

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, April 2015

# Popp Feinkost

Kampagnentracking



# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Fazit**

# Steckbrief

<b>Auftraggeber</b>	SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	forsa. GmbH
<b>Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Haushaltsführende zwischen 30 und 59 Jahren
<b>Methode</b>	Computergestützte Telefoninterviews an Hand eines strukturierten Fragebogens
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 22. - 25. September 2014 Endmessung: 02. - 06. März 2015
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n= 506 Endmessung: n= 750
<b>Wirkungsmaße</b>	Ungestützte und gestützte Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Kaufbereitschaft

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

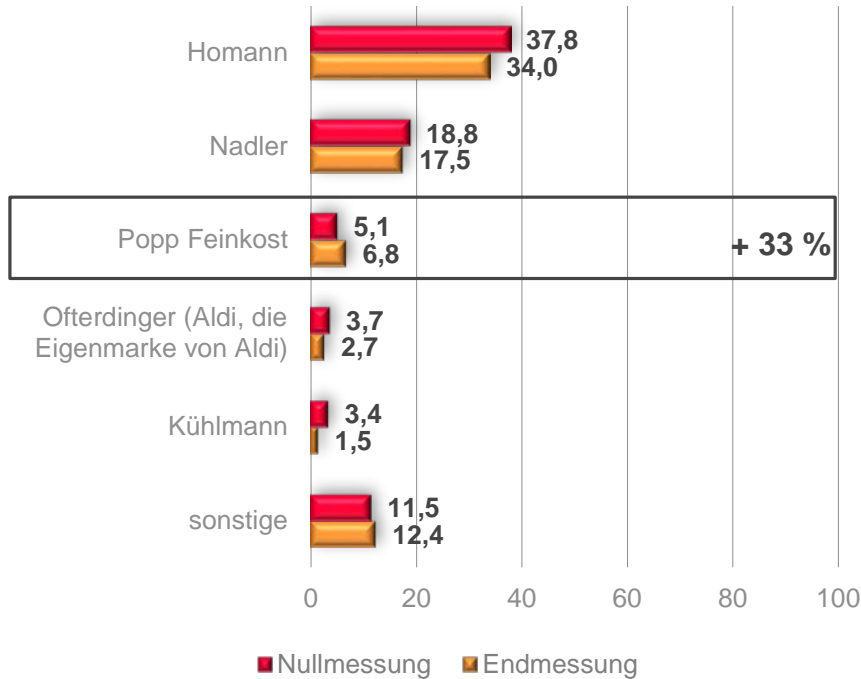
**Kaufbereitschaft**

---

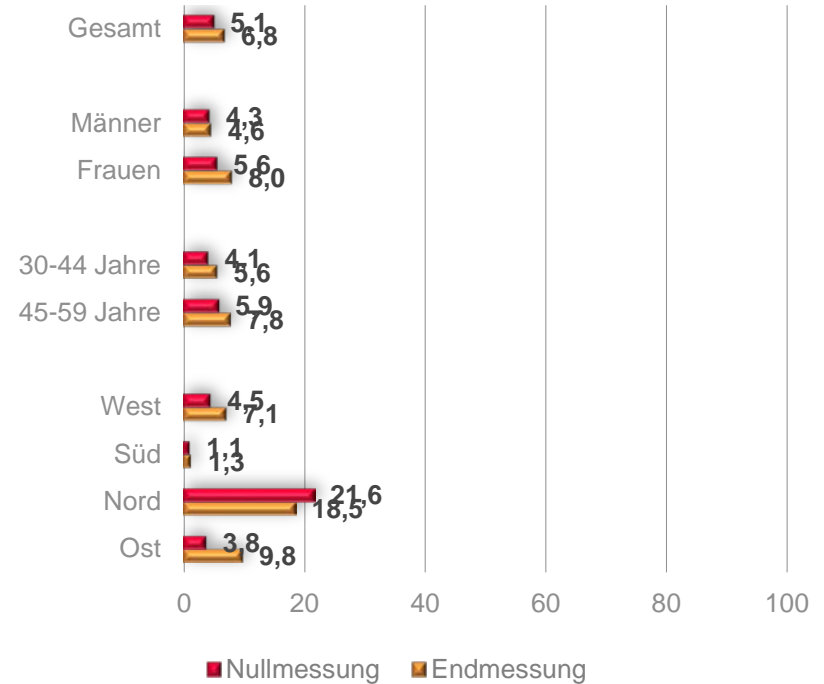
**Fazit**

# Steigerung der ungestützten Bekanntheit um ein Drittel

## Ungestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



## Ungestützte Markenbekanntheit – Popp Feinkost\* Angaben in Prozent



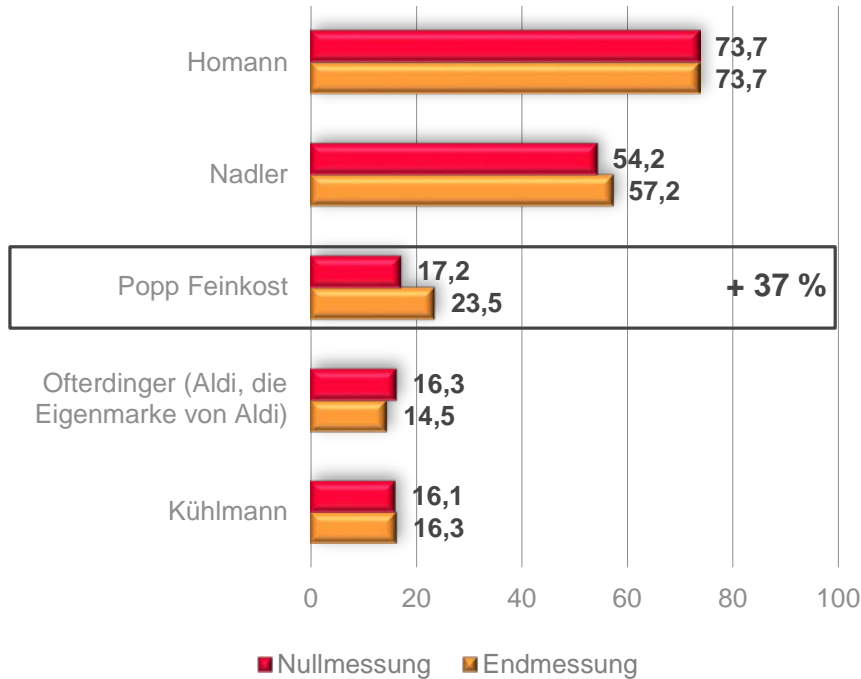
Frage: Jetzt geht es um Feinkostsalate. Welche Marken von Feinkostsalaten kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? .

