



DER „CONTENTSPLIT SCENE SELECT“ VON PAYPAL BEI „GZSZ“

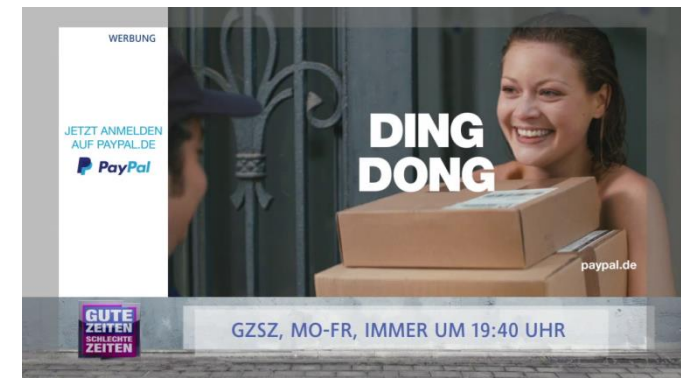
Wirkungsstudie

03.09.2015 Köln | Sunay Verir



MANAGEMENT SUMMARY

- PayPal hat im Umfeld von „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ (RTL) einen Contentsplit Scene Select gebucht. Dieser lief an vier Terminen auf der Pre-Split-Position im ersten Werbeblock um 19:45 Uhr. Dabei wurde ein passender Zusammenschnitt von „GZSZ“-Szenen dem PayPal-Spot vorgeschaltet, der in einem thematisch gebrandeten Kundenrahmen lief. Insgesamt gab es zwei Motive an „GZSZ“-Szenen: eine zum Thema „Fashion“ und eine zum Thema „Event“.
- Die Begleitstudie zeigt, dass diese neue Sonderwerbeform ein hohes Wirkpotenzial hat und von den „GZSZ“-Sehern aufmerksam und positiv wahrgenommen wurde.



Allgemeine Angaben zur Studie

WERBEMOTIVE

Motiv „Fashion“



Motiv „Event“

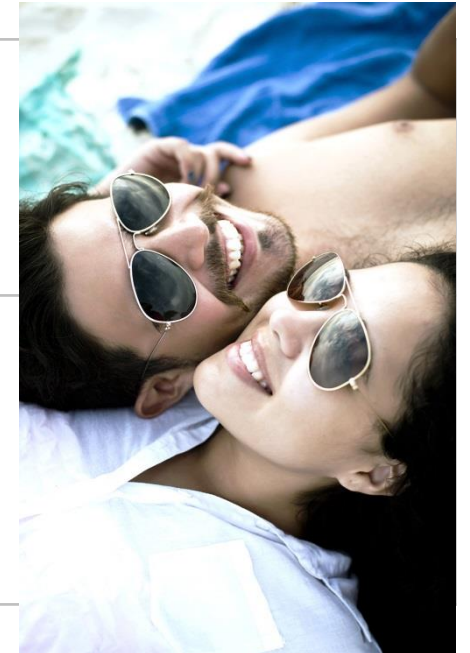


Allgemeine Angaben zur Studie

STUDIENSTECKBRIEF



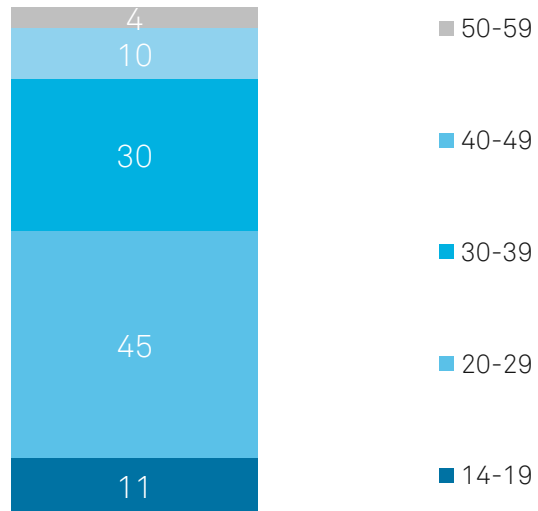
Methode	Mobile Online-Befragung mit der „I love MyMedia“ Forschungs-App der IP Deutschland.
Zielgruppe / Stichprobe	„GZSZ“-Seher von zwei Folgen von „GZSZ“ im Alter von 14 bis 59 Jahren. Gesamt: n= 1.132 Messung „GZSZ“-Folge mit Motiv „Event“ am 3.6.2015: n=403 Messung „GZSZ“-Folge mit Motiv „Fashion“ am 10.6.2015: n=729



