

Unterföhring, August 2013

**simfinity**

Onsite-Befragung



SIXX

MyVideo

GOLD

# Agenda

---

---

## Steckbrief

---

Markenbekanntheit

---

Werbeerinnerung

---

Markensympathie

---

Mediavergleich und Multichannel

---

Fazit

# Steckbrief

---

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	Onsite-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsstichprobe über AdServer
<b>Stichprobe</b>	n = 8.684
<b>Befragungszeitraum</b>	3. Juni bis 31. Juli 2013
<b>Inhalte</b>	Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Markensympathie, Kaufbereitschaft

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

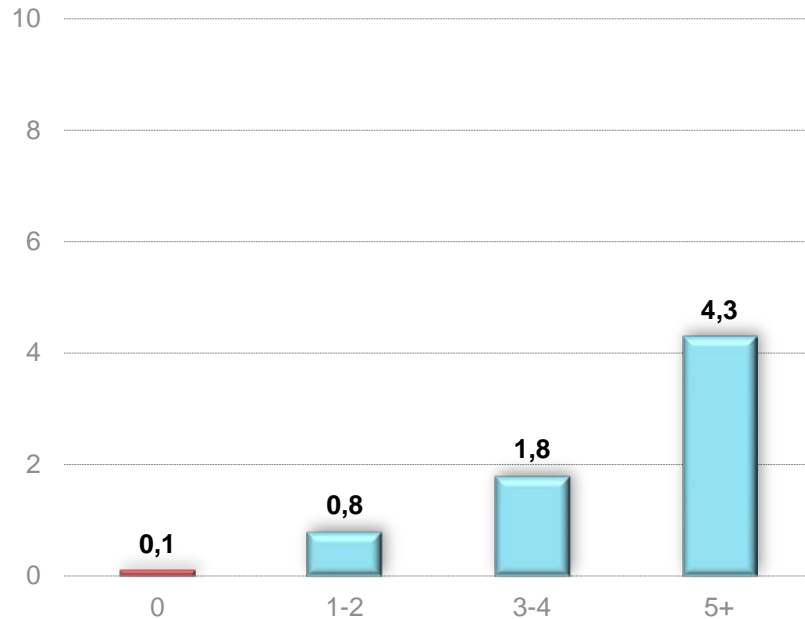
**Mediavergleich und Multichannel**

---

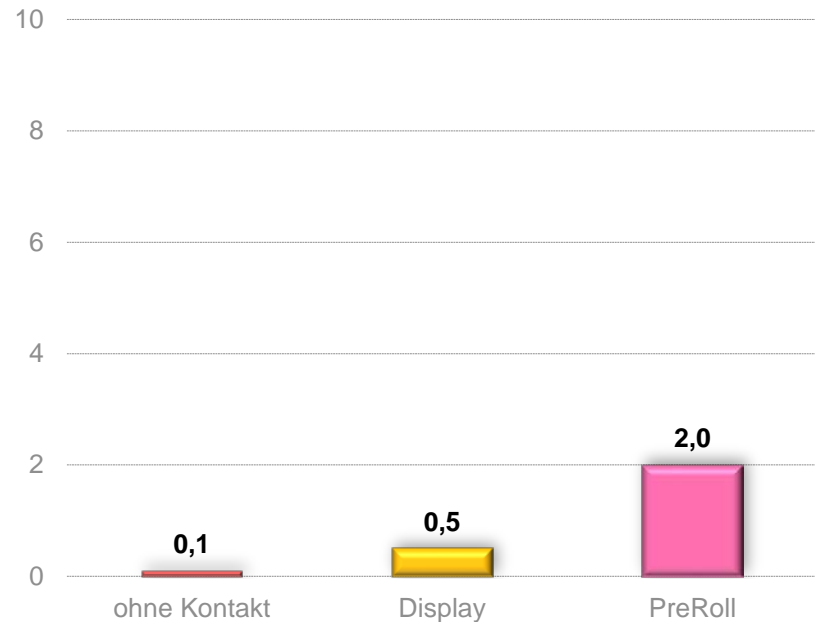