Basis: HHF 30 - 59 Jahre; \* Geringe Fallzahl, daher nur Tendenzaussagen möglich

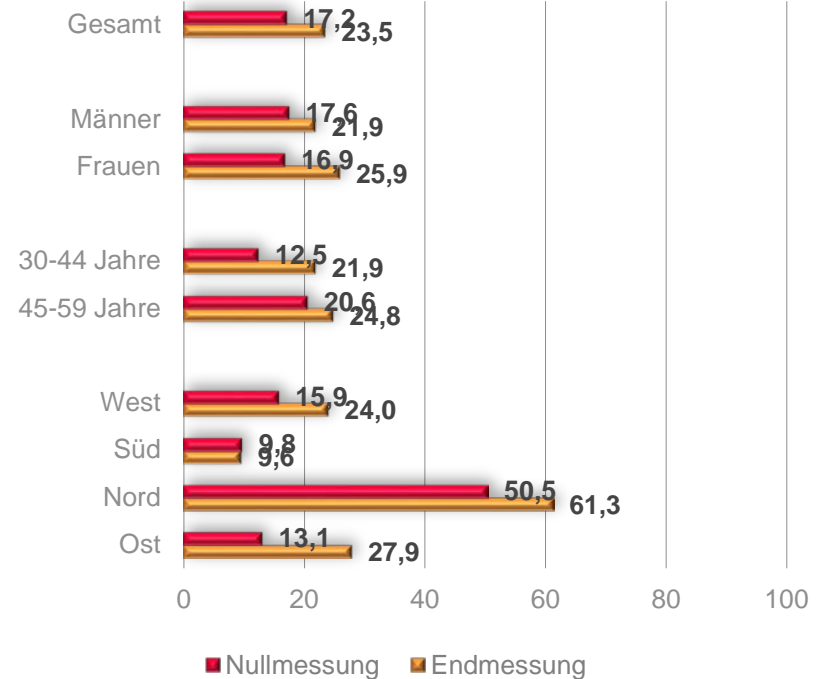
Quelle: forsa. / SevenOne Media

# Auch gestützt gewinnt die Marke deutlich an Bekanntheit

**Gestützte Markenbekanntheit**  
Angaben in Prozent



**Gestützte Markenbekanntheit – Popp Feinkost**  
Angaben in Prozent



Frage: Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Marken von Feinkostsalaten, und Sie sagen mir bitte, welche davon Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.

