

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, Oktober 2015

SodaStream

Sponsoring / Got to dance



Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbe- und Sponsor Erinnerung

Relevant Set

Fazit

Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Erwachsene 20-49 Jahre
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	25. September bis 2. Oktober 2015
Stichprobe	n=1.027
Wirkungsmaße	gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung von Trinkwassersprudlern, gestützte Sponsor Erinnerung, Sponsorfitting, Kaufbereitschaft

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

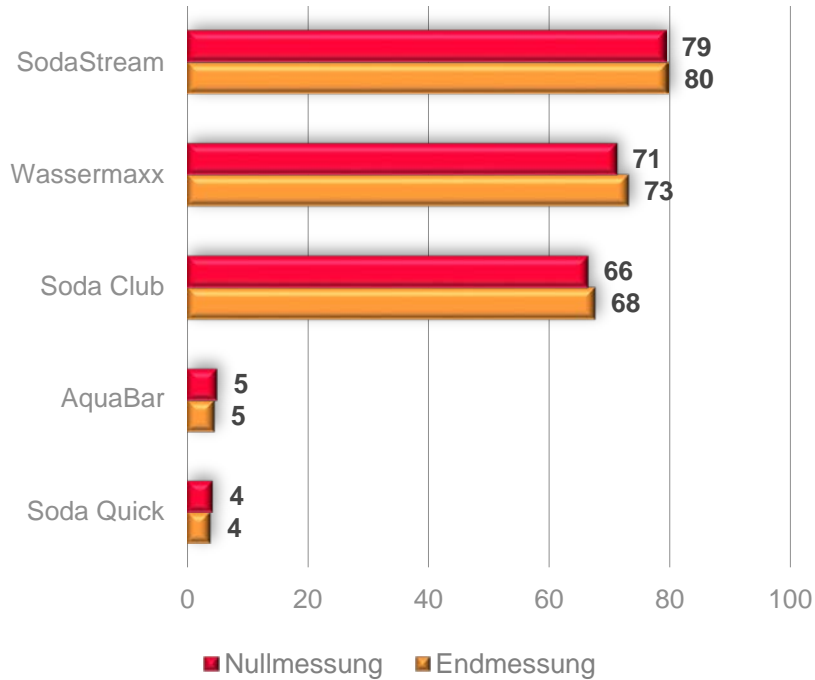
Werbe- und Sponsor Erinnerung

Relevant Set

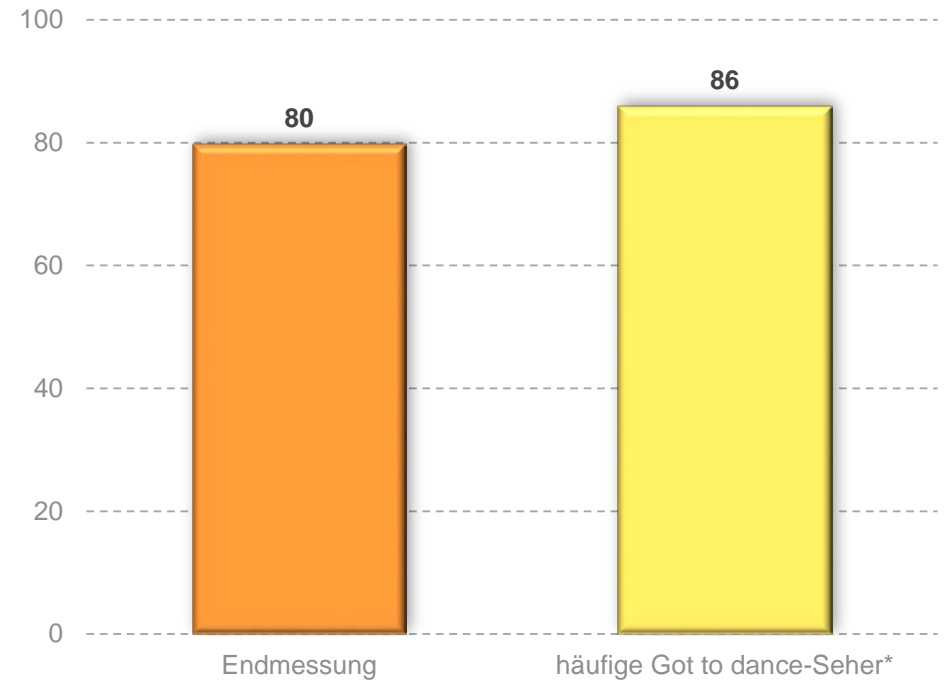
Fazit

Sponsoring steigert Markenbekanntheit

Gestützte Markenbekanntheit Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit SodaStream Angaben in Prozent



Frage: Nun geht es um das Thema Trinkwassersprudler. Welche Marken von Trinkwassersprudlern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Basis: Erw. 20-49 Jahre, *mind. jede zweite Folge
Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