**Fazit**

# Deutliche Steigerung mit Online-Kontakten

**Ungestützte Markenbekanntheit - simfinity**  
Angaben in Prozent



**Ungestützte Markenbekanntheit - simfinity**  
Angaben in Prozent

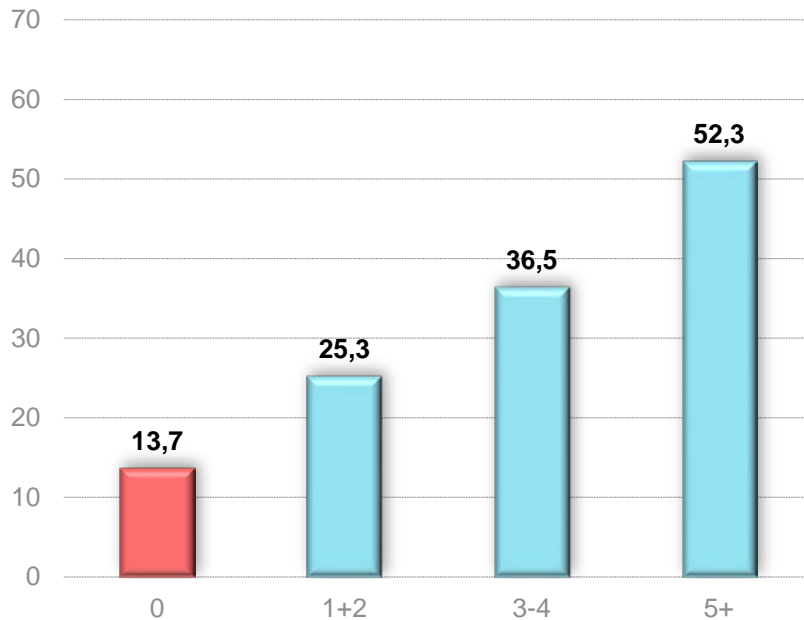


Frage: Jetzt geht es um Anbieter von Smartphone-Tarifen. Welche Anbieter von Smartphone-Tarifen kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Nach fünf und mehr Kontakten nennt jeder Zweite simfinity

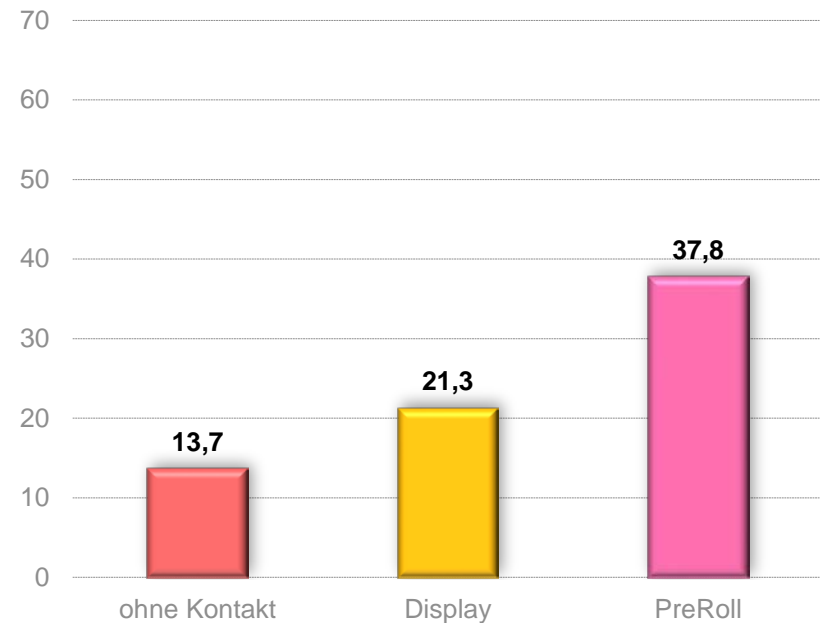
## Gestützte Markenbekanntheit - simfinity

Angaben in Prozent



## Gestützte Markenbekanntheit - simfinity

Angaben in Prozent



Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Anbietern von Smartphone-Tarifen. Kreuzen Sie bitte an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

