

# Begleitforschung Carglass TV-Premiere

München, Juli 2009



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sympathie & Botschaft

Fazit

# Steckbrief

<b>Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Männer zwischen 25 und 59 Jahren in Deutschland
<b>Auswahlverfahren</b>	Systematische Zufallsauswahl
<b>Erhebungsmethode</b>	Computergestützte Telefoninterviews [CATI] an Hand eines strukturierten Fragebogens
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n=505 Endmessung: n=501
<b>Feldzeit</b>	Nullmessung: 25.-28.05.2009 Endmessung: 06.-09.07.2009
<b>Gewichtung</b>	Gewichtung der Personenstichprobe nach Alter, Region und Bildung
<b>Institut</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sympathie & Botschaft

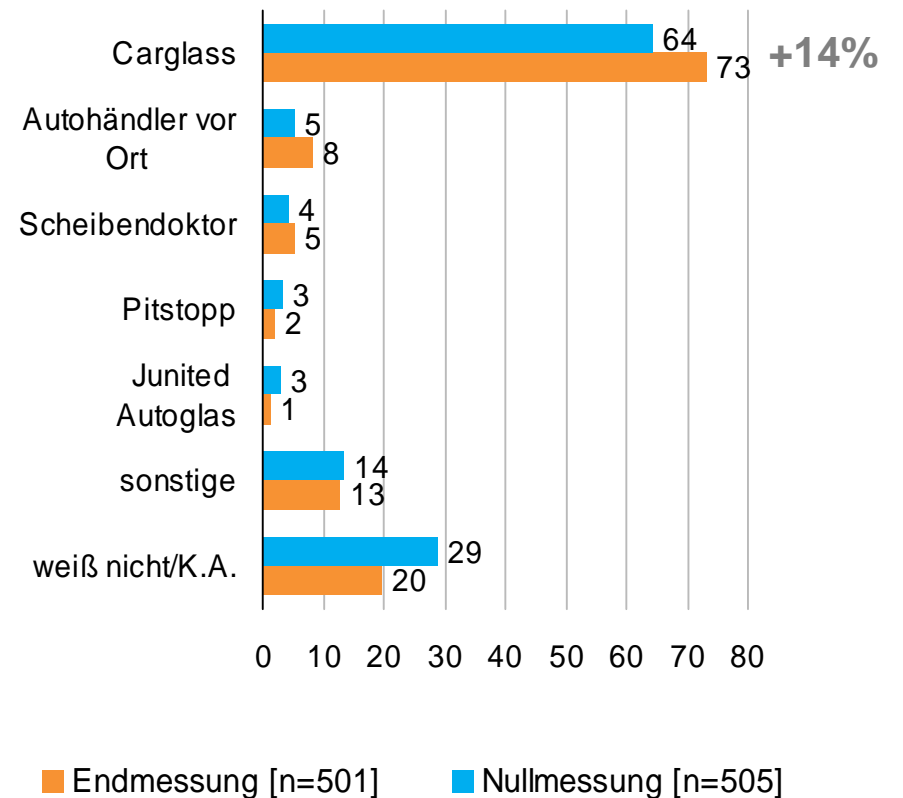
Fazit

# Ungestützt: Steigerung auf hohem Niveau



## Ungestützte Markenbekanntheit

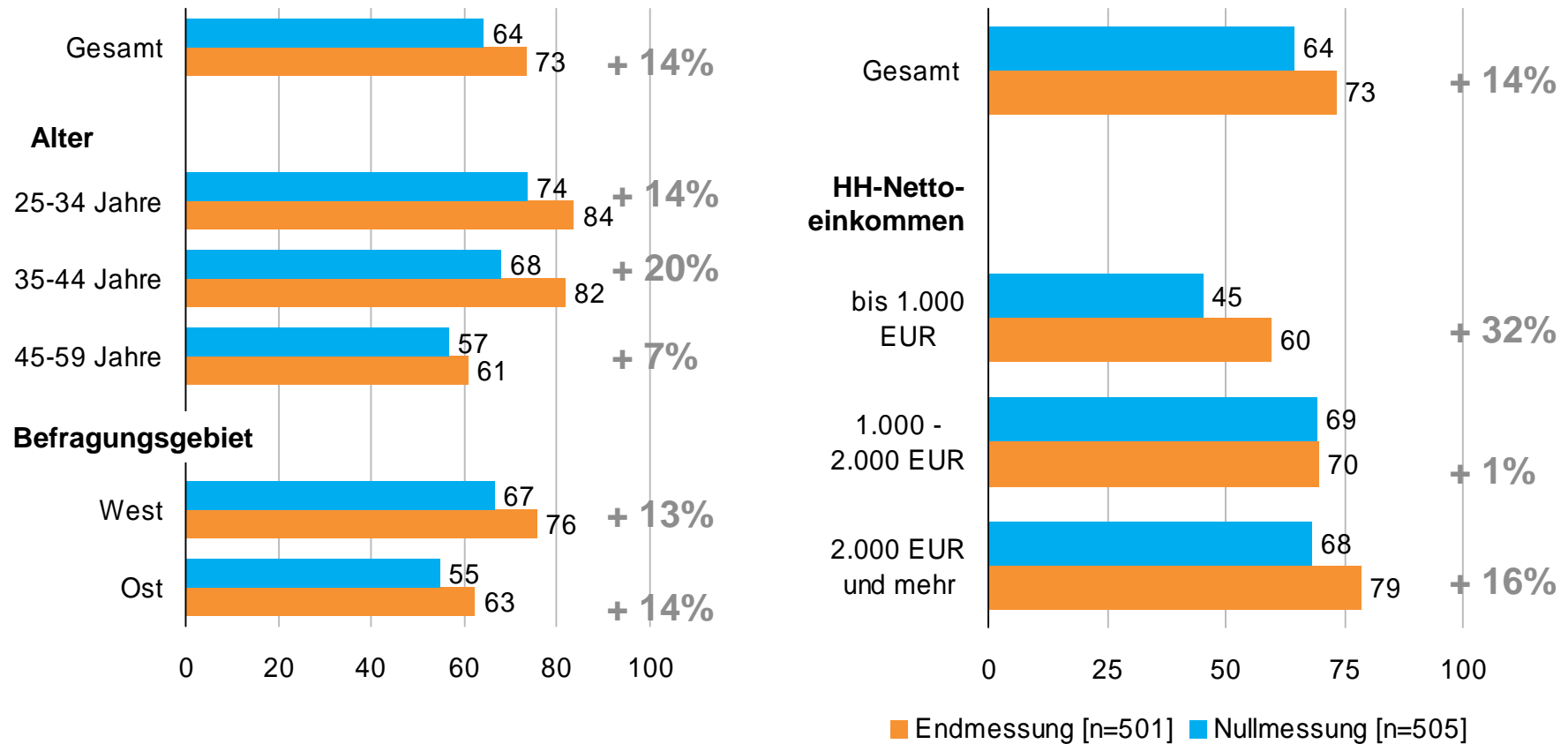
Angaben in Prozent



# Bei allen Zielgruppen schlägt die Kampagne ein

## Ungestützte Markenbekanntheit Carglass

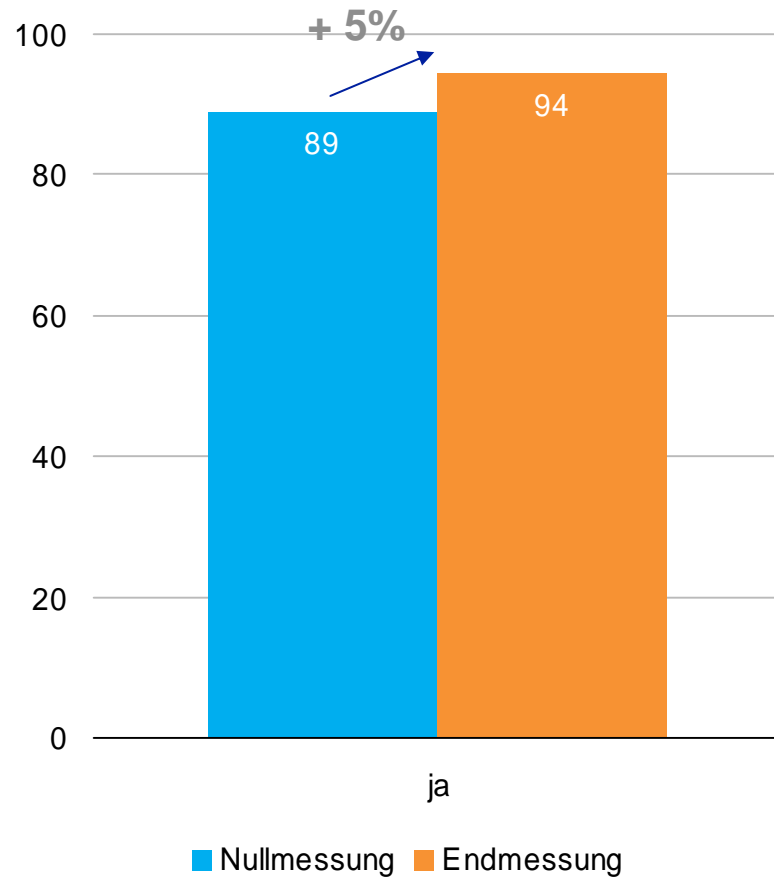