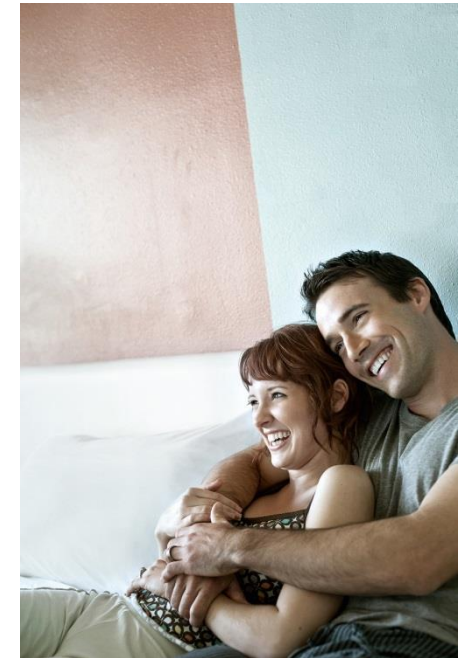
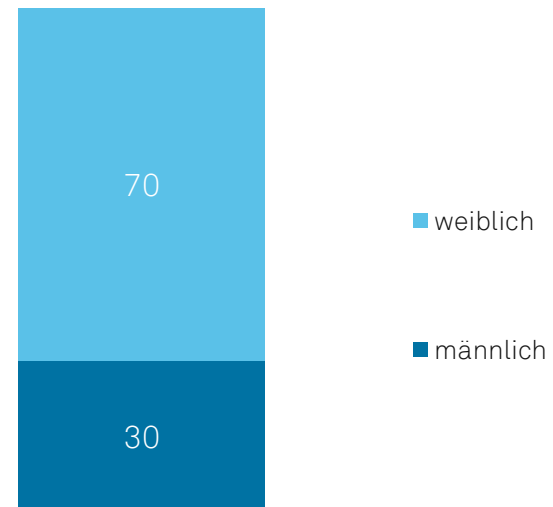
Soziodemografie

HOHER ANTEIL JÜNGERER FRAUEN

Alter



Geschlecht



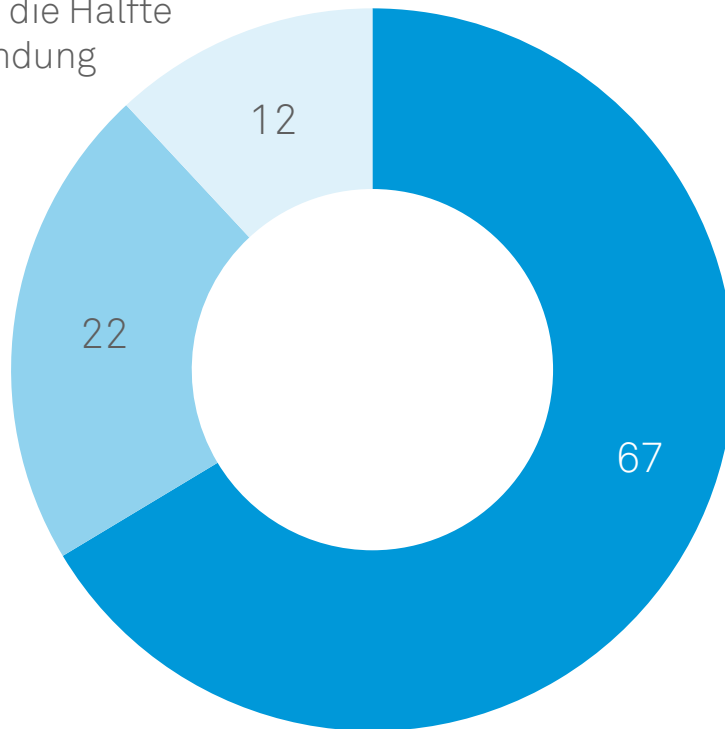
Nutzung der untersuchten „GZSZ“-Folgen

HOHES FORMAT-INVOLVEMENT

„Wie viel von der Sendung gesehen?“, Angaben in %

Weniger als die Hälfte
der Sendung

Mehr als die
Hälfte der
Sendung



Fast die gesamte
Sendung



Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 1.132

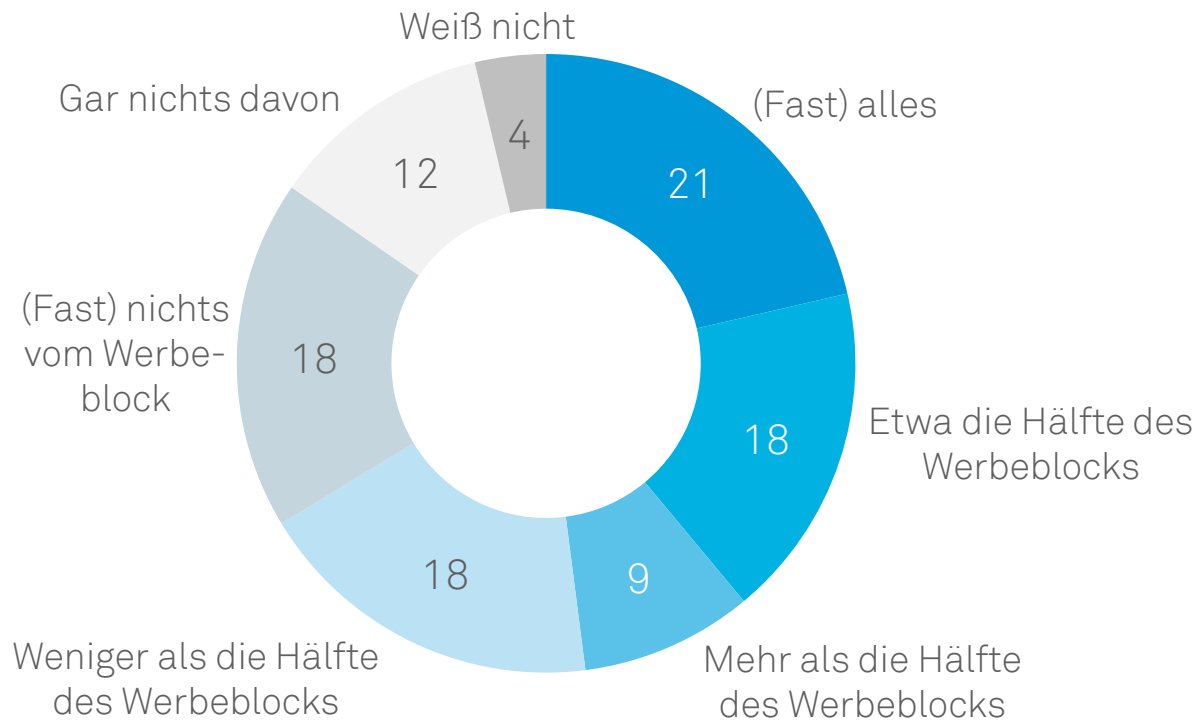
Frage: „Wie viel von der Sendung ‚GZSZ‘ haben Sie gesehen? Welche der folgenden Antworten trifft am ehesten auf Sie zu?“