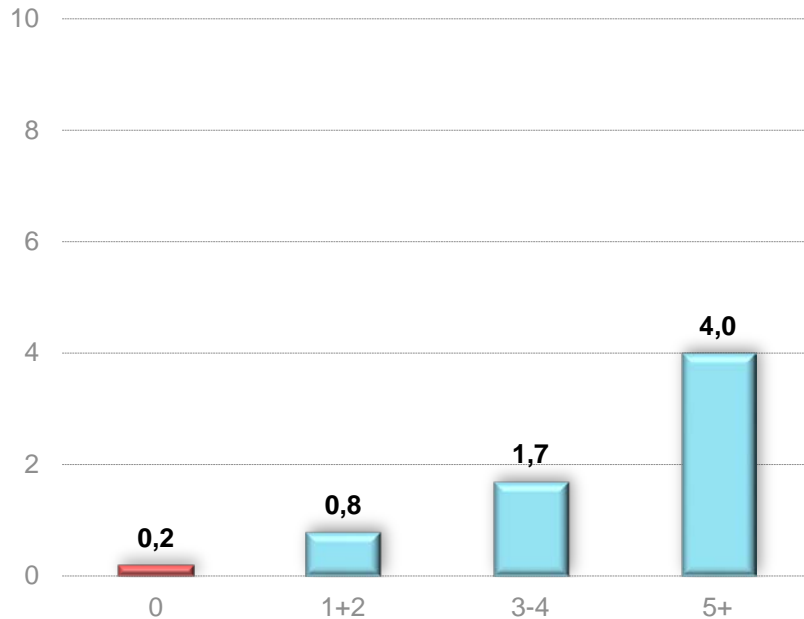
**Mediavergleich und Multichannel**

---

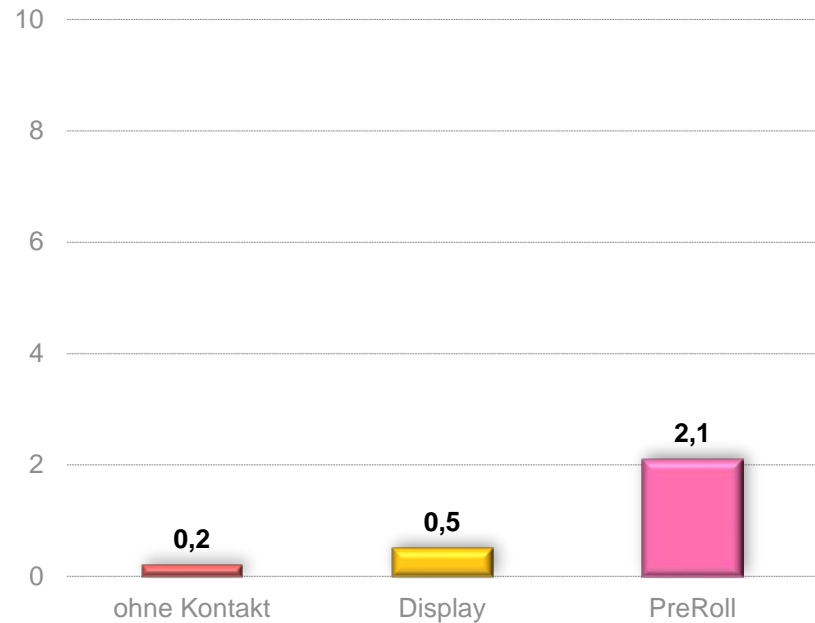
**Fazit**

# Deutlicher Anstieg mit zunehmenden Online-Kontakten

Ungestützte Werbeerinnerung – simfinity  
Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung – simfinity  
Angaben in Prozent

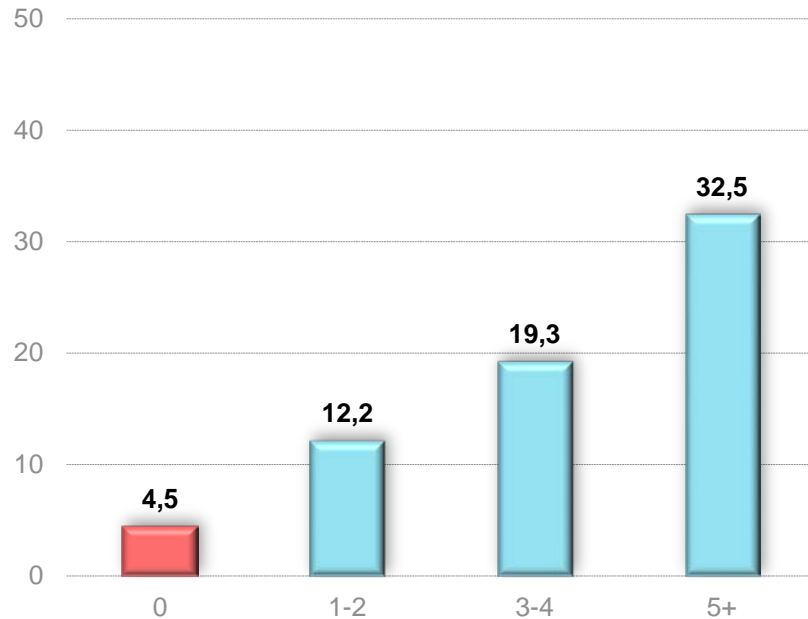


Frage: Und für welche Anbieter von Smartphone-Tarifen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen?  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.  
Quelle: SevenOne Media