Basis: HHF 30 - 59 Jahre

Quelle: forsa. / SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

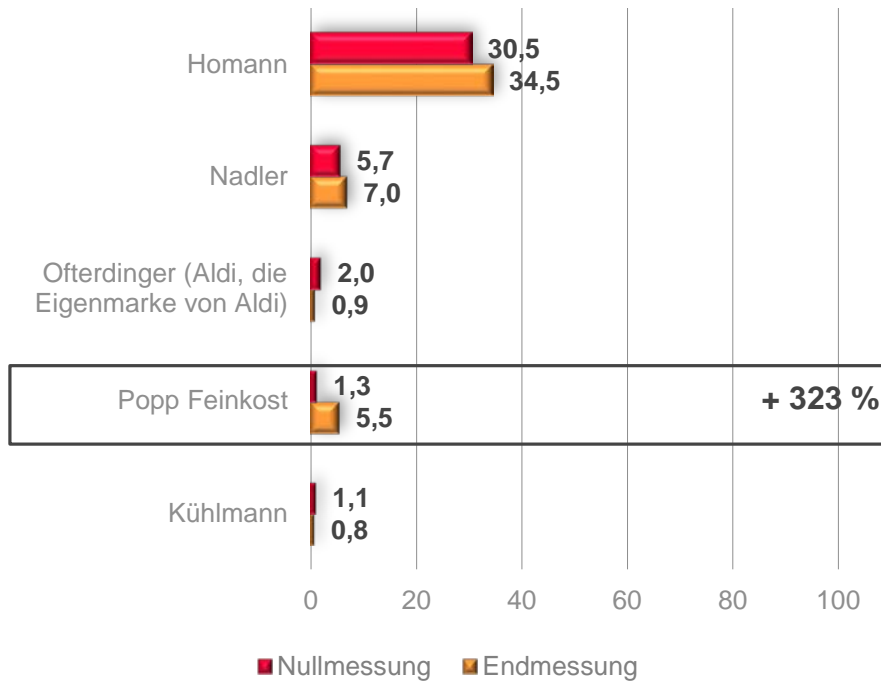
**Kaufbereitschaft**

---

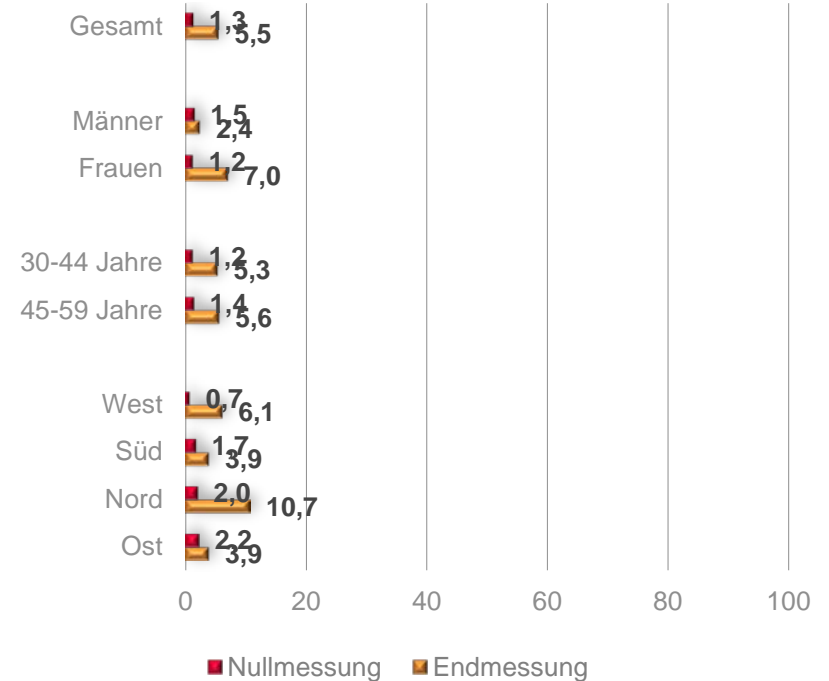
**Fazit**

# Starker Anstieg der Werbeerinnerung, wenn auch auf niedrigem Niveau

**Gestützte Werbeerinnerung**  
Angaben in Prozent; Basis: alle



**Gestützte Werbeerinnerung – Popp Feinkost\***  
Angaben in Prozent; Basis: alle