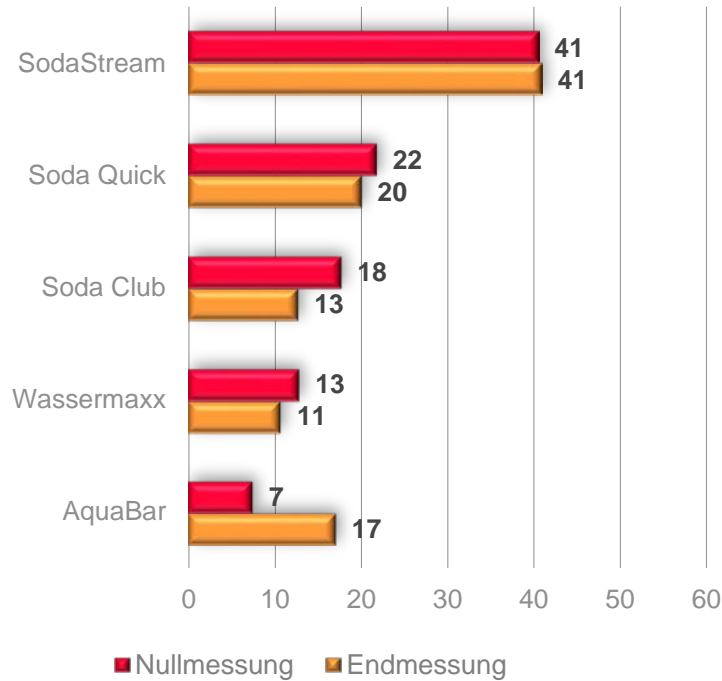
Werbe- und Sponsor Erinnerung

Relevant Set

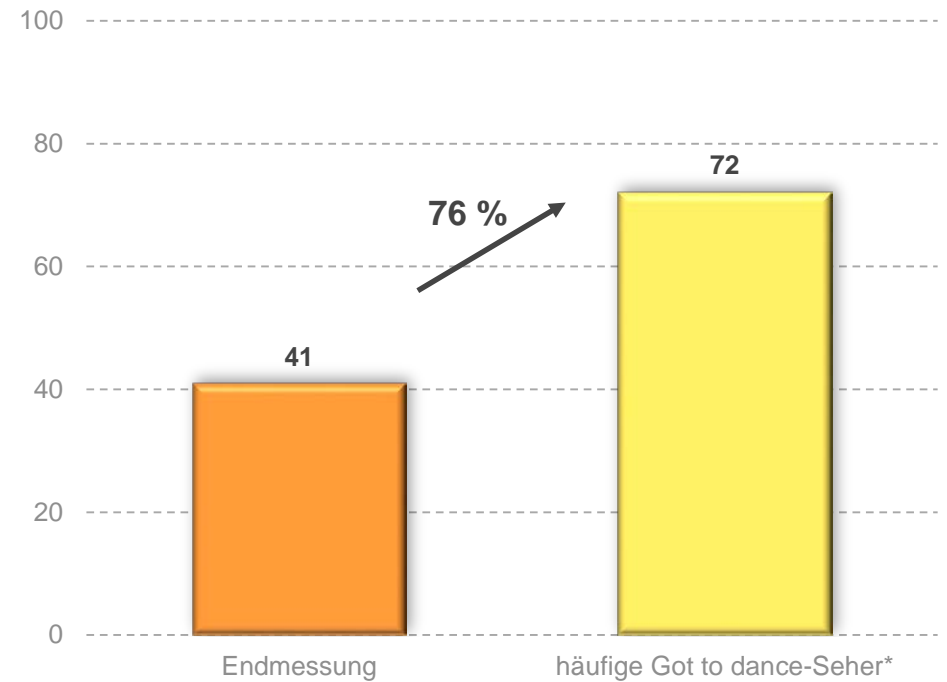
Fazit

Anstieg der Werbeerinnerung durch Sponsoring um 76 Prozent

Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung SodaStream Angaben in Prozent



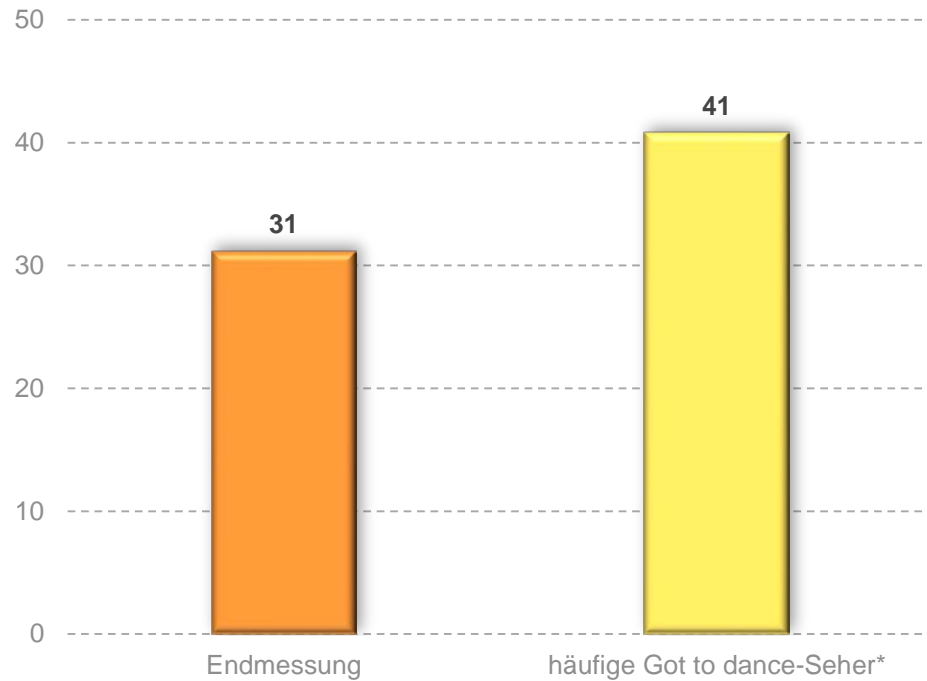
Frage: Und für welche der folgenden Trinkwassersprudler haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?