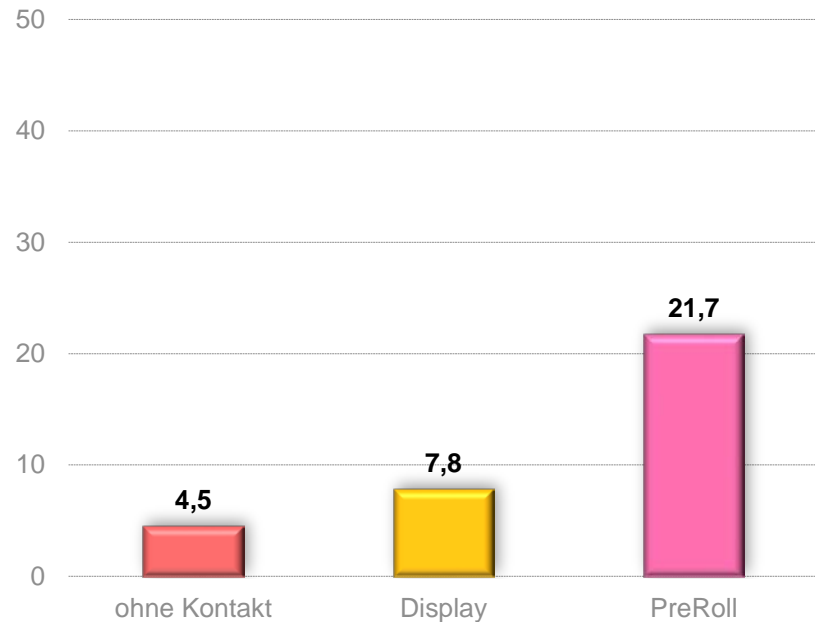


# Bei fünf oder mehr Online-Kontakten ist es jeder Dritte

**Gestützte Werbeerinnerung – simfinity**  
Angaben in Prozent



**Gestützte Werbeerinnerung – simfinity**  
Angaben in Prozent

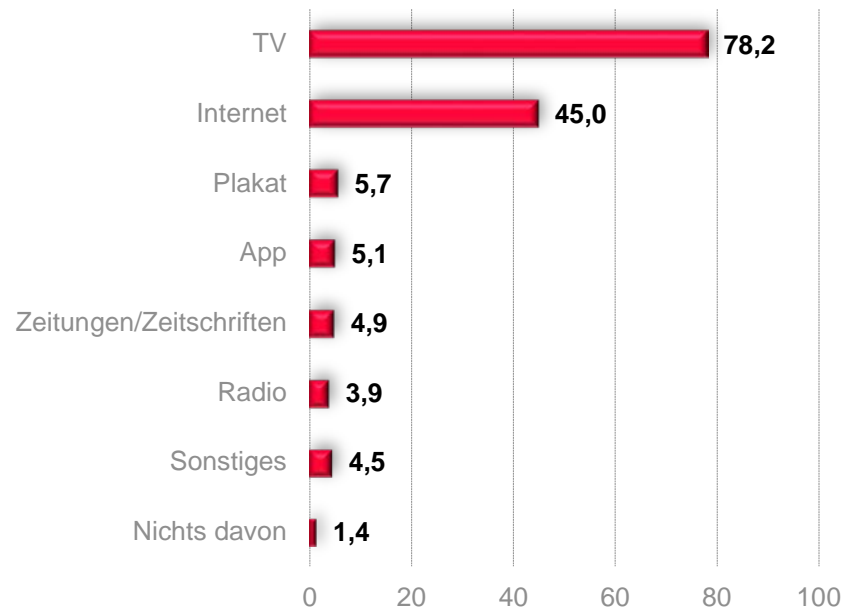


Frage: Und für welche dieser Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Werbung fast ausschließlich im TV und Internet erinnert

