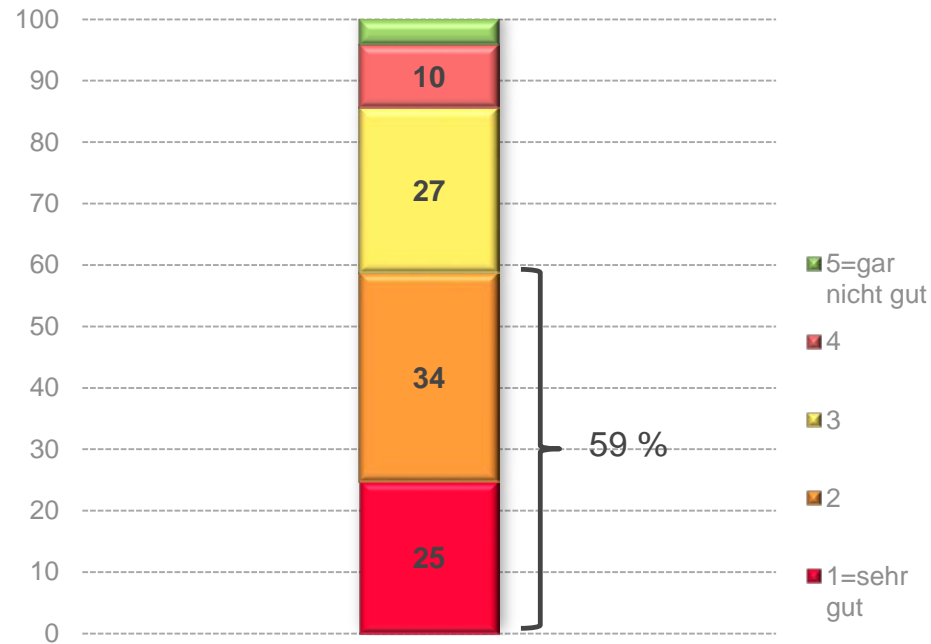
Angaben in Prozent



Frage: Die Sendung "The Big Bang Theory" auf ProSieben wird von bestimmten Marken präsentiert. Welche der folgenden Marken sind Ihrer Meinung nach Sponsor der Sendung?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre; nicht regelmäßige Seher=seltener als jede zweite Sendung, regelmäßige Seher=mind. jede zweite Sendung am Montag oder Samstag
Quelle: SevenOne Media

60 Prozent bescheinigen hohes Sponsorfitting

Sponsorfitting NicNac's Angaben in Prozent



Frage: Wie gut passen Ihrer Meinung nach NicNac's als Sponsor zu der Sendung "The Big Bang Theory"?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre, die sich an das Sponsoring erinnern können
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

