



Case Study

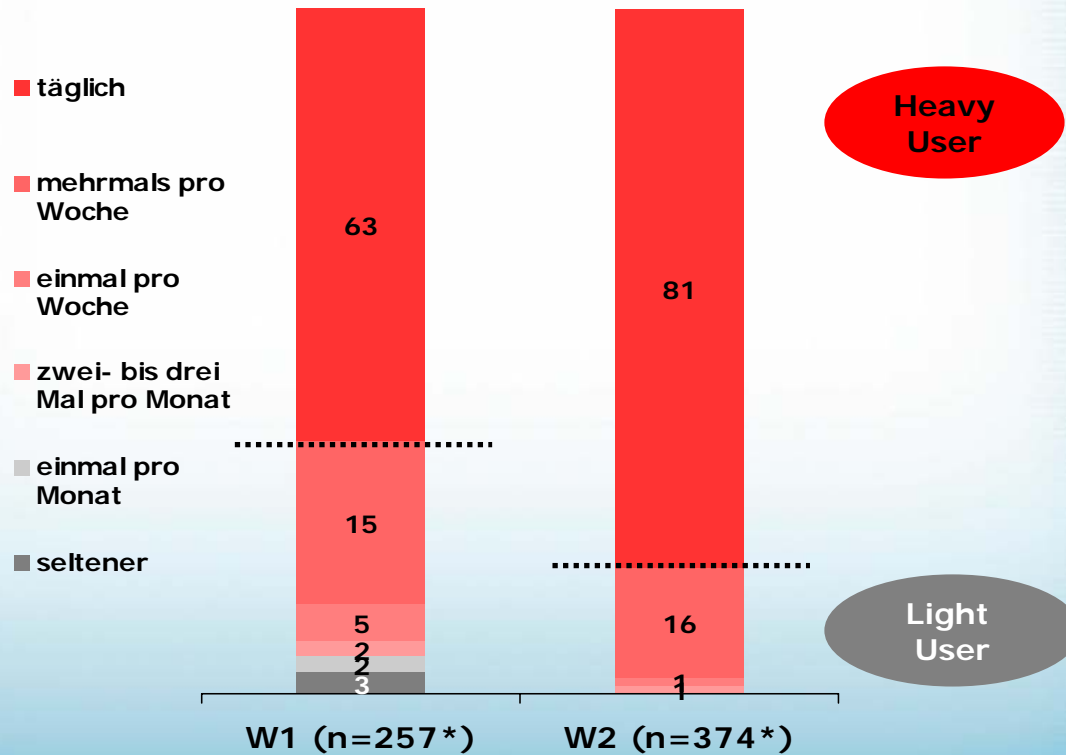
Explorer Fernreisen

Studien-Steckbrief

Methode	CAWI (Computer Aided Web Interview), seitenrepräsentative Ergebnisse
Grundgesamtheit	User von n-tv.de
Auswahlverfahren	Rotierende Zufallsauswahl
Test bei realer Nutzung	Nutzer weiß vorher nicht, dass er befragt wird.
Datenerhebungstechnik	Rogator-Technik: Popup-Fragebogen (mit Frequency Cap 1/24h) (keine Mehrfachbefragung, keine Selbstselektion)
Stichprobenumfang	Nullmessung n=274 Hauptmessung n= 379
Erhebungszeitraum	Nullmessung 14.01 – 31.01.05 Hauptmessung 10.-27.05.2005
Werbemittel	Nullmessung: keine Kommunikationsmaßnahmen Hauptmessung: TV-Spot und Online-Werbemittel

Nutzung von n-tv.de und User-Definition

Wie oft sind Sie auf dem Angebot von n-tv.de? (%)