Angaben in Prozent



# Auch die gestützte profitiert von der Kampagne

## Gestützte Markenbekanntheit

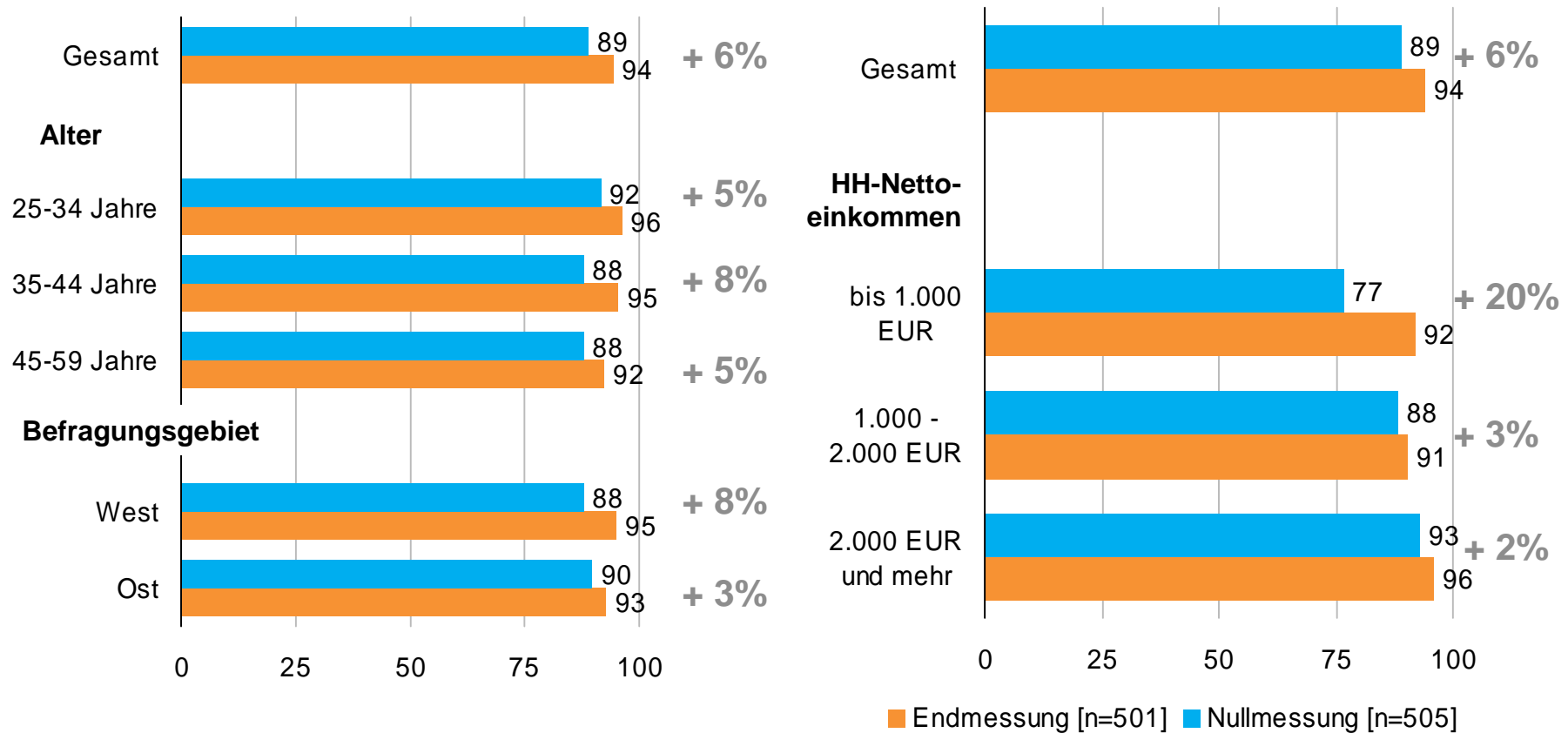
Angaben in Prozent



# Auf höchstem Niveau wird Bekanntheit gesteigert

## Gestützte Markenbekanntheit Carglass

Angaben in Prozent





# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

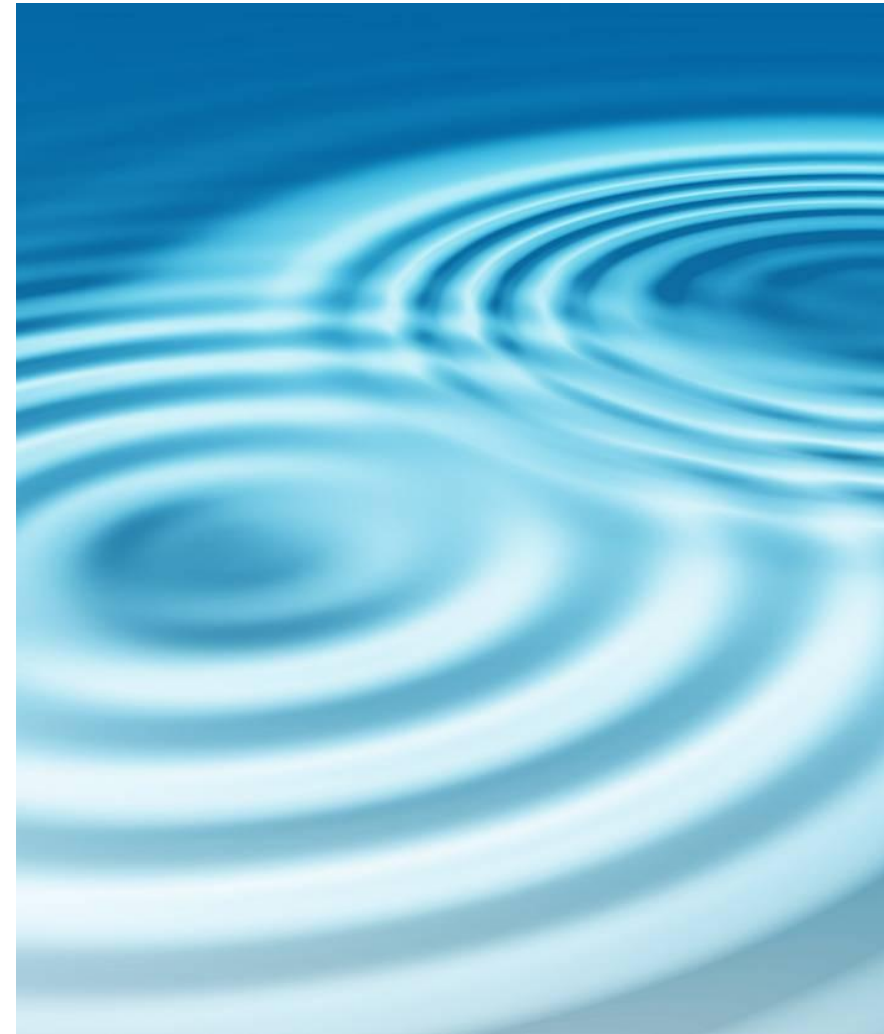
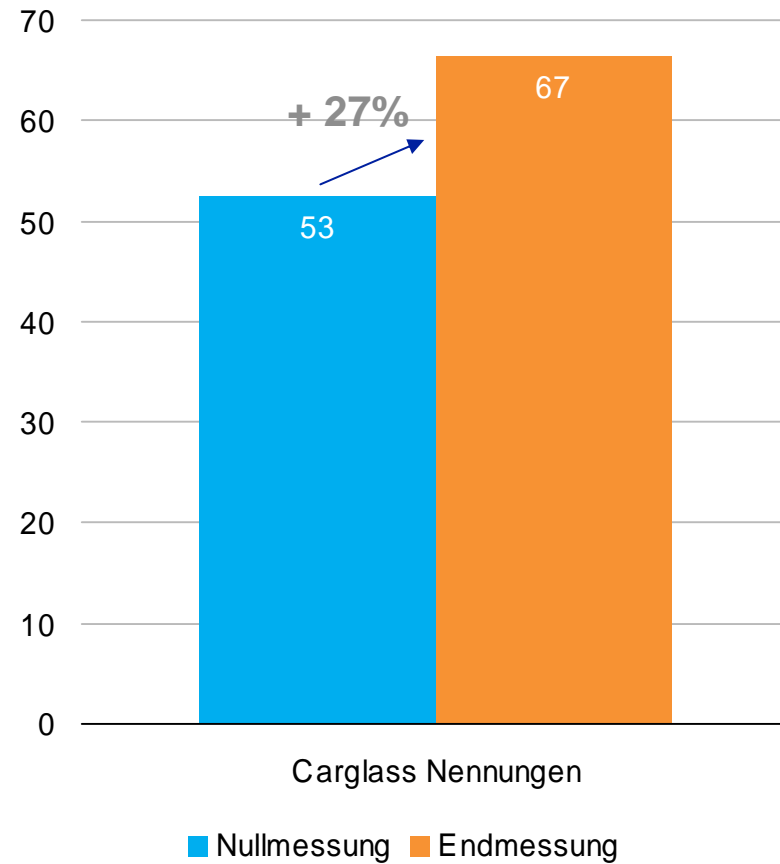
Sympathie & Botschaft

