



# Kombination aus Cut In und Gewinnspiel

## Qualitative Begleitforschung

Unterföhring, Mai 2008



# Inhalt

Steckbrief

Ergebnisse

Fazit

# Vergleich von 3 Sendungsvarianten



**V1**  
Cut In



**V2**  
Gewinnspiel



**V3**  
Cut In &

Gewinnspiel

# Steckbrief

<b>Grundgesamtheit</b>	Haushaltsführende Personen bzw. Erwachsene zwischen 20 und 49 Jahren, die sich am jeweiligen Tag zwischen 7:00 und 7:30 Uhr das ‚Sat.1 Frühstücksfernsehen‘ angesehen haben.
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsauswahl im Rahmen des forsa.omninet-Panels
<b>Erhebungsmethode</b>	Inhouse-Onlinebefragung per Set-Top-Box am TV-Bildschirm anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Datum</b>	V1: 06.05.2008 V2: 07.05.2008 V3: 08.05.2008
<b>Stichprobe</b>	V1: n=226 HHF 20-49 V2: n=194 E 20-49 [darunter n=123 HHF 20-49] V3: n=184 E 20-49 [darunter n=128 HHF 20-49]
<b>Institut</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH



# Inhalt

Steckbrief

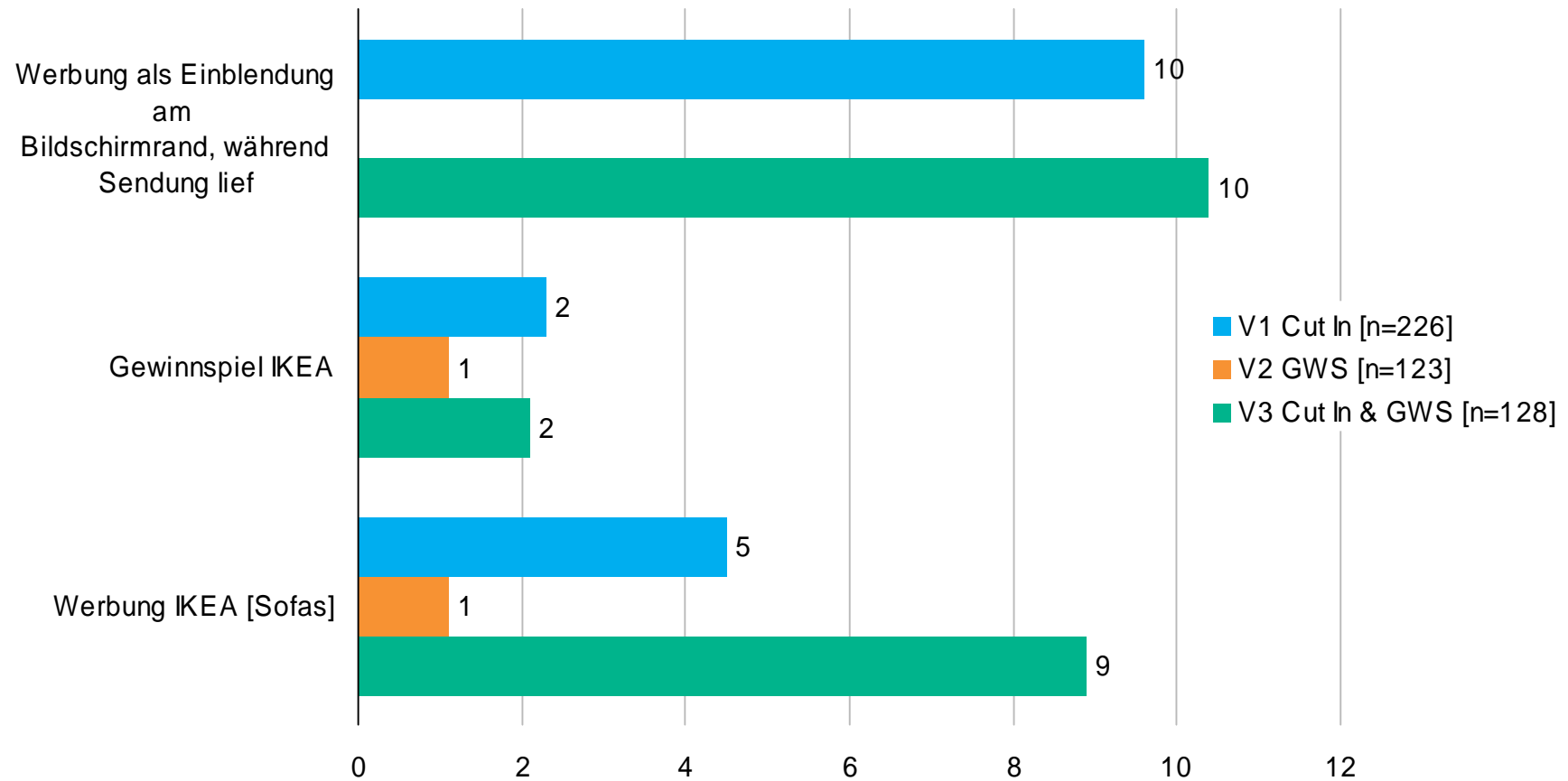
Ergebnisse

Fazit

# GWS wird nicht als Werbung empfunden

## Top of Mind Werbeawareness

Angaben in Prozent