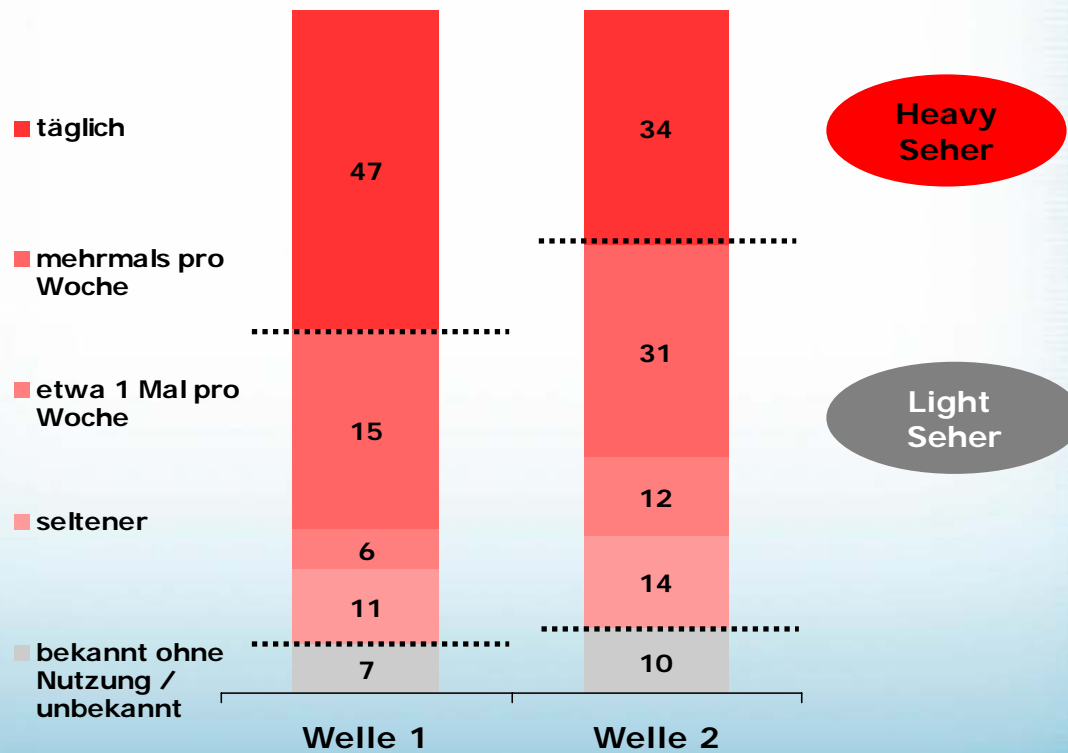


Quelle: Rogator / IP Deutschland
Basis: Welle1 Seher n=447 und User n=424

*17 (W1) bzw. 5 (W2) Befragte erstmalig auf n-tv.de

Nutzung von n-tv und Seher-Definition

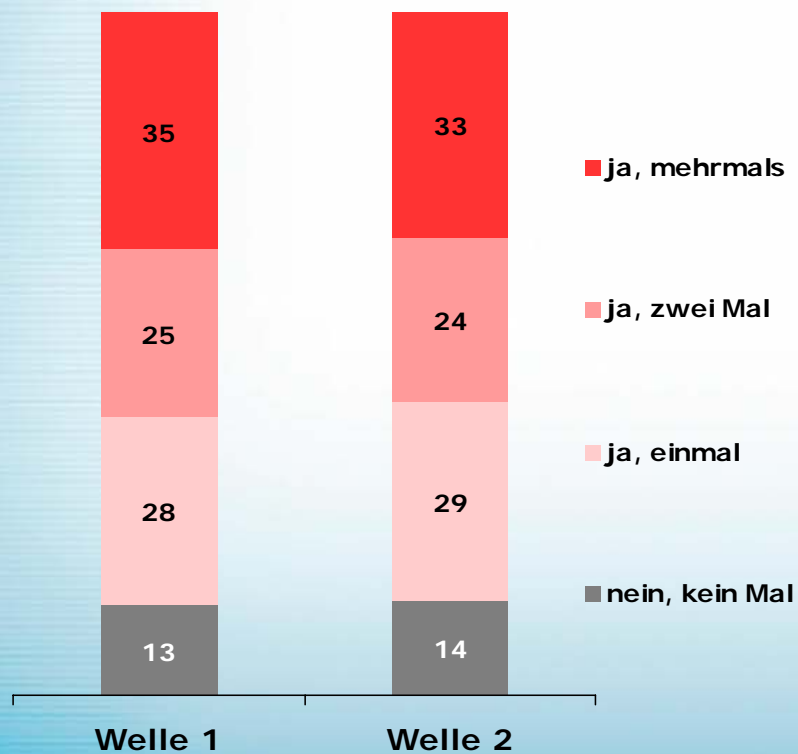
Wie oft sehen Sie den Sender n-tv? (%)