Fazit

# TV wirkt: nach Kampagne klarer Recall-Anstieg

## Ungestützte Werbeerinnerung

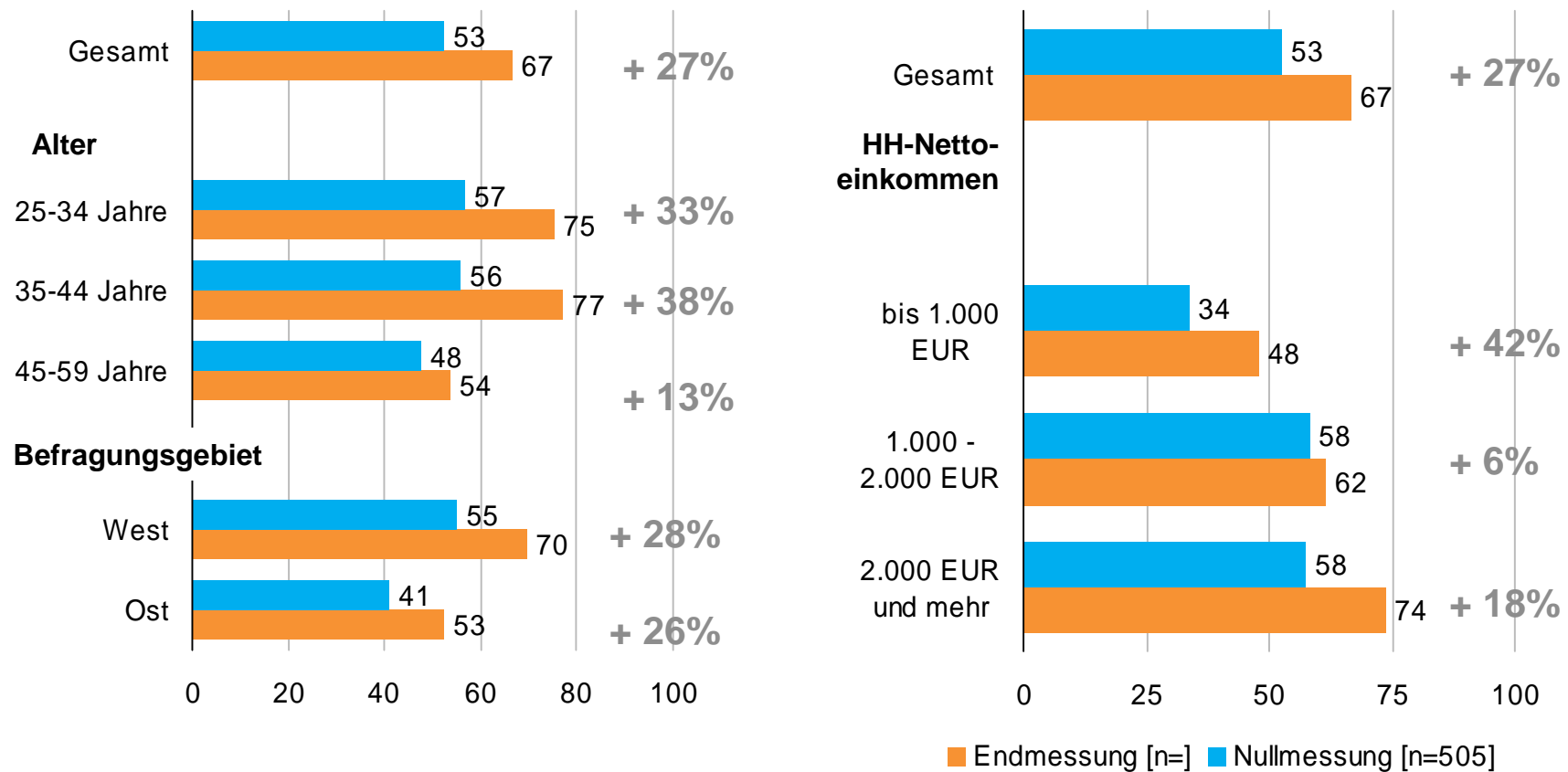
Angaben in Prozent



# Zweistellige Steigerung bei fast allen Zielgruppen

## Ungestützte Werbeerinnerung Carglass