Einschätzung Nutzung Werbeblock innerhalb „GZSZ“-Folge

FAST JEDER ZWEITE SIEHT MEHR ALS DIE HÄLFT

VOM WERBEBLOCK

„Wie viel vom 1. Werbeblock gesehen?“, Angaben in %



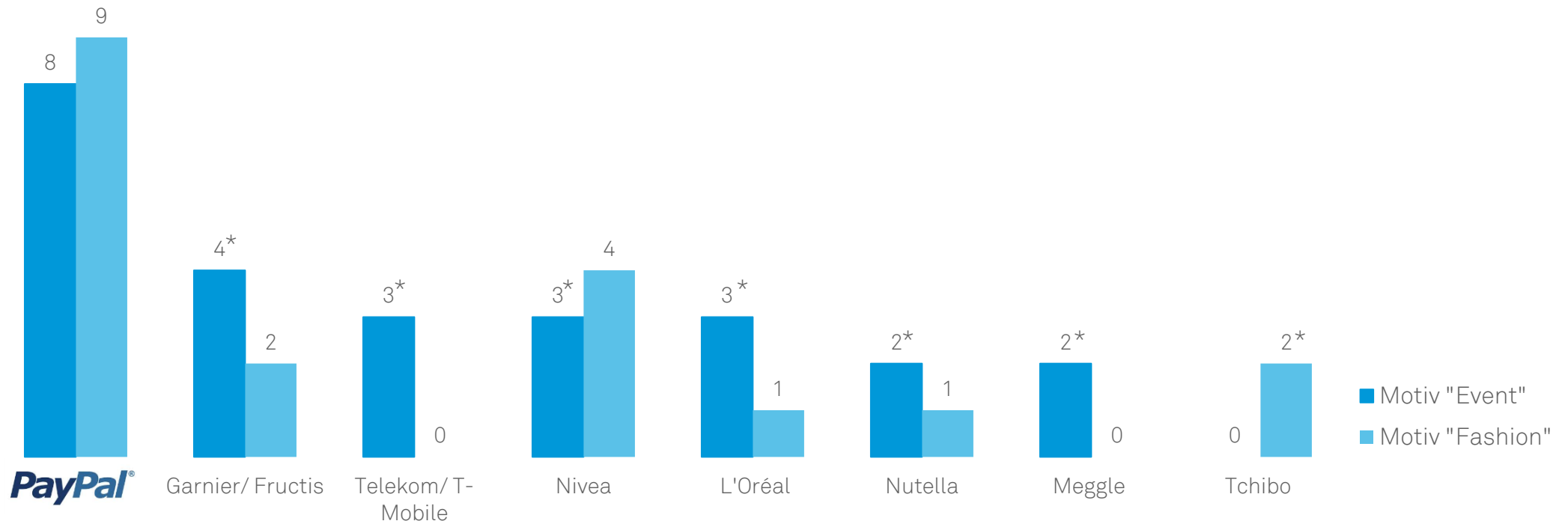
Quelle: IP Deutschland: Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 1.132

Frage: „Innerhalb der Sendung ‚GZSZ‘ wurde ja auch geworben. Was schätzen Sie: Wie viel vom ersten Werbeblock um 19:45 Uhr haben Sie ungefähr gesehen?“

Ungestützte Werbeerinnerung PAYPAL-WERBUNG MIT HÖCHSTER DURCHSETZUNGS- KRAFT IM WERBE-UMFELD VON „GZSZ“



Angaben in %, wenn 1. Werbeblock von „GZSZ“ gesehen



Alle Nennungen >= 2%

*= Spots liefen im jeweiligen Werbeblock

Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 280 Motiv „Event“ und n=471 Motiv „Fashion“
Frage: „Können Sie sich noch daran erinnern, für welche Marken bzw. Produkte geworben wurde?“