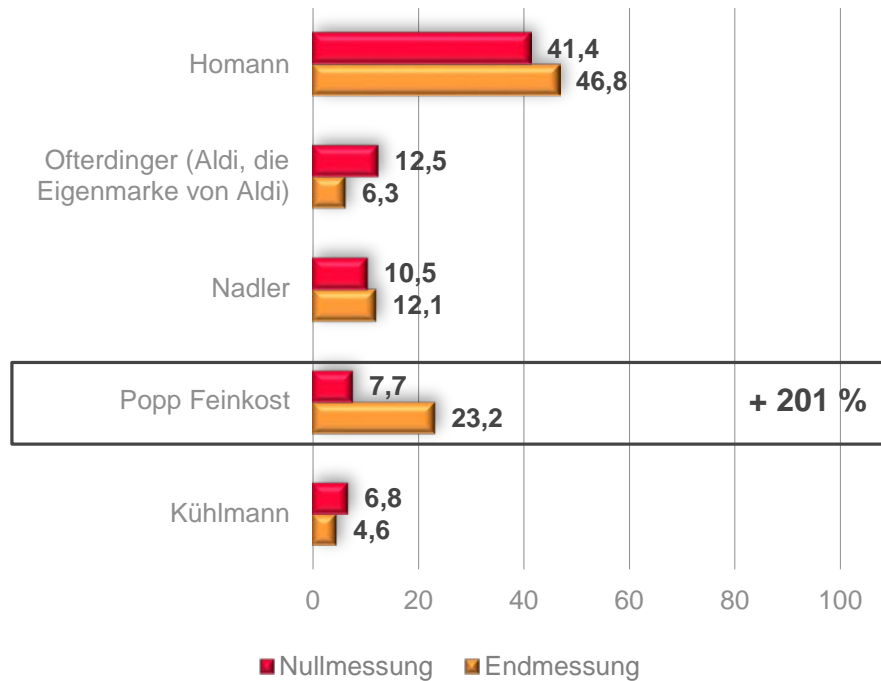
Frage: Und für welche der folgenden Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: HHF 30 - 59 Jahre; Geringe Fallzahl, daher nur Tendenzaussagen möglich  
Quelle: forsa. / SevenOne Media



# Auf Basis der Markenkenner ebenfalls deutliche Ausschläge

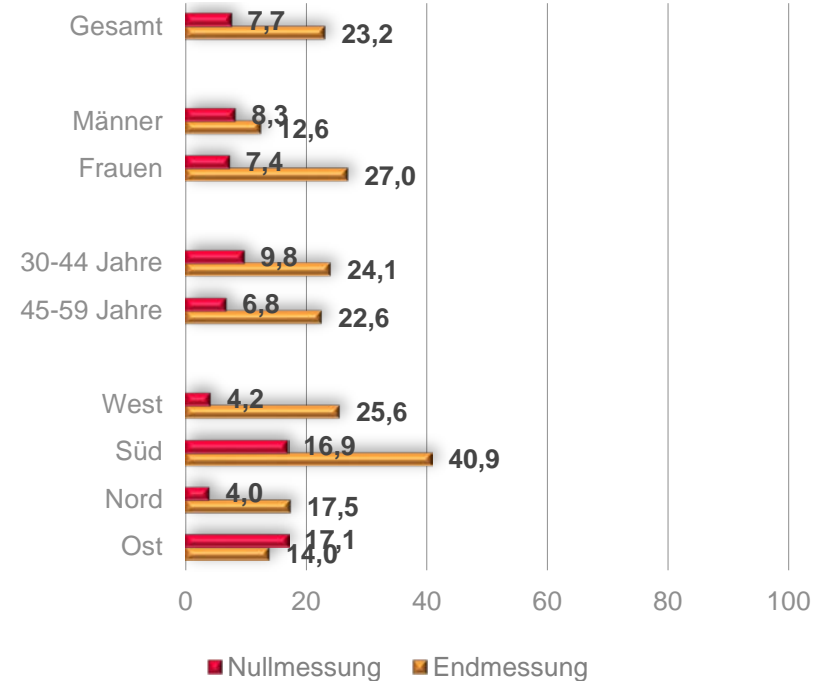
## Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent; Basis: Marke bekannt