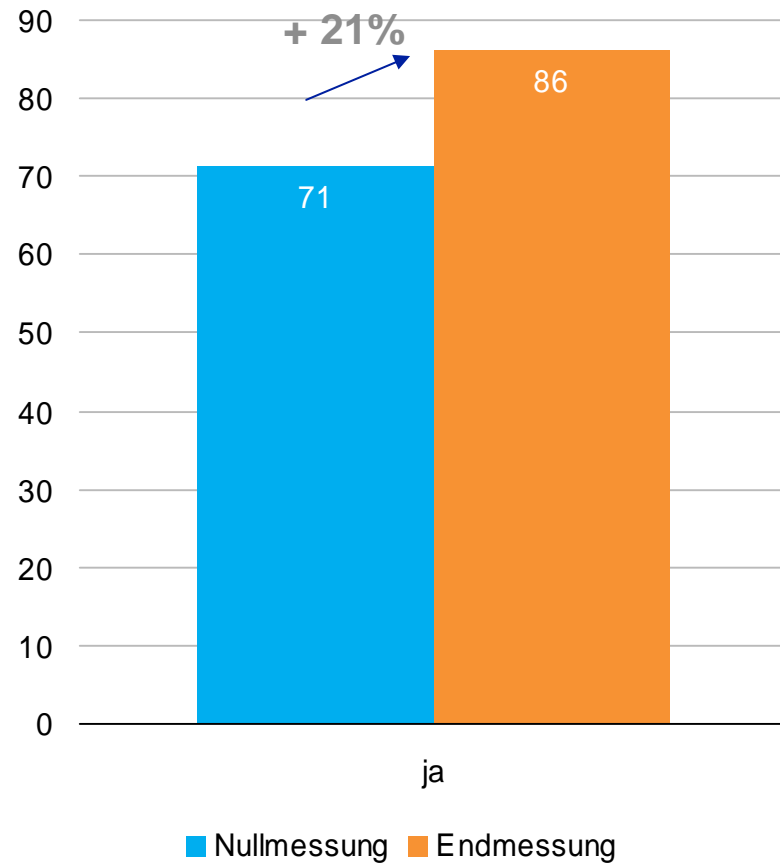
Angaben in Prozent



# Gestützter Recall klettert ebenso nach oben

## Gestützte Werbeerinnerung

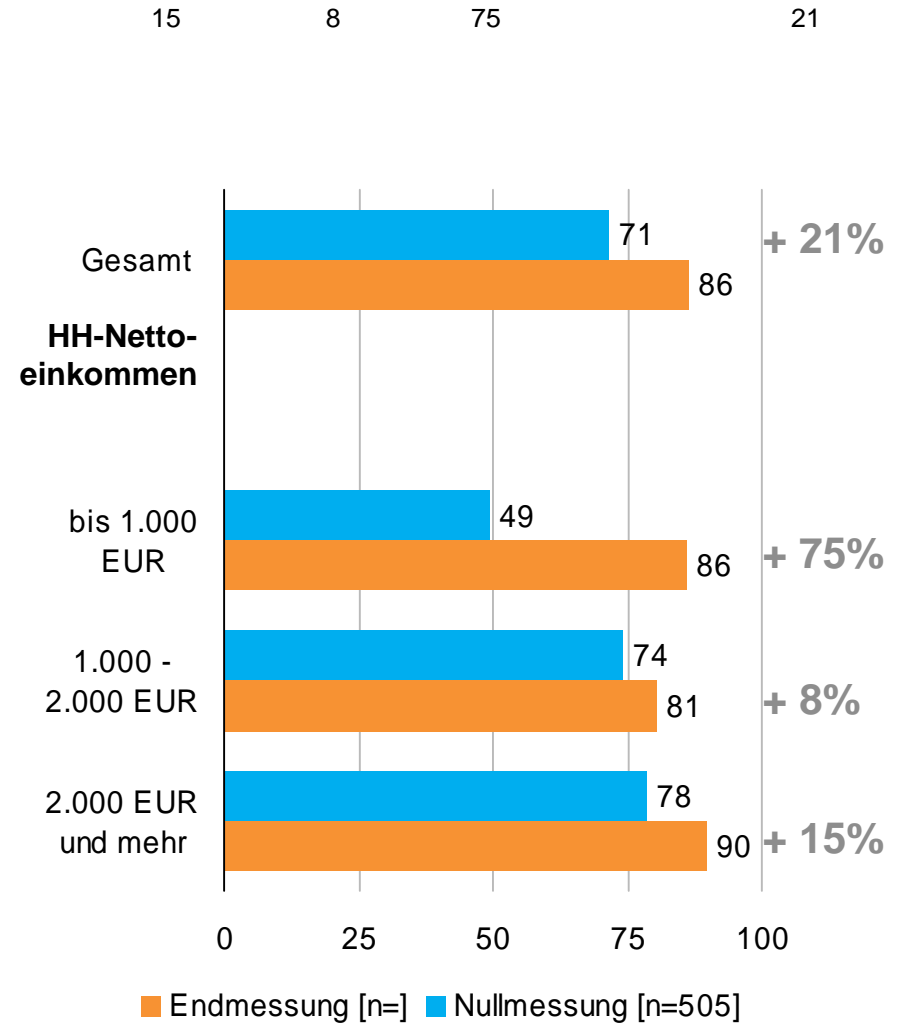
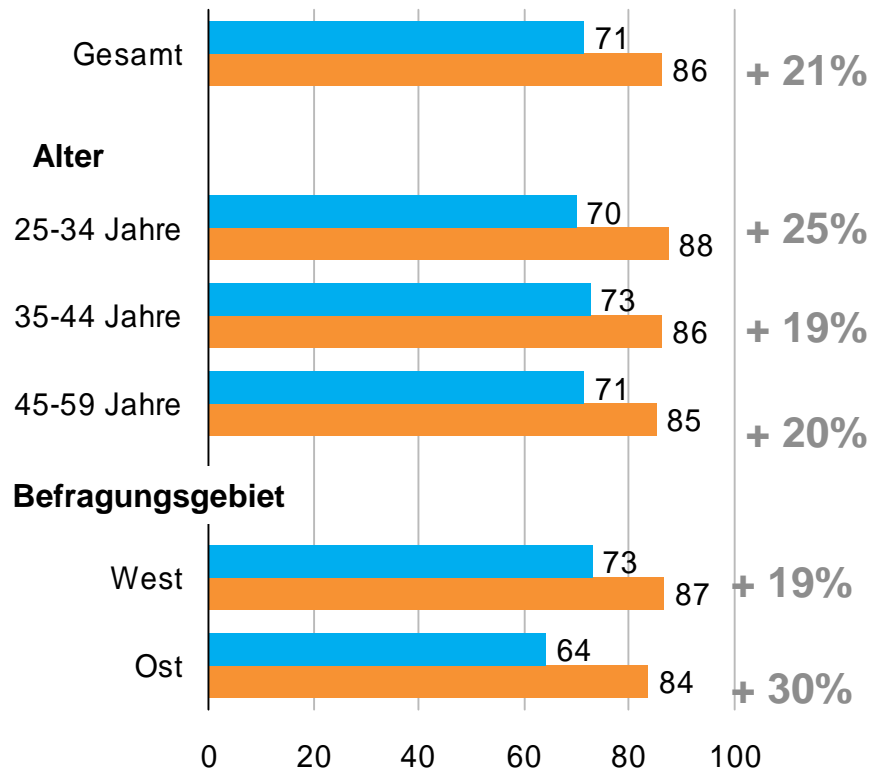
Angaben in Prozent