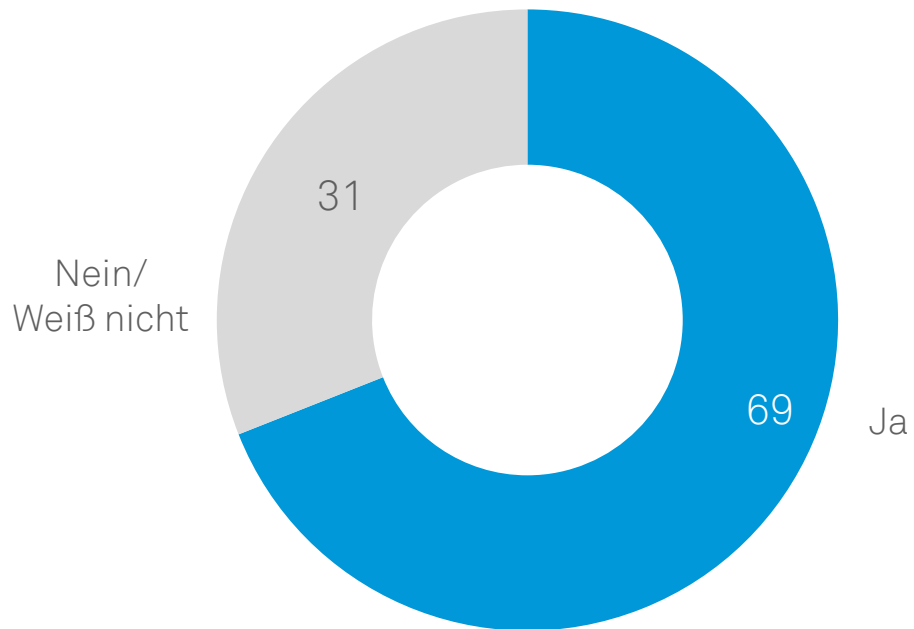
Produktgestützte Werbeerinnerung PayPal

GESTÜTZT ERINNERN SICH SOGAR ZWEI DRITTEL DER SEHER MIT WERBEBLOCK-KONTAKT AN PAYPAL

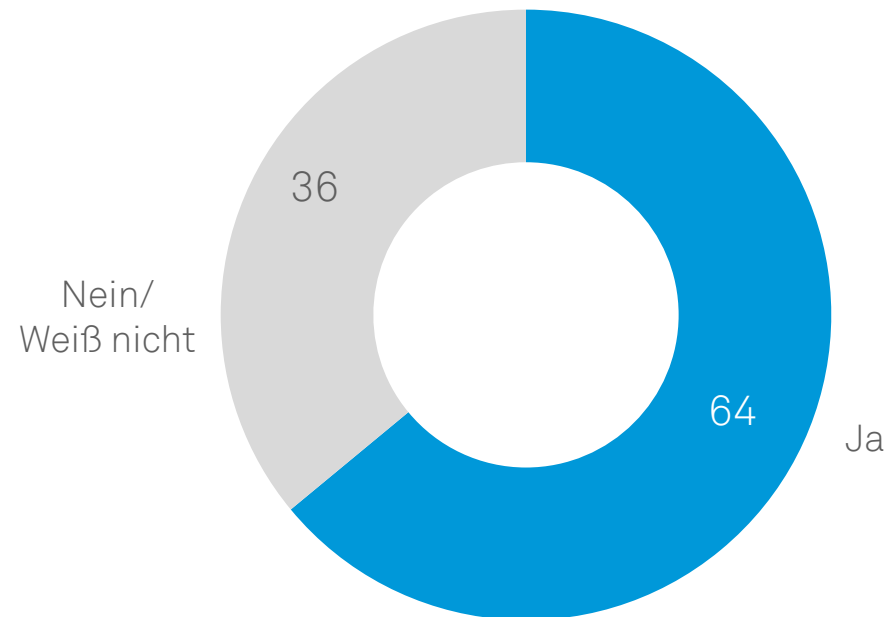


Angaben in %, wenn 1. Werbeblock von „GZSZ“ gesehen

Motiv „Event“



Motiv „Fashion“



Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 280 Motiv „Event“ und n=471 Motiv „Fashion“
Frage: „Unter anderem war Werbung des Online-Bezahlsystem-Anbieters PayPal im Werbeblock zu sehen. Können Sie sich an diese Werbung erinnern?“

Detail-Erinnerung an PayPal-Werbung (offene Abfrage)

KNAPP JEDER ZEHNTE ASSOZIIERT UNGESTÜTZT „GZSZ“ IN KOMBI MIT DER PAYPAL-WERBUNG



76% der Werbe-Erinnerer nennen konkrete Inhalte

Angaben in %, wenn Werbung von PayPal erinnert

Allgemein	Generelle Aussagen / Beispiele zu PayPal: man hat Kundenvorteile / bin PayPal-Kunde / zuverlässig/ glaubwürdig	9%
	Formale Wahrnehmungen: schnelle Werbung / Bilder / Comic / Animation	4%
Inhalte	PayPal bietet Sicherheit beim Bezahlen / Käuferschutz	17%
	Einfaches / unkompliziertes Zahlen / schnell bezahlen mit zwei Klicks	17%
	Doppelwörter/ Reime: Flick Flack / Klick Klack / Zick Zack	14%
	Kombi GZSZ und Werbung: direkt an GZSZ angebunden / mit Schauspielern von GZSZ / Kombi von Spot und Soap/ ...	8%
	Aufzählung diverser sonstiger Spot-Inhalte: Menschen die tanzen / Menschen, die Dinge bestellt haben, ...	5%
Bewertung	Gut gemacht / schön / super / empfehlenswert / interessant / macht neugierig / einladend	14%
	Lustig / unterhaltsam / gute Laune / Lebensfreude	10%
	Nervig / anstrengend / umständlich....	9%
	Mal was anderes / ungewöhnlich	6%
	tolle/auffällige Musik	4%
	verständlich/informativ	3%
	Einprägsam	2%
	Sonstiges	9%

Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 495 / Frage: „Wie würden Sie die Werbung von PayPal einem Freund/einer Freundin spontan beschreiben? Was haben Sie genau gesehen? Was war bei dieser Werbung vielleicht anders als bei anderer Werbung? Was ist Ihnen dabei aufgefallen?“

Detail-Erinnerung an PayPal-Werbung (offene Abfrage)

VIELE GOUTIEREN SPONTAN DIE KOMBI AUS „GZSZ“ UND PAYPAL-WERBUNG

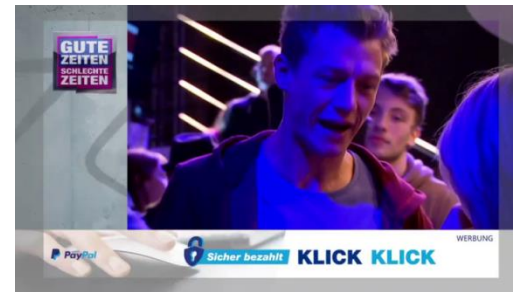
„Der Werbespot war vor dem Pausenbeginn in Umrandung einiger kurzer GZSZ-Spots. So eine Art von Werbung habe ich selten gesehen. Finde es aber gut, weil man vor dem TV bleibt, weil es ja nun auch um die Sendung geht, die man gerade schaut.“

„Verschiedene Sequenzen aus normaler Werbung und GZSZ-Sequenzen. Jeder kann sich damit identifizieren.“

„Erste Szenen waren mit GZSZ-Schauspielern, ging dann in den Standard über - war **echt gut gemacht**.“

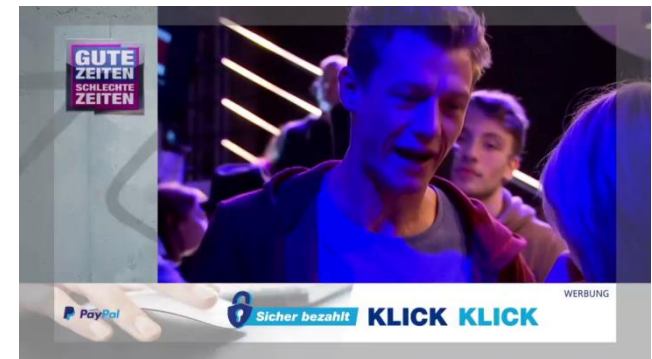
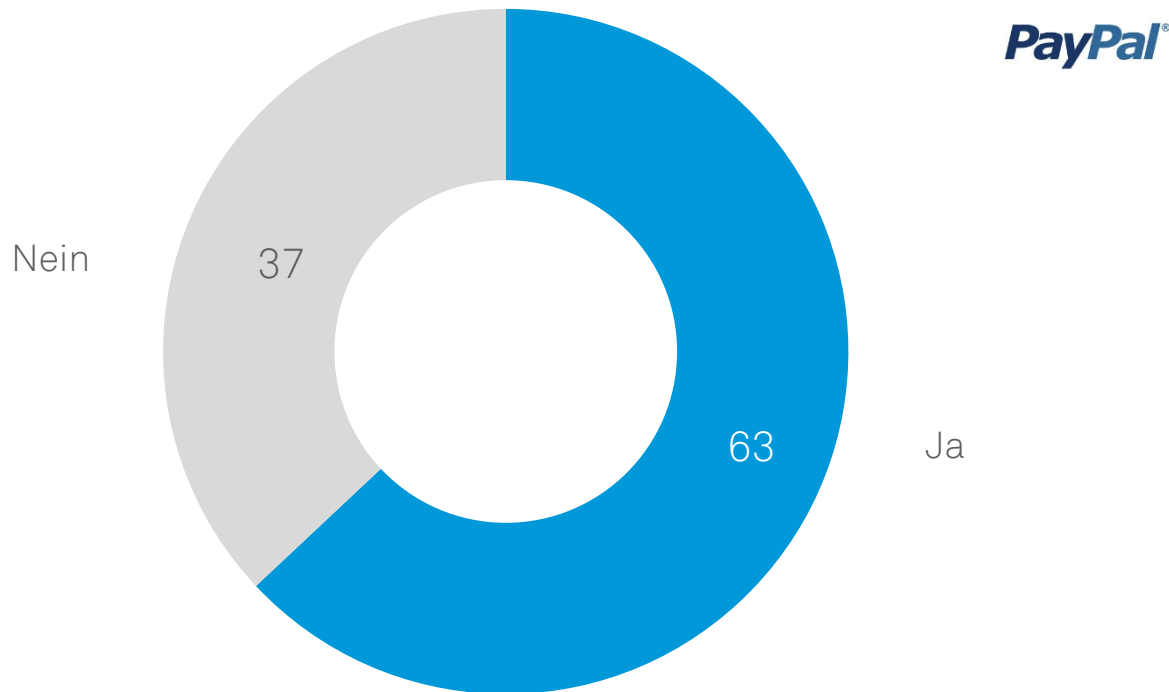
„Die Werbung wurde durch GZSZ-Darsteller quasi mit eingebunden. Es war also kein normaler Werbespot, sondern **extra für GZSZ gemacht**.“