## Gestützte Werbeerinnerung – Popp Feinkost

Angaben in Prozent; Basis: Marke bekannt



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

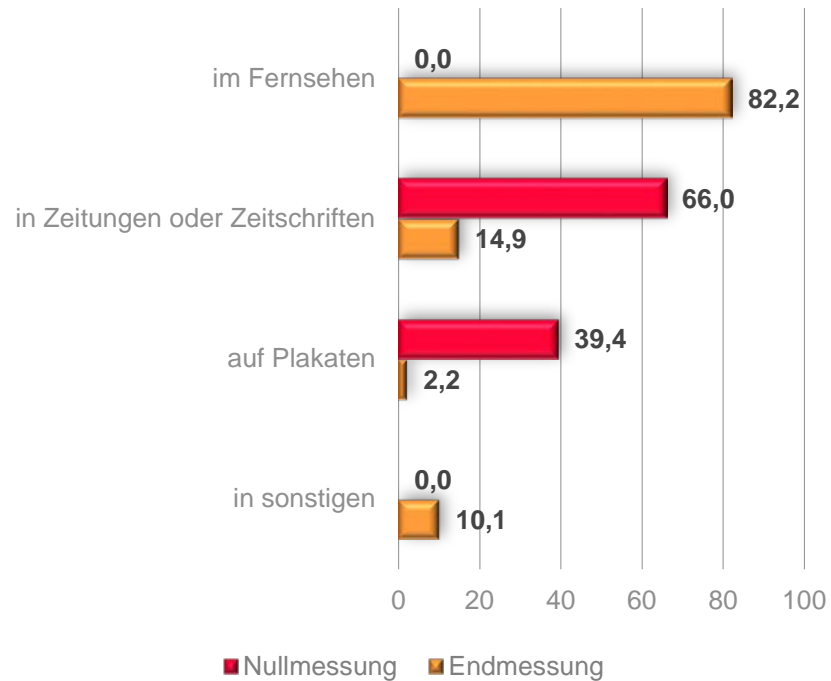
Basis: HHF 30 - 59 Jahre, die Popp Feinkost kennen

Quelle: forsa. / SevenOne Media

# Fernsehen als top-erinnertes Werbemedium

## Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



Frage: In welchen der folgenden Medien haben Sie Werbung für Popp Feinkost gesehen oder gehört?  
Basis: HHF 30 - 59 Jahre, die Werbung für Popp Feinkost erinnern  
Quelle: forsa. / SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