# In allen Altersgruppen wird hoher Zuwachs erreicht

## Gestützte Werbeerinnerung Carglass

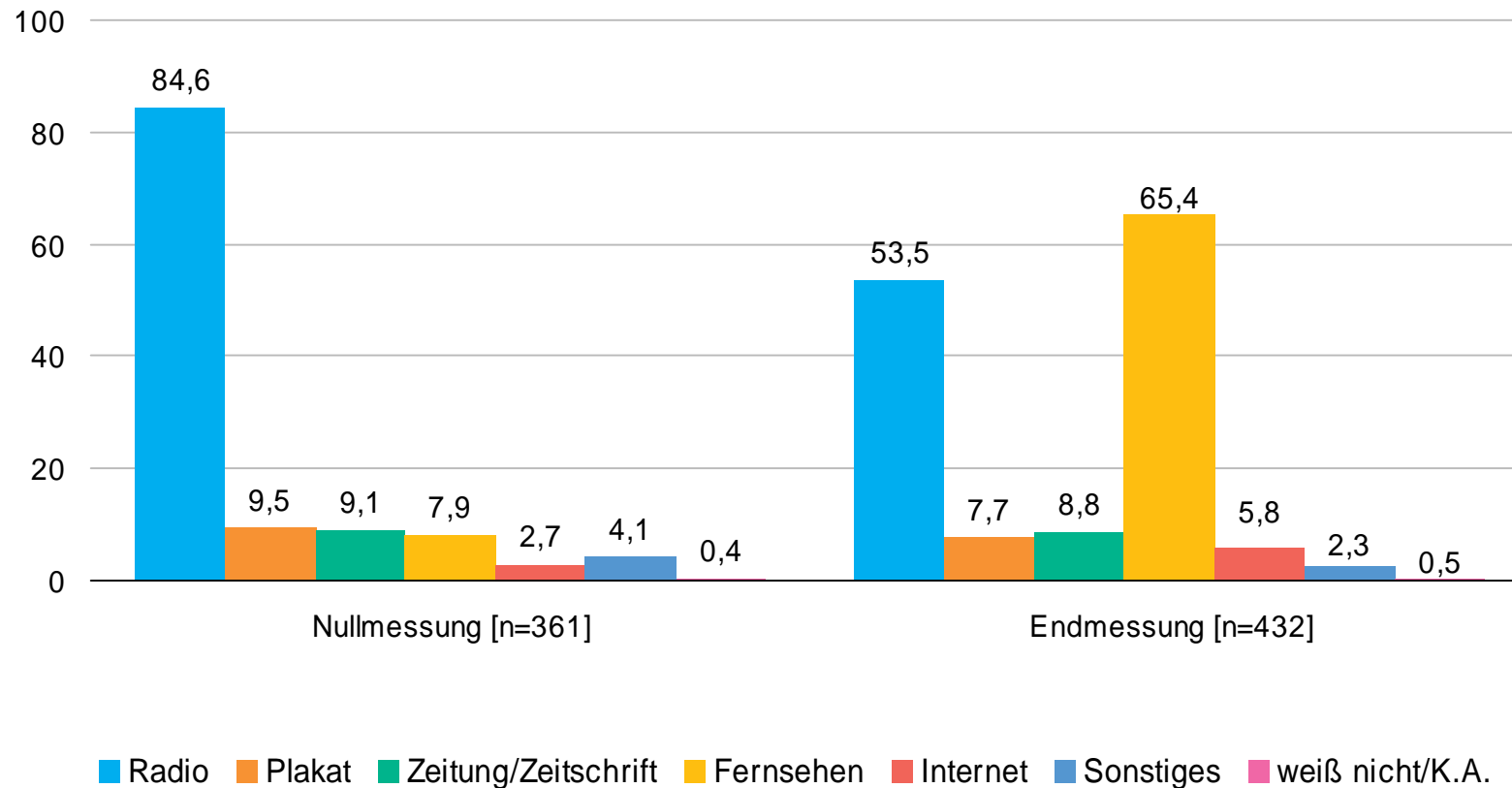
Angaben in Prozent



# TV – Kampagne überrollt Radio

## Erinnerte Werbemedien Carglass

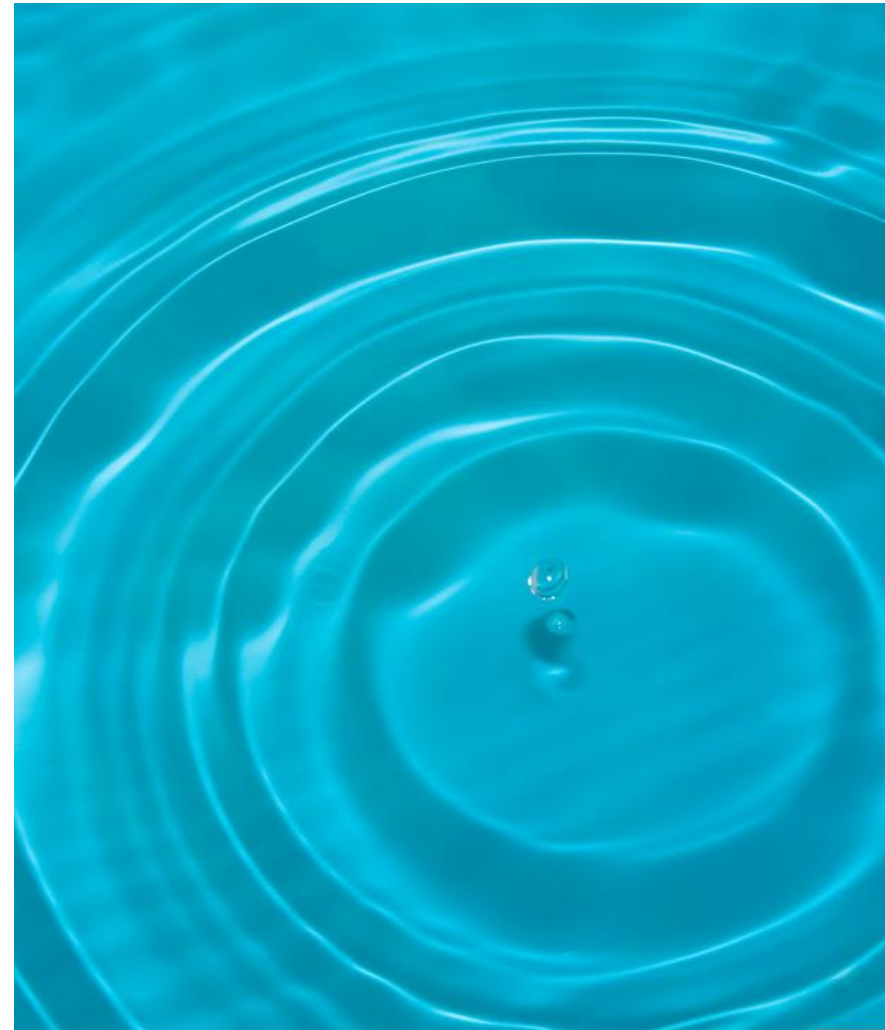
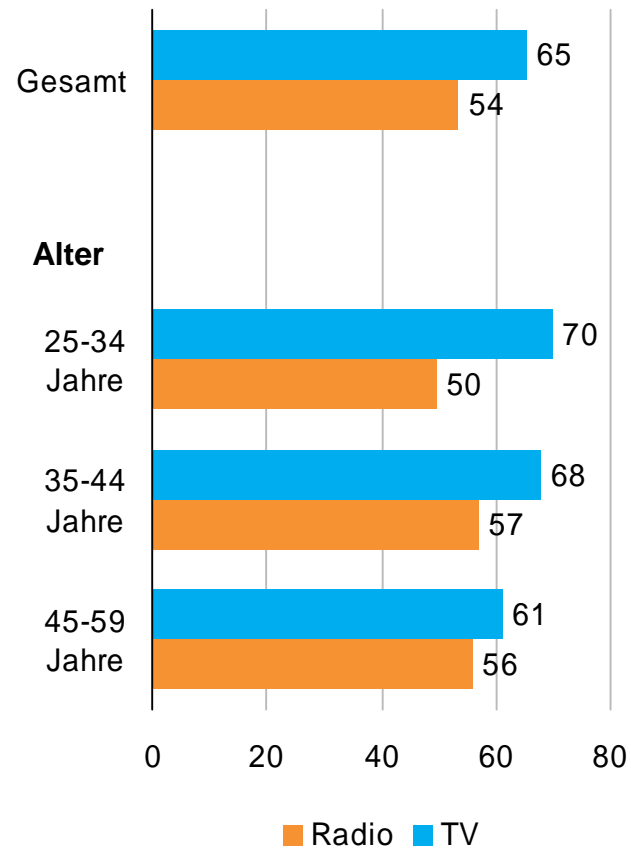
Angaben in Prozent