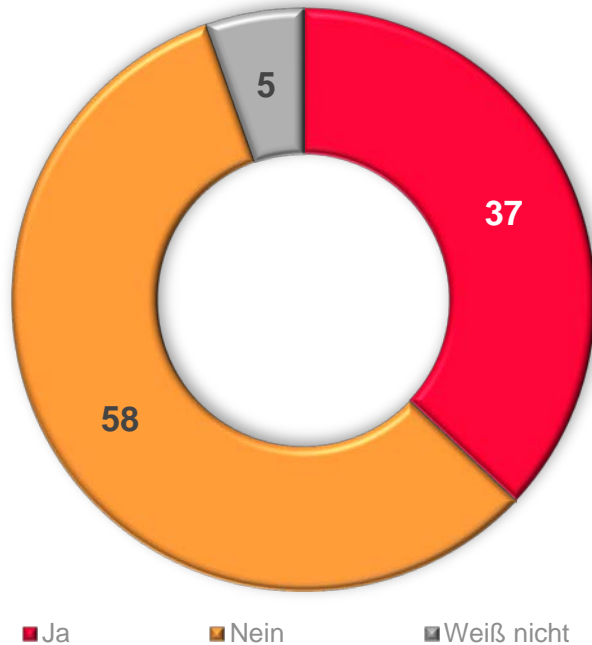
Werbe- und Sponsor Erinnerung

Kauf

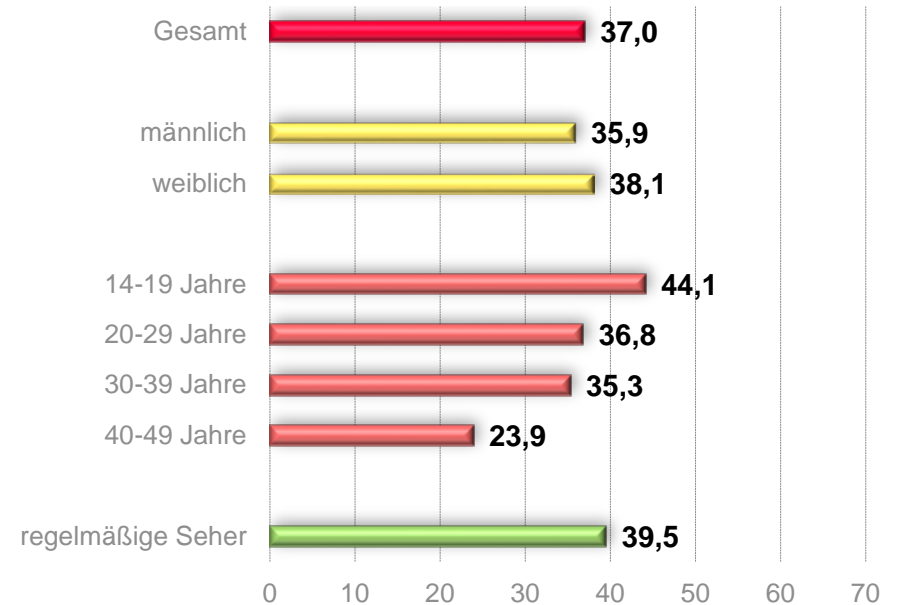
Fazit

Knapp 40 Prozent haben NicNac's schon einmal gekauft

Kauf
Angaben in Prozent



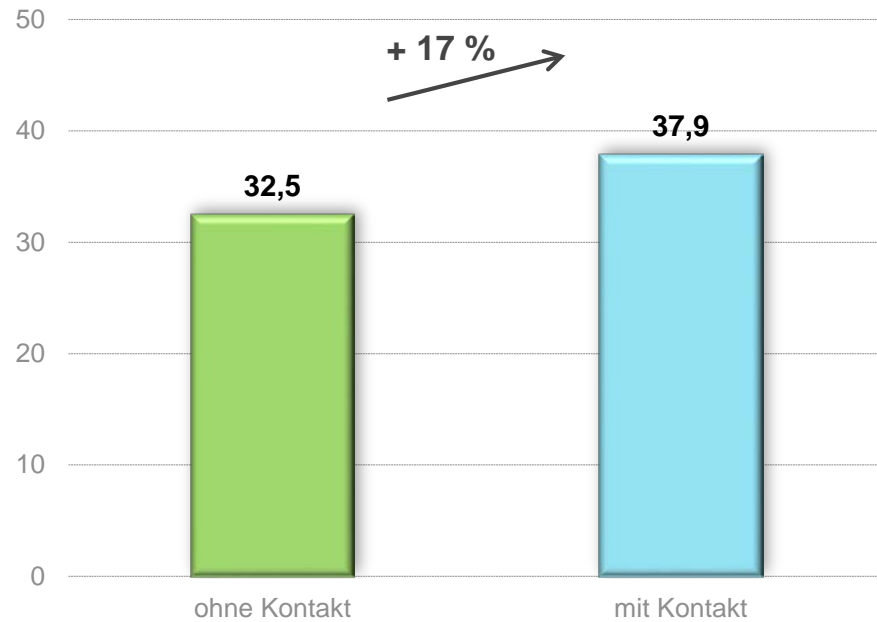
Kauf
Angaben in Prozent



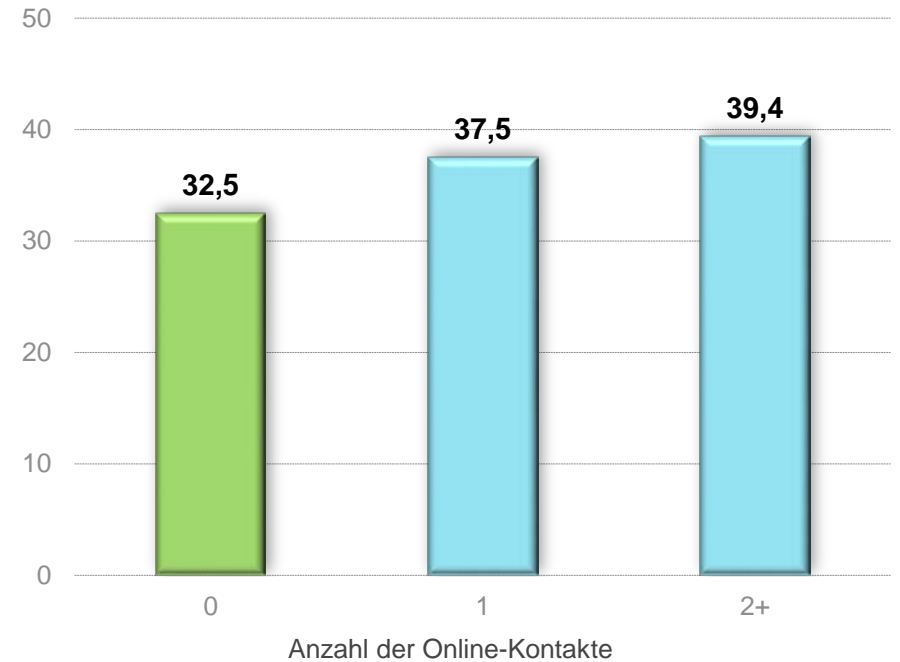
Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten/im letzten Jahr NicNac's gekauft?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre
Quelle: SevenOne Media

Käufe profitieren von der Online-Kampagne

Kauf
Angaben in Prozent



Kauf
Angaben in Prozent



Frage: Haben Sie in den letzten 12 Monaten/im letzten Jahr NicNac's gekauft?
Basis: User von prosieben.de 14-49 Jahre
Quelle: SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbe- und Sponsor Erinnerung

Kauf

Fazit

Ein starkes Team

- Online-Kampagne und TV-Sponsoring waren ein voller Erfolg.
- Alle abgefragten Indikatoren reagieren positiv auf die Maßnahmen in beiden Medien.
- Häufiger Seher der TV-Sendung haben nicht nur höhere Werte bei Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, sondern auch beim Sponsoring.
- Die Werbewirkung steigt mit zunehmenden Online-Kontakten.
- NicNac´s und „The Big Bang Theory“ passen sehr gut zusammen. Dieser Ansicht sind fast zwei Drittel der Sponsorereinnerer.

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
franziska.rochau@sevenonemedia.de