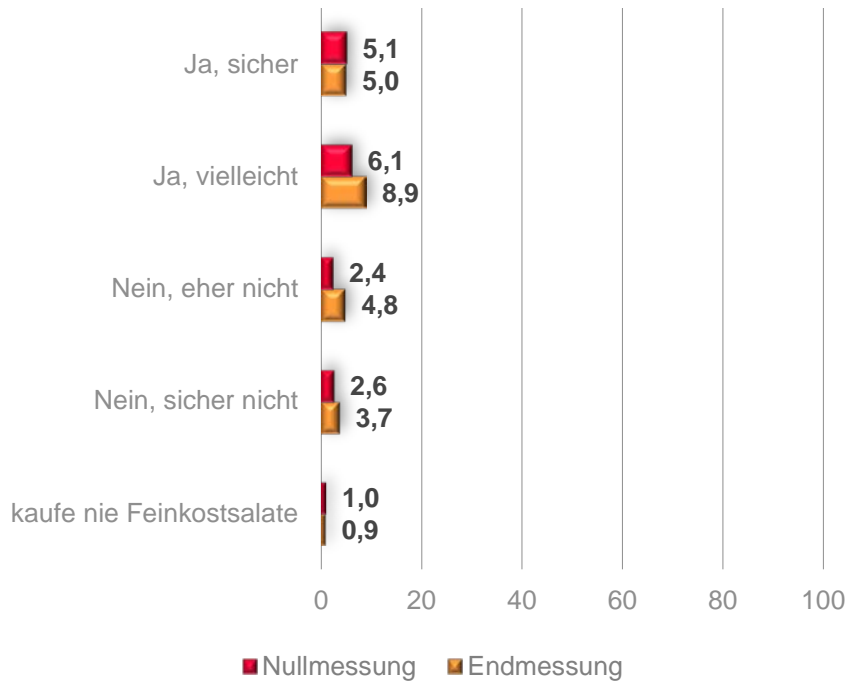
---

**Fazit**

# Leicht positiver Einfluss der Kampagne auf das Kaufpotenzial

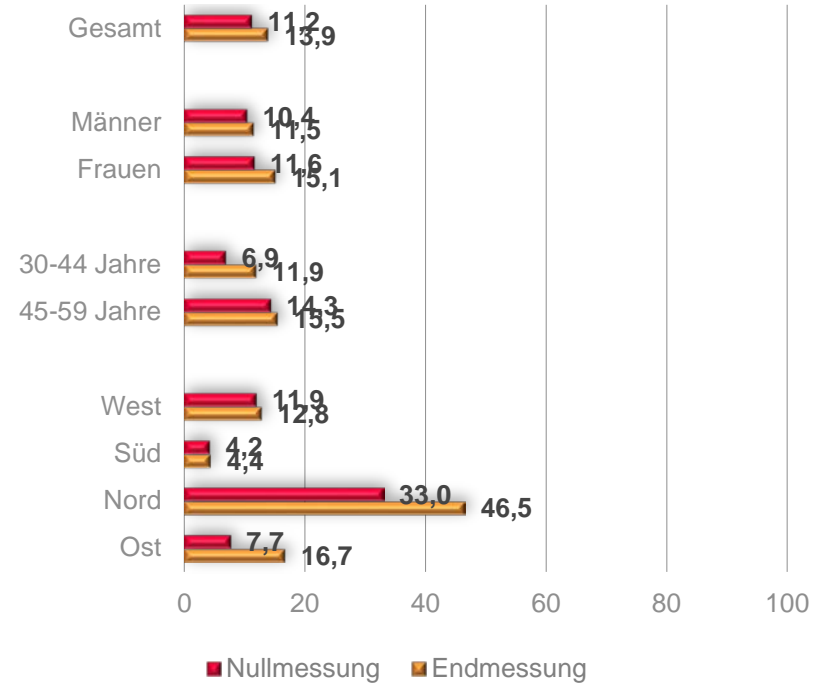
## Kaufpotenzial\*

Angaben in Prozent; Basis: alle



## Kaufpotenzial – ja, sicher/ ja, vielleicht

Angaben in Prozent; Basis: alle



Frage: Können Sie sich vorstellen, bei einem nächsten Einkauf eines Feinkostsalates einen Feinkostsalat der Marke Popp zu kaufen?

Basis: HHF 30 - 59 Jahre; \*zu 100% fehlende: Popp nicht bekannt

Quelle: forsa. / SevenOne Media.

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Fazit**

## Starker TV-Auftakt für Popp Feinkost

---

- Starke Steigerung der Bekanntheit: ungestützt sowie gestützt – und das in allen Zielgruppen
- Starke Werbeerinnerung in allen untersuchten Dimensionen
- TV als top-erinnertes Werbemedium
- Kaufpotenzial wird durch die Kampagne ebenfalls positiv beeinflusst

# Kontakt

---

**Sandra Schreiner**  
Research Manager

SevenOne Media GmbH  
Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-4 83

Fax +49 (0) 89/9507-941 83

[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)

sandra.schreiner@sevenonemedia.de