„Die Werbung war mit GZSZ-Schauspielern integriert, was ich sehr gut finde.“



Gestützte Erinnerung an PayPal-Werbung in Kombi mit „GZSZ“ FAST ZWEI DRITTEL DER WERBE-ERINNERERER FIEL DER CONTENTSPLIT AUF

Angaben in %, wenn Werbung von PayPal erinnert

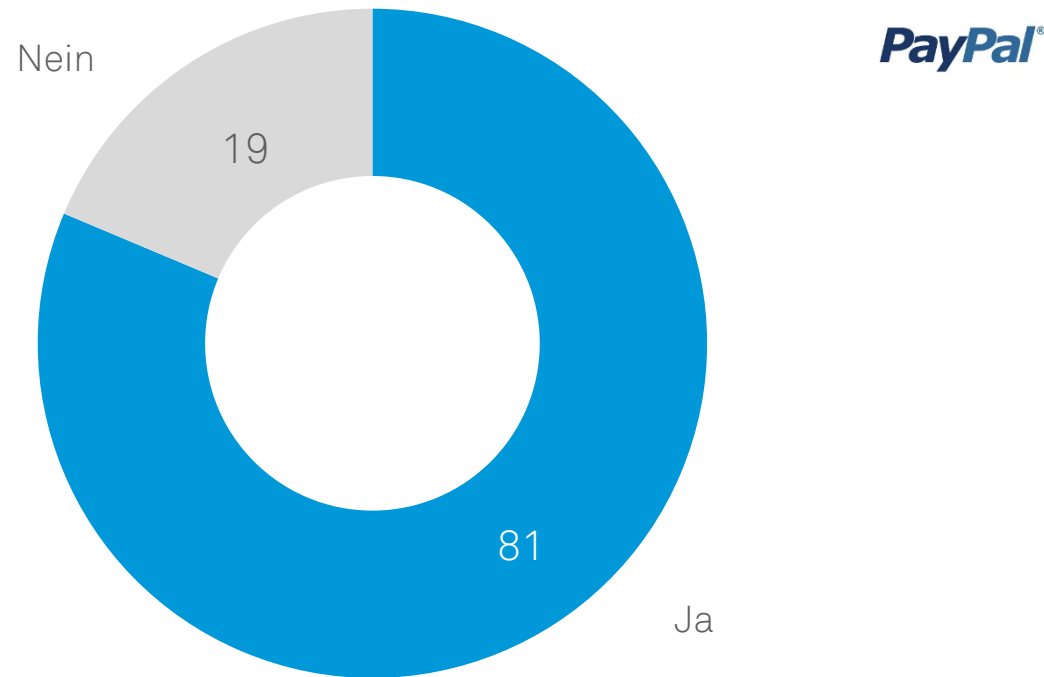


Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 495 / Frage: „Das Besondere an der Werbung, die Sie gesehen haben, ist, dass zu Beginn des Werbe-Spots verschiedene kurze Sequenzen aus der Sendung ‚Gute Zeiten, Schlechte Zeiten‘ in die Werbung integriert waren, danach war der klassische Fernsehspot von PayPal zu sehen. Ist Ihnen diese Kombination aus ‚GZSZ‘-Sequenzen und dem klassischen PayPal-Spot aufgefallen?“

Recognition nach nochmaliger Darbietung der Werbung

PAYPAL-WERBUNG MIT SEHR HOHER RECOGNITION

Angaben in %, wenn Werbung von PayPal erinnert



Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 495

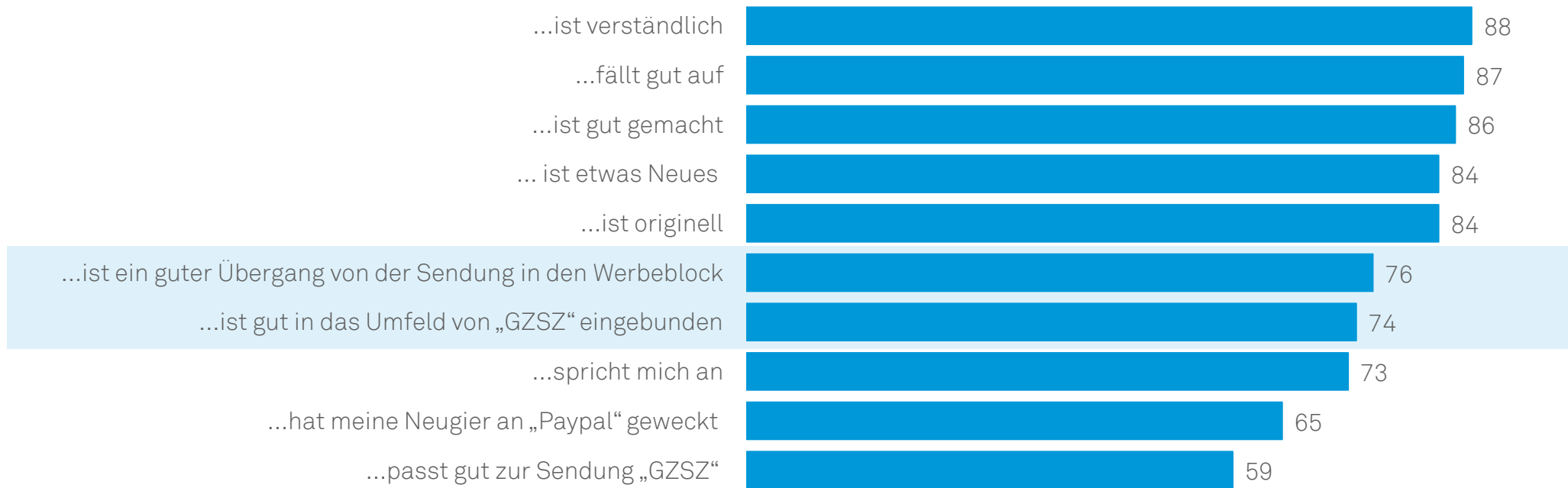
Frage: „Nun wird Ihnen die PayPal-Werbung noch einmal gezeigt. Haben Sie die PayPal-Werbung vorher schon einmal gesehen?“