Basis: Erw. 20-49 Jahre, *mind. jede zweite Folge

Quelle: Payback / SevenOne Media

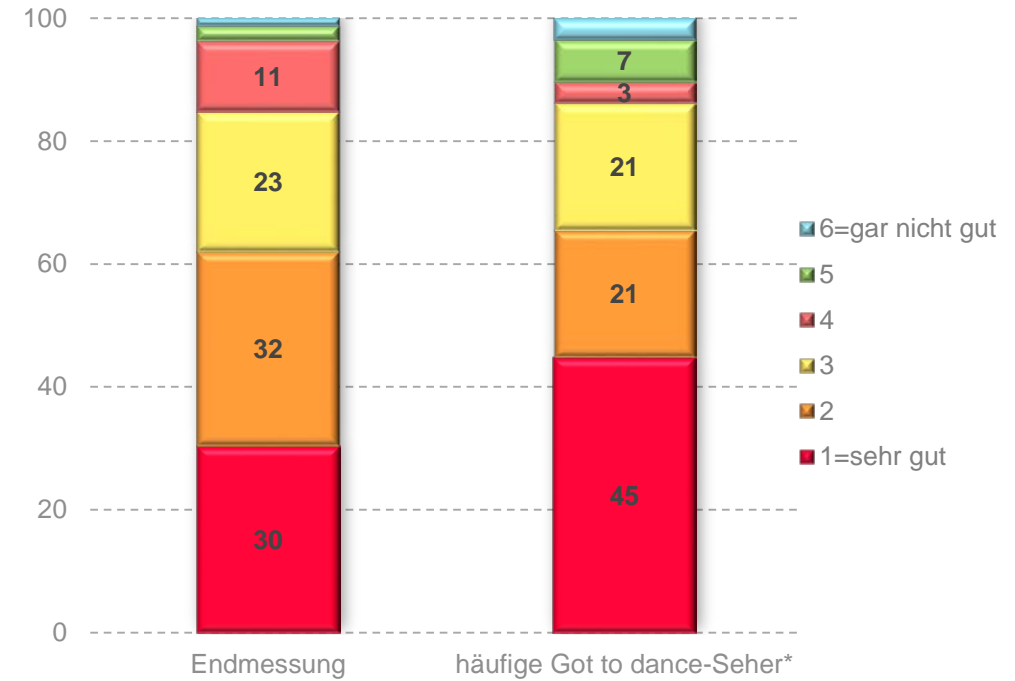
Höheres Sponsorfitting bei häufigen Sehern

Gestützte Sponsor Erinnerung SodaStream Angaben in Prozent



Frage: Bitte geben Sie an, von welcher dieser Marke Sie glauben, dass sie die dritte Staffel von Got to dance präsentiert hat, also der Sponsor war.; Basis: Erw. 20-49 Jahre, die Got to dance mind. selten gesehen haben, *mind. jede zweite Folge; Quelle: Payback / SevenOne Media

Sponsorfitting Angaben in Prozent



Frage: Wie gut passt Ihrer Meinung nach SodaStream als Sponsor zur Sendung Got to dance? Basis: Erw. 20-49 Jahre, die sich an SodaStream-Sponsoring erinnern, *mind. jede zweite Folge Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