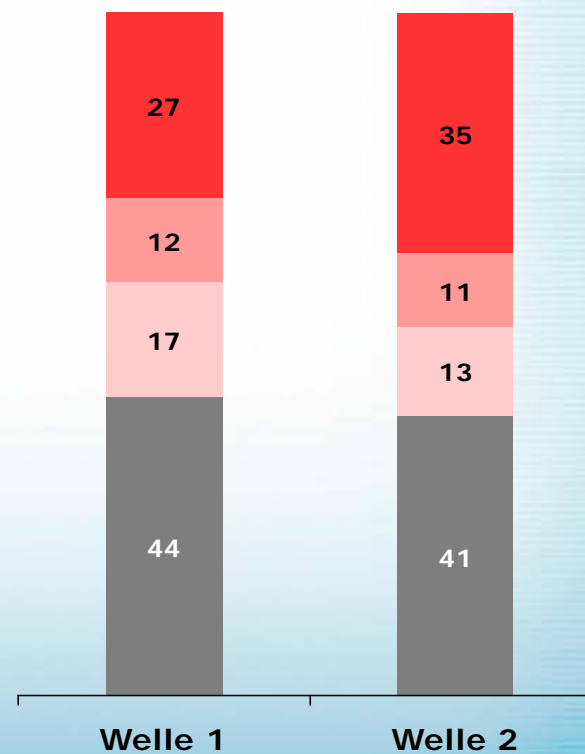
Quelle: Rogator / IP Deutschland
Basis: Welle1 Seher n=447 und User n=424

Privat/beruflich verreist

Privat verreist in den
letzten 12 Monaten



Beruflich verreist in den
letzten 12 Monaten



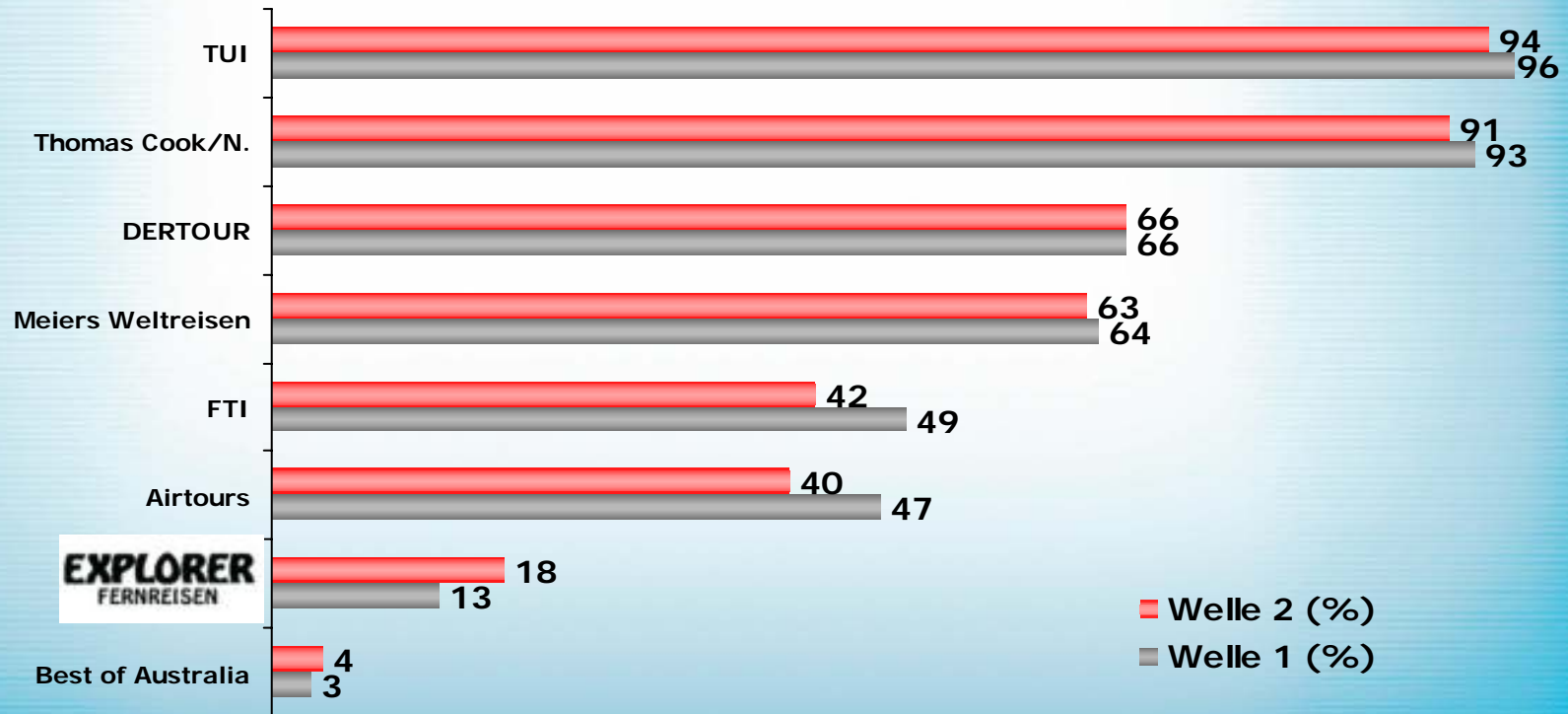
Quelle: Rogator / IP Deutschland, Basis: Gesamt