# Vorfahrt TV bei allen Altersgruppen

## Erinnerte Werbemedien Carglass

Angaben in Prozent [Endmessung]





# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

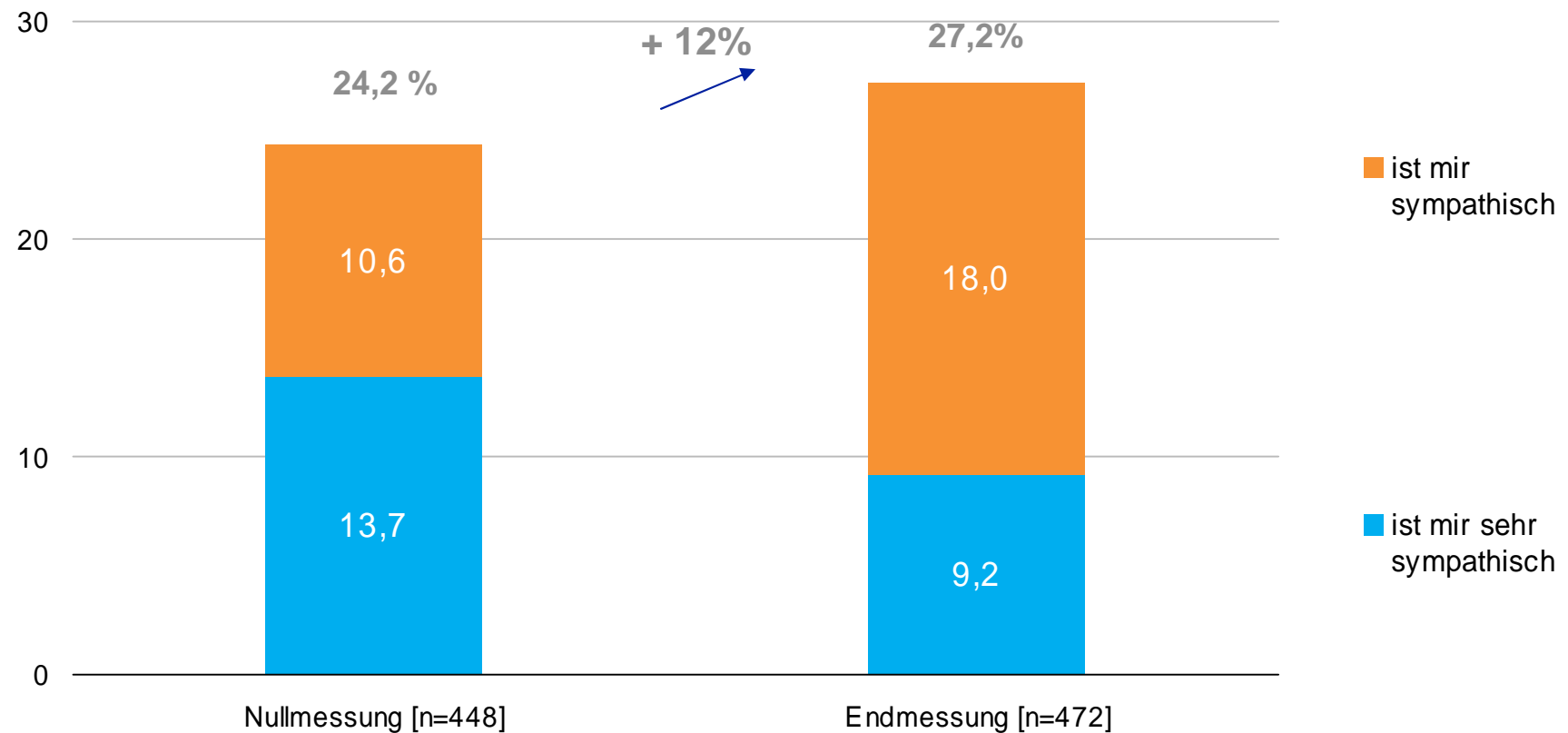
Sympathie & Botschaft

Fazit

# Carglass nach TV-Kampagne sympathischer

## Sympathie Carglass

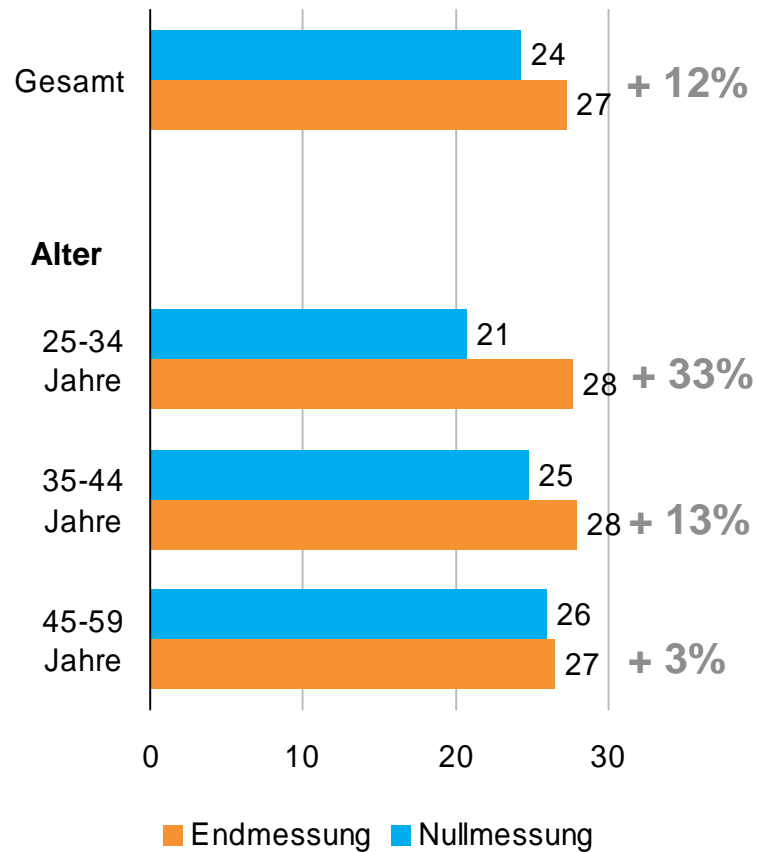
Angaben in Prozent



# Hoher Sympathiegewinn bei 25-34 jährigen

## Sympathie Carglass

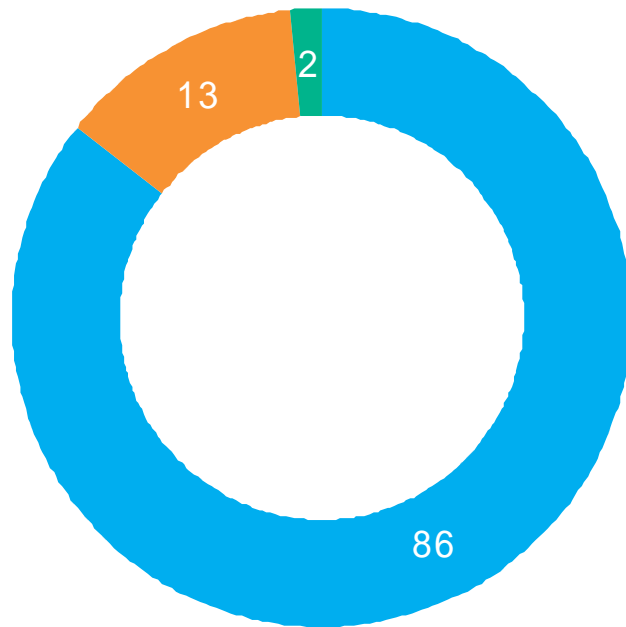
Angaben in Prozent [TopTwo]



# Immer mehr wissen von der Kostenfreiheit

## Bekanntheit Kostenfreiheit

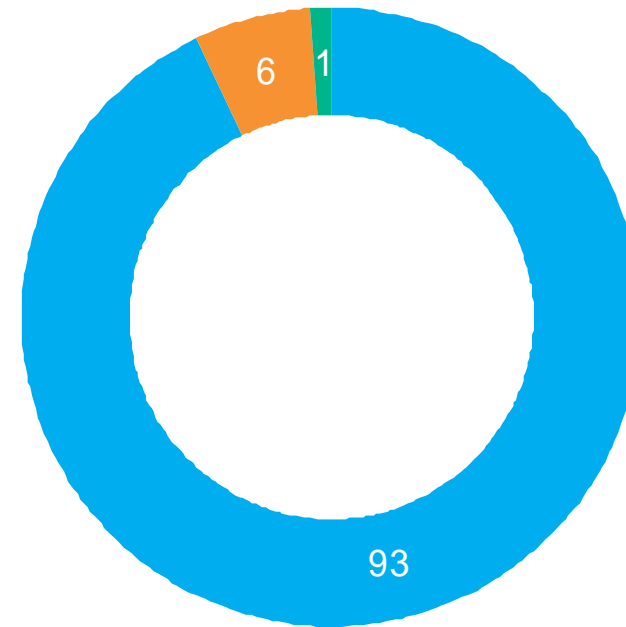
Angaben in Prozent [Nullmessung]



■ ja  
■ nein  
■ weiß nicht/ keine Angabe

## Bekanntheit Kostenfreiheit

Angaben in Prozent [Endmessung]



■ ja  
■ nein  
■ weiß nicht/ keine Angabe



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Sympathie & Botschaft

Fazit

# TV-Premiere wirkt durchschlagend

## Markenbekanntheit

Die **Markenbekanntheit steigt auf hohem Niveau ungestützt um 14 Prozent**. Carglass gewinnt bei allen Zielgruppen stark an Bekanntheit. Die gestützte Markenbekanntheit steigt von 89 auf 94 Prozent.

## Werbeerinnerung

Die **ungestützte Erinnerung an Werbung liegt bei 53 Prozent und klettert nach Kampagnen-Ende auf 67 Prozent [+27 Prozent]**. Auch der gestützte Recall steigert sich zweistellig auf hohem Niveau. 88 Prozent der 25-34jährigen haben nach Kampagnen-Ende die Werbung im Gedächtnis behalten. **Dabei ist ein deutlicher TV-Effekt lesbar. Bei den erinnerten Werbemedien liegt TV nun an erster Stelle und überholt damit Radio.**