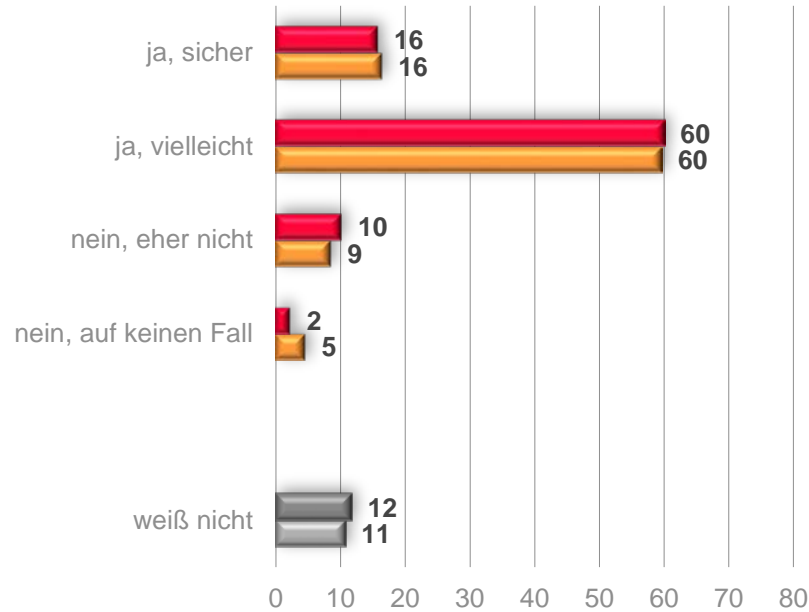
Werbe- und Sponsor Erinnerung

Relevant Set

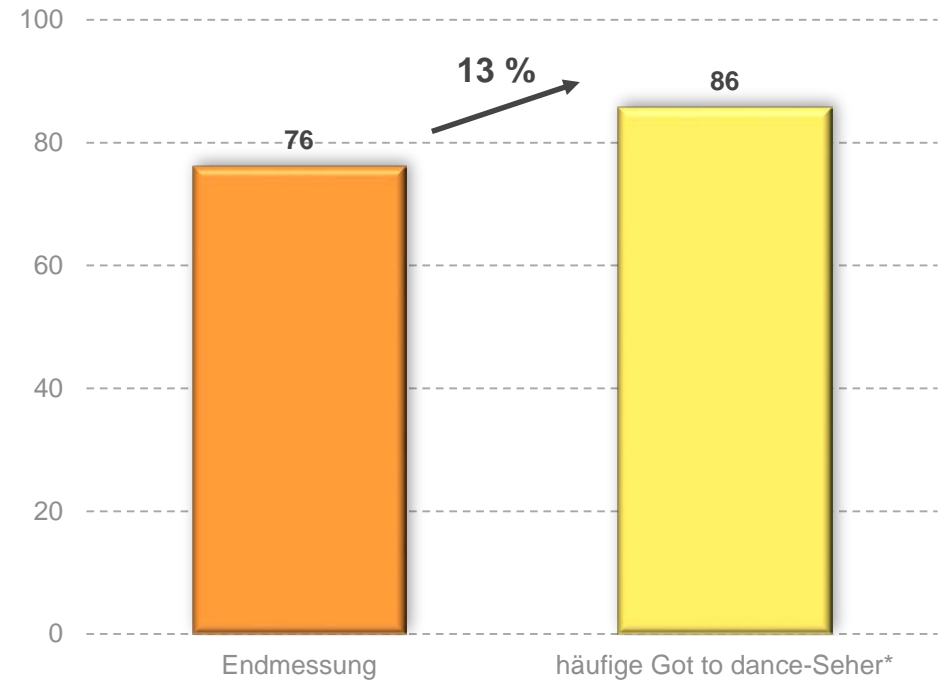
Fazit

Sponsoring fördert die Kaufbereitschaft

Kaufbereitschaft
Angaben in Prozent



Kaufbereitschaft
Angaben in Prozent (TopTwo)



Frage: Sie sagten ja, dass Sie SodaStream kennen. Mal angenommen, Sie möchten einen Trinkwassersprudler anschaffen. Käme SodaStream für Sie in Betracht?
Basis: Erw. 20-49 Jahre, die SodaStream kennen, *mind. jede zweite Folge
Quelle: Payback / SevenOne Media

Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbe- und Sponsor Erinnerung

Relevant Set

Fazit

Fazit

- Die Sponsoringmaßnahmen waren ein voller Erfolg. Alle abgefragten Indikatoren haben von dem Einsatz bei Got to dance profitiert.
- Die Markenbekanntheit steigt trotz des hohen Ausgangsniveaus bei den häufigen Sehern von Got to dance an.
- Die Werbeerinnerung wird ebenfalls vom Sponsoring positiv beeinflusst. Hier beträgt der Zuwachs 76 Prozent.
- SodaStream und Got to dance passen (sehr) gut zusammen. Dieser Ansicht sind über 60 Prozent.
- Auch die Kaufbereitschaft wird gesteigert. Insgesamt käme SodaStream für 76 Prozent der Markenkennner in Betracht. Bei den häufigen Sehern sind es 86 Prozent.

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

franziska.rochau@sevenonemedia.de