Markenbekanntheit und Werbeerinnerung von Reiseanbietern

Markenbekanntheit Reiseanbieter (gestützt)

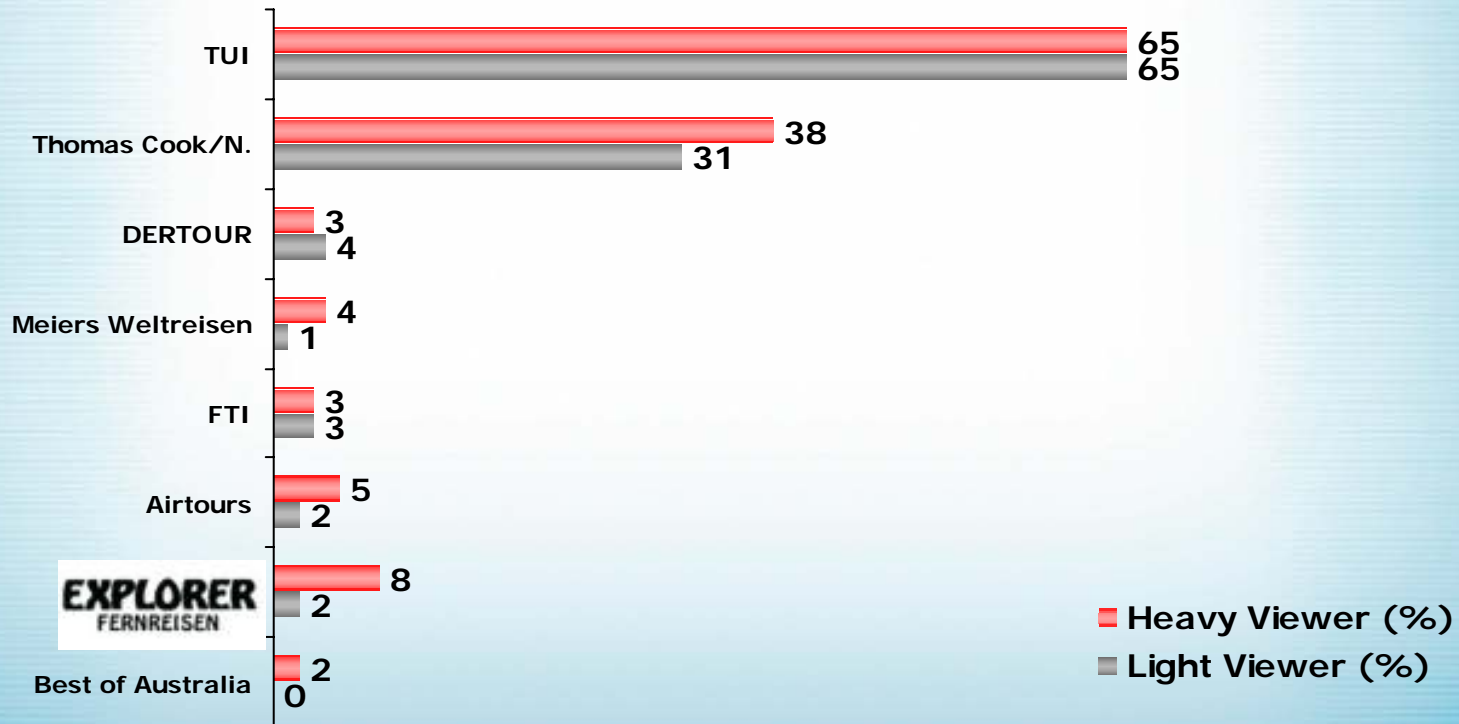
Wir nennen Ihnen nun einige Anbieter aus dem Bereich Reisen/Fernreisen. Bitte sagen Sie uns, welche dieser Unternehmen bzw. Marken Ihnen bekannt sind, wenn auch nur dem Namen nach.