Beurteilung der Werbeform CONTENTSPLIT SCENE SELECT FINDET HOHE AKZEPTANZ



Angaben in %, Top-Two-Werte, wenn Werbung von PayPal erinnert

Die PayPal-Werbung...

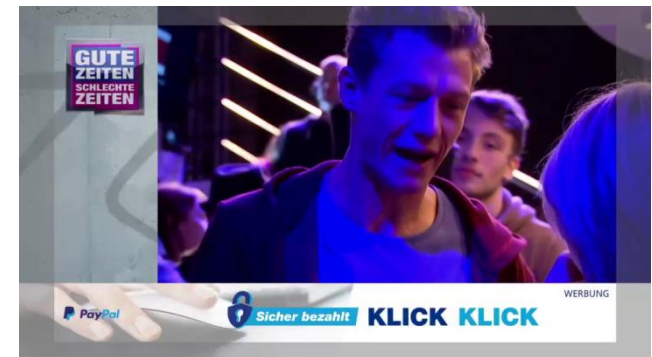
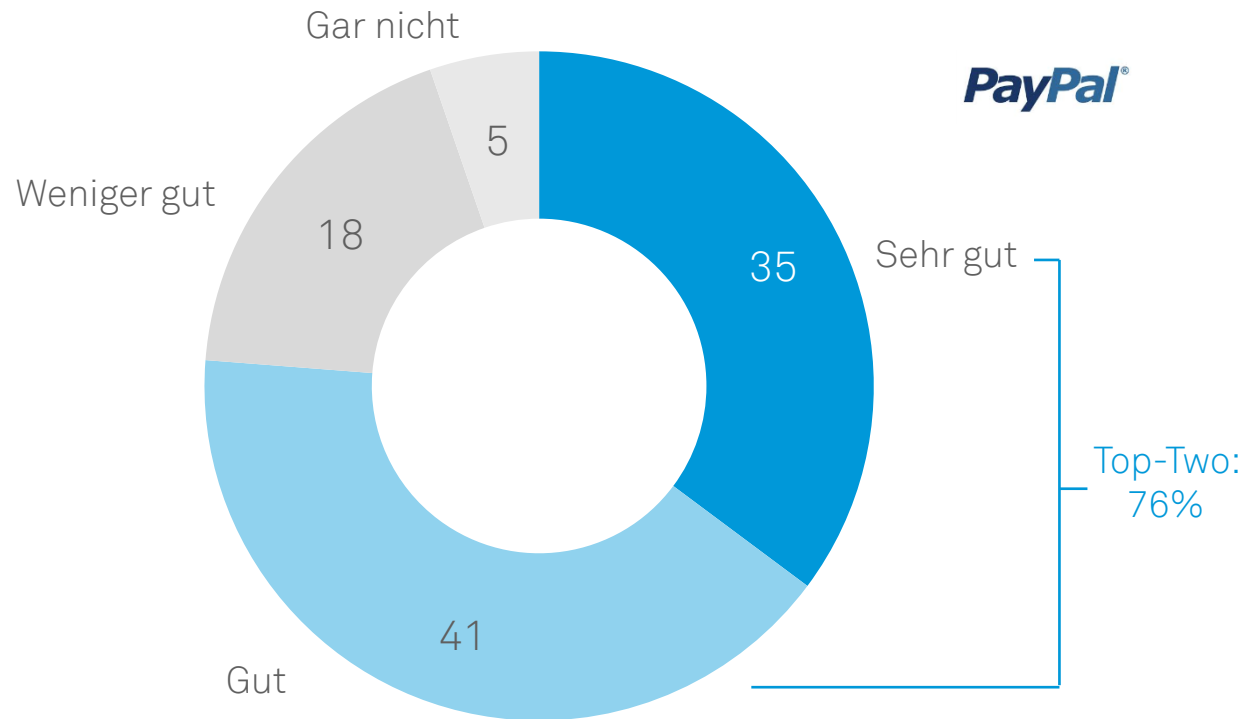


Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 495 / Frage: „Im Folgenden sind einige Aussagen zum gerade gezeigten PayPal-Spot aufgeführt, der heute als erster Spot im Werbeblock bei ‚Gute Zeiten, Schlechte Zeiten‘ lief. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