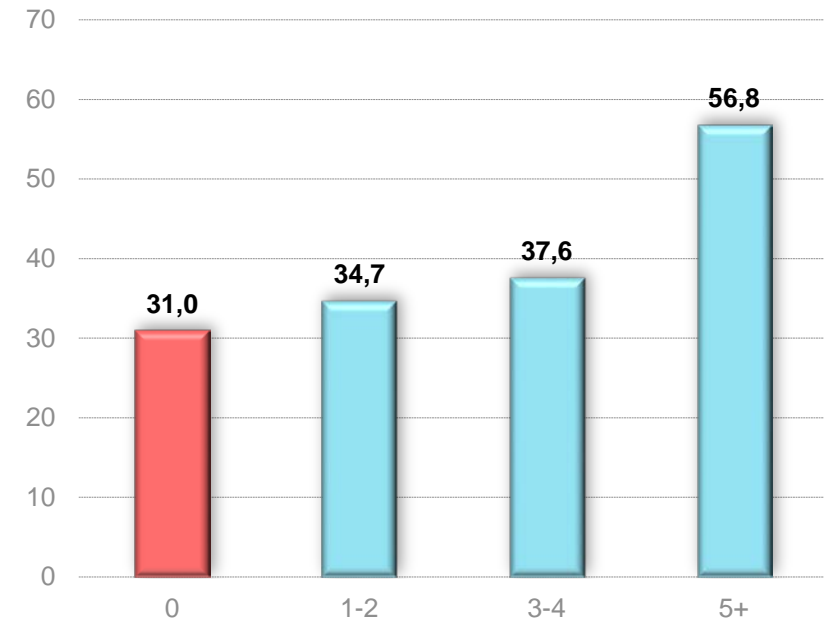
## Erinnerte Werbemedien

Angaben in Prozent



## Erinnerte Werbemedien - Internet

Angaben in Prozent



Frage: Wissen Sie noch, wo Sie die Werbung für simfinity gesehen, gehört oder gelesen haben?

Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a., die sich an Werbung für simfinity erinnern

Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

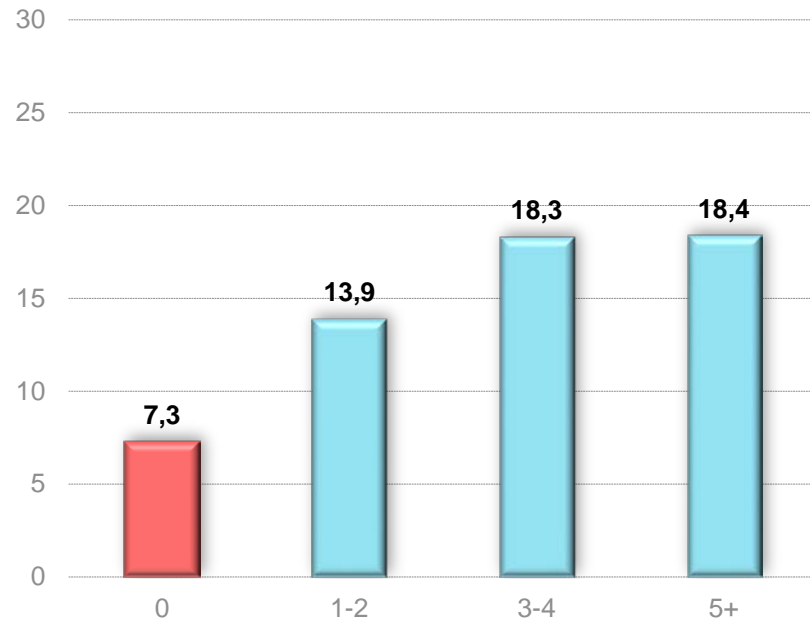
**Mediavergleich und Multichannel**

---

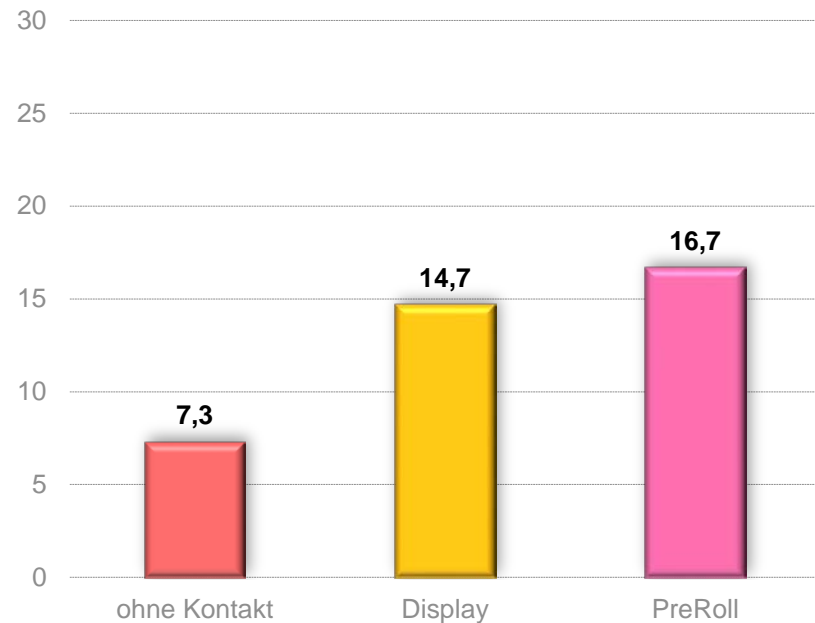
**Fazit**

# Online-Kontakte steigern die Markensympathie

**Markensympathie**  
Angaben in Prozent (TopTwo)



**Markensympathie**  
Angaben in Prozent (TopTwo)



Frage: Wie sympathisch ist Ihnen die Marke simfinity?

Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, N24.de, Sport1.de, MyVideo.de, Wetter.com, die simfinity kennen

Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

**Mediavergleich und Multichannel**

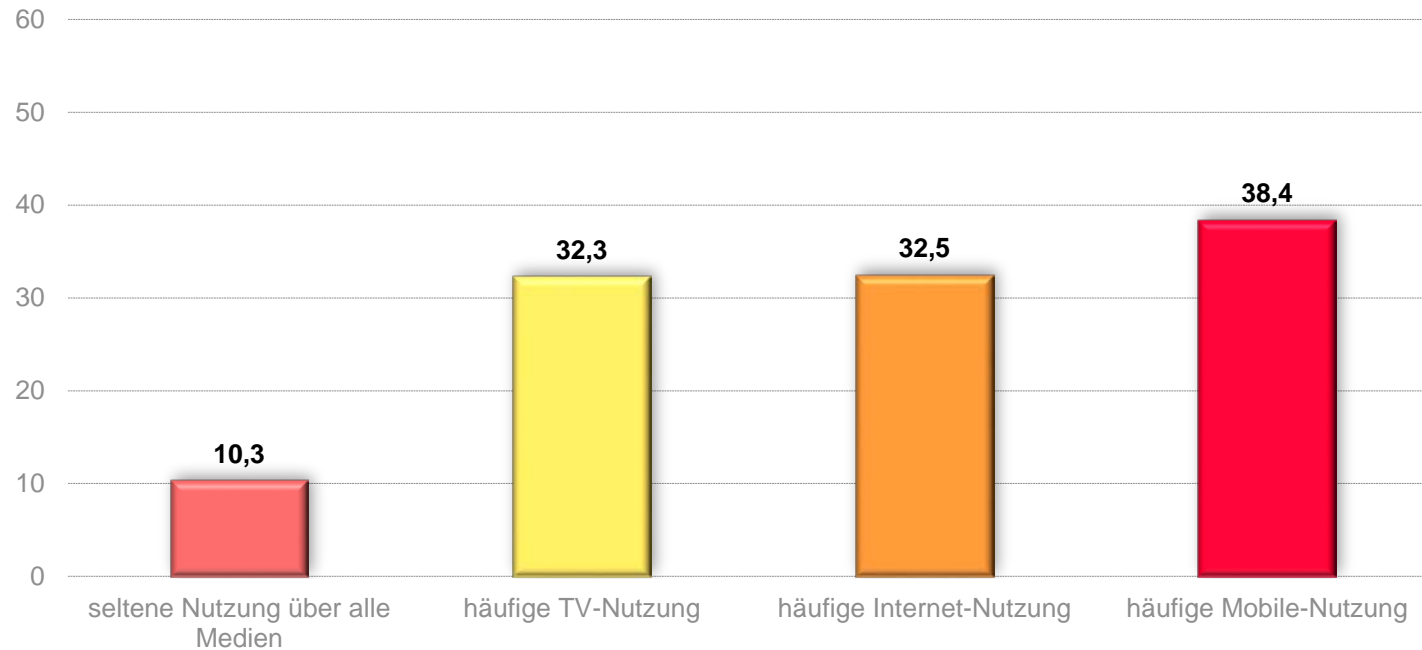
---

**Fazit**

# TV und Online bei Markenbekanntheit auf vergleichbarem Niveau





## Gestützte Markenbekanntheit - simfinity





Angaben in Prozent







Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Anbietern von Smartphone-Tarifen. Kreuzen Sie bitte an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.; abgefragte Nutzung: häufig=4-7 Tage pro Woche, selten=seltener als 4 Tage pro Woche  
Quelle: SevenOne Media