Quelle: Rogator / IP Deutschland, Basis: Gesamt (Welle 1 n=274, Welle 2 n=379)

Werbeerinnerung 2. Welle (gestützt, n-tv-Seher)

Für welche der folgenden Anbieter von Reisen bzw. Fernreisen haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Fernsehen gesehen?



n-tv-Kontakte wirken!

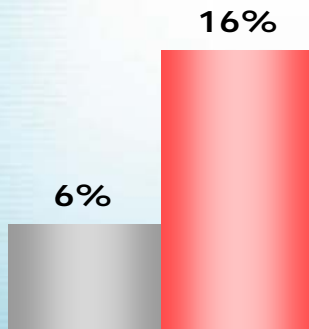
Quelle: Rogator / IP Deutschland, Basis: Gesamt (Welle 2 n=379)



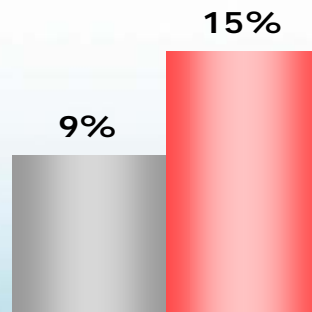
Werbeerinnerung und Bewertung „Explorer“

Wahrnehmung TV-Werbemittel (Seher)

Haben Sie diese Werbung bei n-tv gesehen?

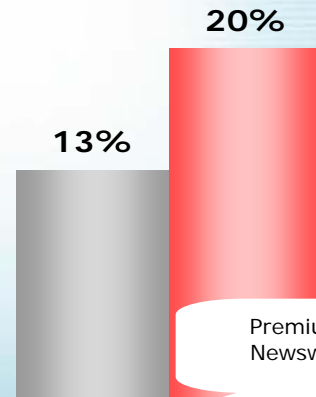


Premium Billboard



Newswatch

■ Light Viewer
■ Heavy Viewer



TV Gesamt

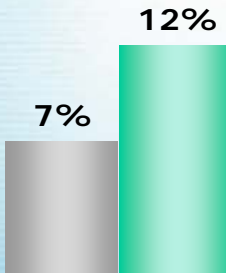
Premium Billboard oder
Newswatch oder beides
gesehen

Quelle: Rogator / IP Deutschland, Basis: Gesamt (Welle 2 n=379)

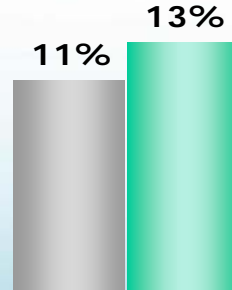
Wahrnehmung Web-Werbemittel (User)

Haben Sie diese Werbung bei n-tv.de gesehen?