Beurteilung PayPal/„GZSZ“-Kombi nach Darbietung der Werbung

SEHR GUTE BEWERTUNG DER KOMBI

Angaben in %, wenn Werbung von PayPal erinnert



Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 495

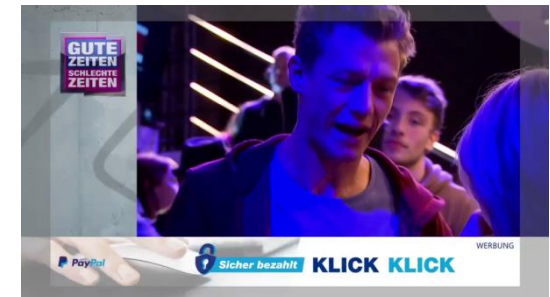
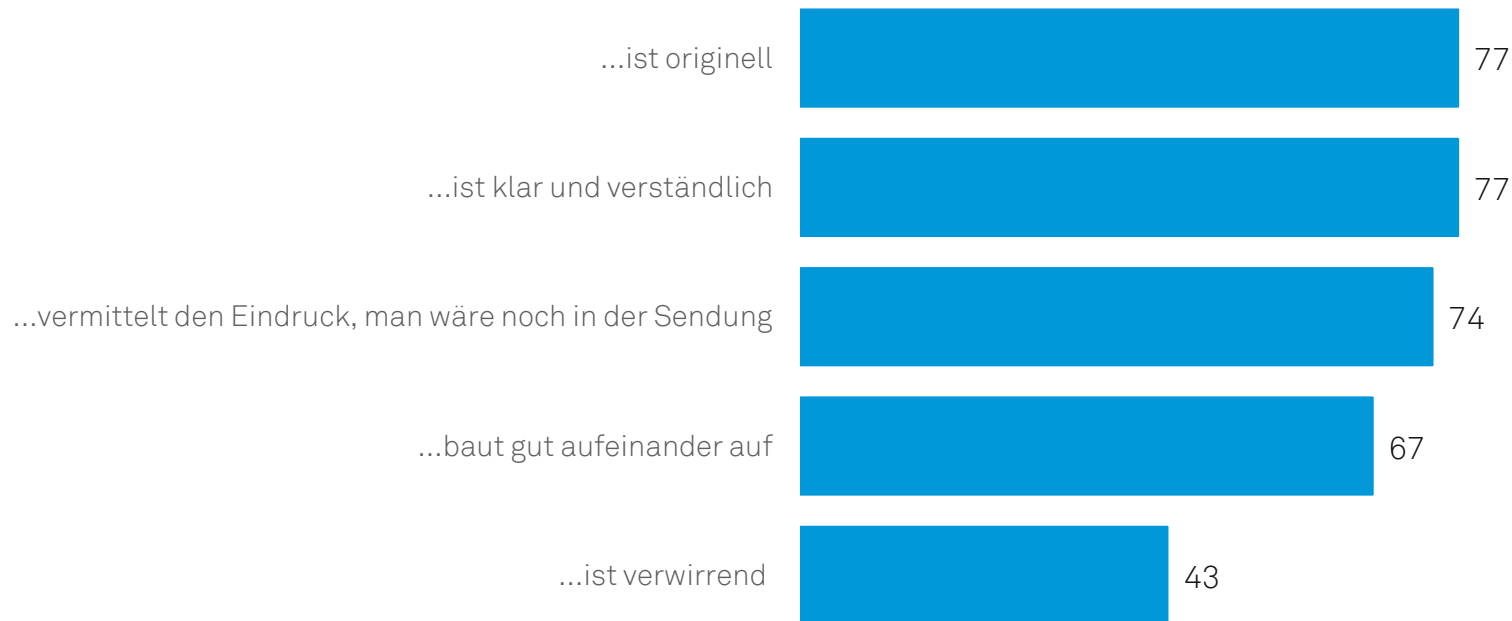
Frage: „Wie gefällt Ihnen die Idee, die PayPal-Werbung mit einigen Sequenzen aus der Sendung ‚Gute Zeiten, Schlechte Zeiten‘ zu kombinieren?“

Detail-Beurteilung PayPal/„GZSZ“-Kombi nach Darbietung der Werbung

KOMBI IST VERSTÄNDLICH UND ORIGINELL

Angaben in %, Top-Two-Werte, wenn Werbung von PayPal erinnert

Die Kombination der PayPal-Werbung mit „GZSZ“-Sequenzen...



Quelle: IP Deutschland, Wirkungsstudie Contentsplit Scene Select, PayPal bei „GZSZ“ / Basis: n= 495 / Frage: „In Bezug auf diese Kombination der PayPal-Werbung mit ‚GZSZ‘-Sequenzen sind im Folgenden einige Aussagen aufgeführt. Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu?“

FÜR RÜCKFRAGEN

Ihr Ansprechpartner:

Sunay Verir
Senior Projektleiterin Werbewirkungsforschung
Picassoplatz 1
50679 Köln
www.ip.de

Telefon: 0221 456-26432
Telefax: 0221 45695-26432
Mobil: +49 0163 5886 465
E-Mail: sunay.verir@mediengruppe-rtl.de



Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 33 057 | Geschäftsführer: Matthias Dang | USt.-IDNr. DE 114 383 325