# Bildung der Multichannel-Gruppen

Häufige TV-Nutzung		Online-Kontakte	
		Mit Kontakt	Ohne Kontakt
Mobile-Nutzung	häufig		
	selten		

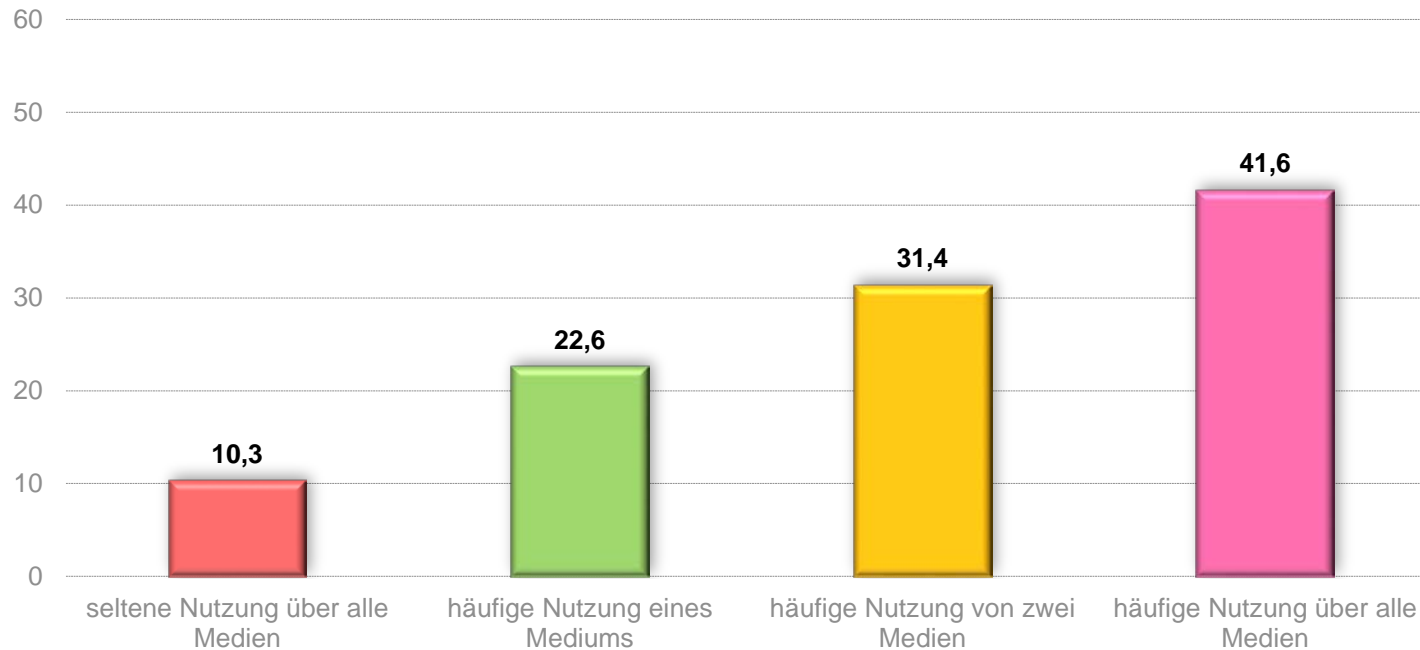
Seltene TV-Nutzung		Online-Kontakte	
		Mit Kontakt	Ohne Kontakt
Mobile-Nutzung	häufig		
	selten		

-  häufige Nutzung über alle drei Medien
-  häufige Nutzung von zwei Medien
-  häufige Nutzung eines Mediums
-  seltene Nutzung über alle drei Medien