## Sympathie

Die Kampagne bringt einen **Sympathiegewinn für Carglass**. Ausserdem wissen immer mehr von der Kostenfreiheit

## Fazit

**Die Kampagne bringt deutliche Gewinne in allen Dimensionen und bei allen Zielgruppen.** Wie erfolgreich das Medium Fernsehen gearbeitet hat, zeigt sich daran, dass in der Endmessung TV bei den erinnerten Medien an erster Stelle liegt und Radio überholt.

### **SevenOne Media GmbH**

Beta-Straße 10 i  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 [0] 89/95 07 – 40  
Fax +49 [0] 89/95 07 – 43 99  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)  
[info@sevenonemedia.de](mailto:info@sevenonemedia.de)

### **SevenOne Media Austria**

Theobaldgasse 19  
A-1060 Wien  
Tel. +43 [0] 1/3 68 77 66 – 0  
Fax +43 [0] 1/3 68 77 66 – 3 99  
[www.sevenonemedia.at](http://www.sevenonemedia.at)  
[info@sevenonemedia.at](mailto:info@sevenonemedia.at)

### **SevenOne Media [Schweiz] AG**

Zürichstrasse 147  
CH-8700 Küsnacht ZH  
Tel. +41 44 914 84 00  
Fax +41 44 914 84 99  
[www.sevenonemedia.ch](http://www.sevenonemedia.ch)  
[info@sevenone.ch](mailto:info@sevenone.ch)

### **SevenOne Interactive GmbH**

Beta-Straße 10 i  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 [0] 89/95 07 – 40  
Fax +49 [0] 89/95 07 – 46 15  
[www.sevenoneinteractive.de](http://www.sevenoneinteractive.de)  
[info@sevenoneinteractive.de](mailto:info@sevenoneinteractive.de)