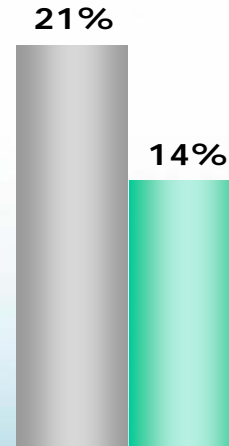
■ Light User
■ Heavy User



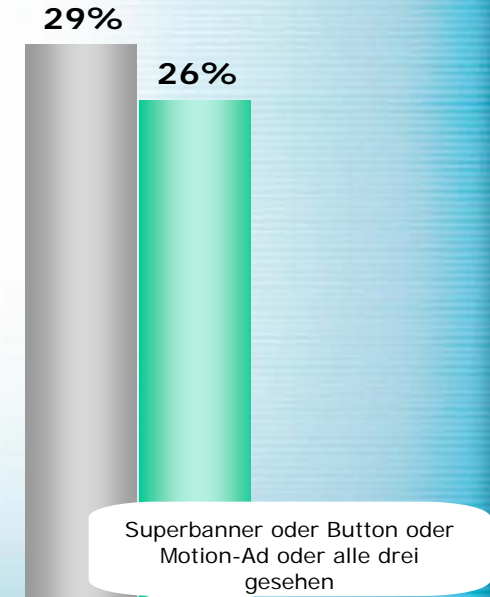
Superbanner



Button



Motion-Ad



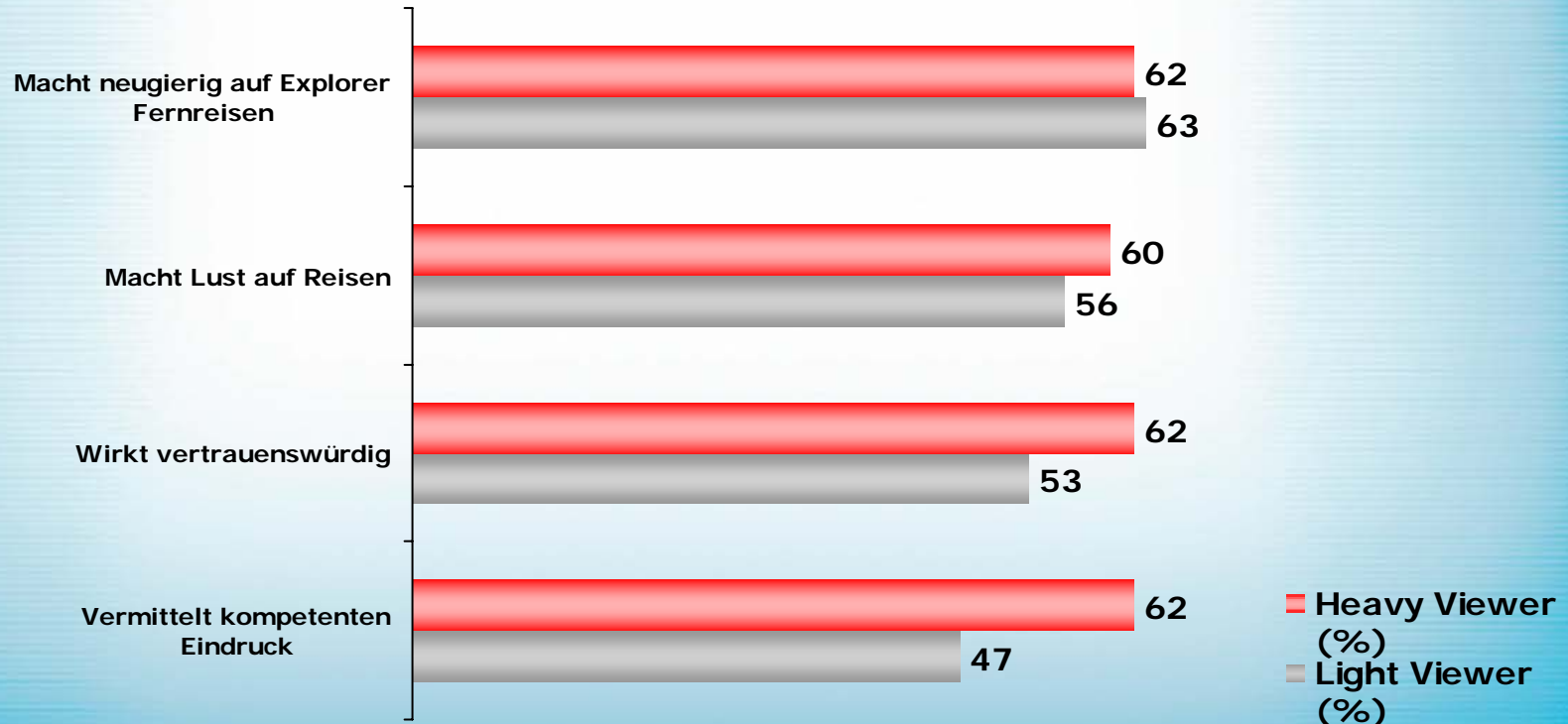
Web gesamt

Quelle: Rogator / IP Deutschland, Basis: Gesamt (Welle 2 n=379)

Bewertung des Werbeauftritts (Top 2 / Seher)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von Explorer Fernreisen auf n-tv zu? Vergeben Sie eine 1 für „stimme voll und ganz zu“ und eine 4 für „Stimme überhaupt nicht zu“

Basis: Befragte mit Werbewahrnehmung



Quelle: Rogator / IP Deutschland, Basis: Gesamt (Welle 2, Befragte mit Werbewahrnehmung n = 116)