# Höchste Markenbekanntheit bei häufiger Nutzung über mehrere Medien

## Gestützte Markenbekanntheit - simfinity

Angaben in Prozent



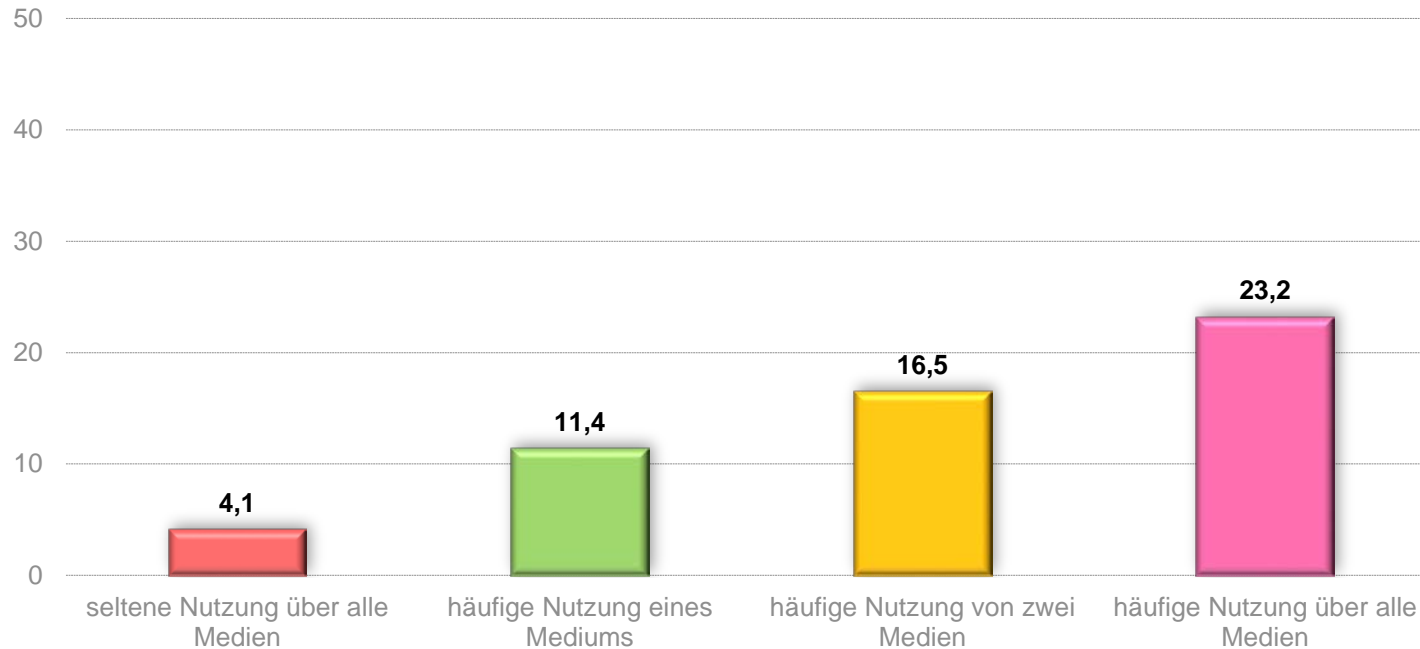
Frage: Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Sie sehen hier eine Reihe von Anbietern von Smartphone-Tarifen. Kreuzen Sie bitte an, welche davon Sie kennen, wenn auch nur dem Namen nach.  
Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.; abgefragte Nutzung: häufig=4-7 Tage pro Woche, selten=seltener als 4 Tage pro Woche  
Quelle: SevenOne Media



# Beste Werbeerinnerung bei häufiger Nutzung über mehrere Medien

## Gestützte Werbeerinnerung - simfinity

Angaben in Prozent



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

Basis: User von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, N24.de, Sport1.de, Wetter.com u.a.; abgefragte Nutzung: häufig=4-7 Tage pro Woche, selten=seltener als 4 Tage pro Woche

Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Markensympathie**

---

**Mediavergleich und Multichannel**

---

**Fazit**

# Ein erfolgreicher Start

---

## **Wirkung der Online-Kontakte**

Die Ergebnisse belegen eindeutig die Wirksamkeit der Online-Kontakte. Alle Indikatoren steigen mit zunehmender Anzahl an Kontakten deutlich an.

## **Vergleich der Werbemittel**

Als wirksameres Werbemittel erweist sich das PreRoll im Vergleich zur Displaywerbung.

## **Medienvergleich**

TV, Online und Mobile wirken im Medienvergleich ähnlich gut.

## **Multichannel**

Alle Wirkungsindikatoren profitieren von Multichannel-Kontakten. Bei Befragten, die potenziell über alle Kanäle erreicht wurden, ist die Wirkung mit Abstand am höchsten.

# 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)