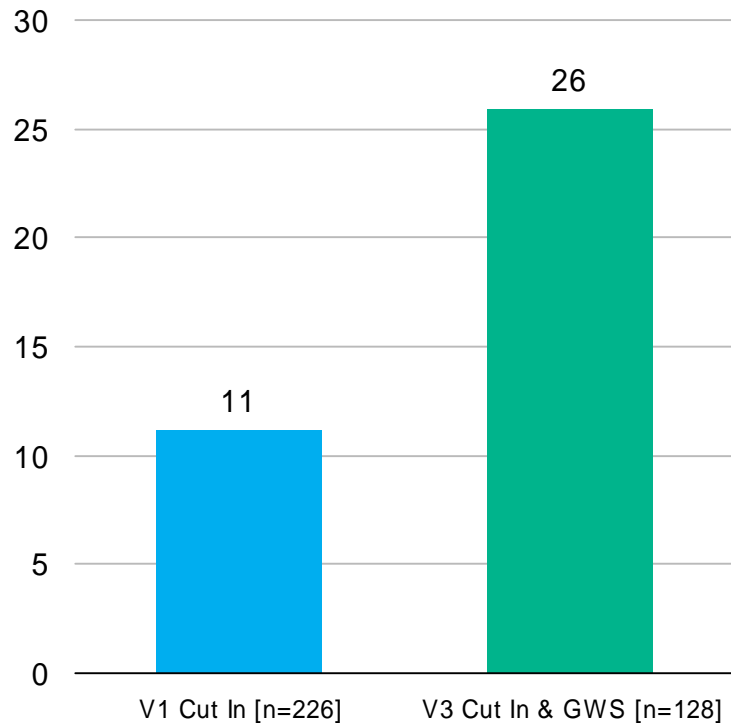


6 Rund um das Frühstücksfernsehen gab es ja auch Werbung. Was ist Ihnen ganz allgemein bei der Werbung oder den Werbeblöcken Besonderes oder Ungewöhnliches aufgefallen? Bitte denken Sie genau nach, uns interessiert alles, was Ihnen dazu einfällt.  
Basis: Haushaltsführende 20-49 Jahre  
Quelle: forsa. | SevenOne Media, April/Mai 2008

# Kombi mit GWS macht Cut In noch effektiver

## Ungestützte Erinnerung Cut In

Angaben in Prozent



Während der laufenden Sendung erschien einmal ein kurzer Werbespot. Dabei lief die Sendung und auch der Ton weiter, und der Spot legte sich einfach darüber. Können Sie sich daran noch erinnern?



# Auch gestützt hilft das Gewinnspiel dem Cut In

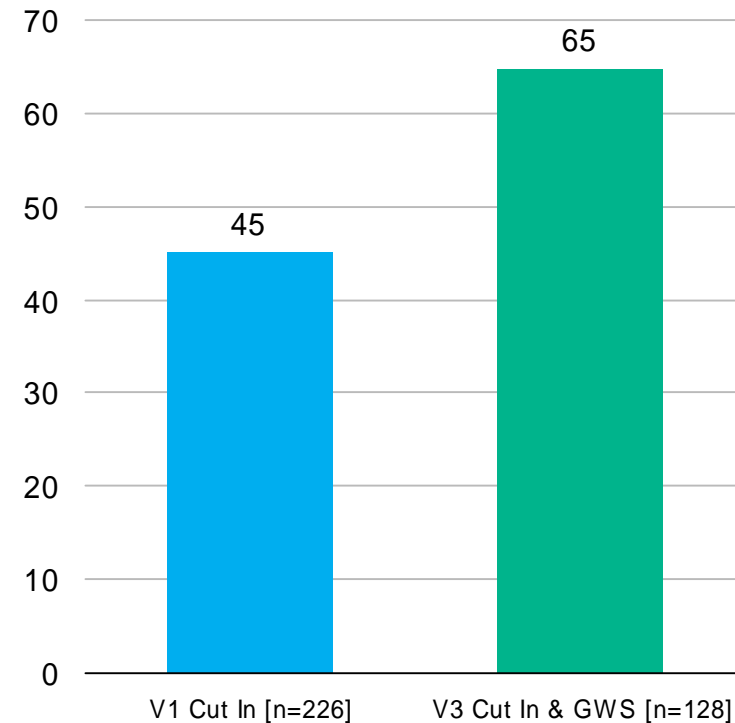
Man erinnert sich ja nicht immer gleich an alles. Der kurze Werbespot während der Sendung war von Ikea und zeigte ein Sofa in verschiedenen Farben. Dabei lief die Sendung einschließlich des Tons weiter und der Spot legte sich einfach darüber. Sie sehen jetzt einige Bilder dieses Spots.

Können Sie sich an diesen Werbespot von Ikea erinnern?



## Gestützte Erinnerung Cut In

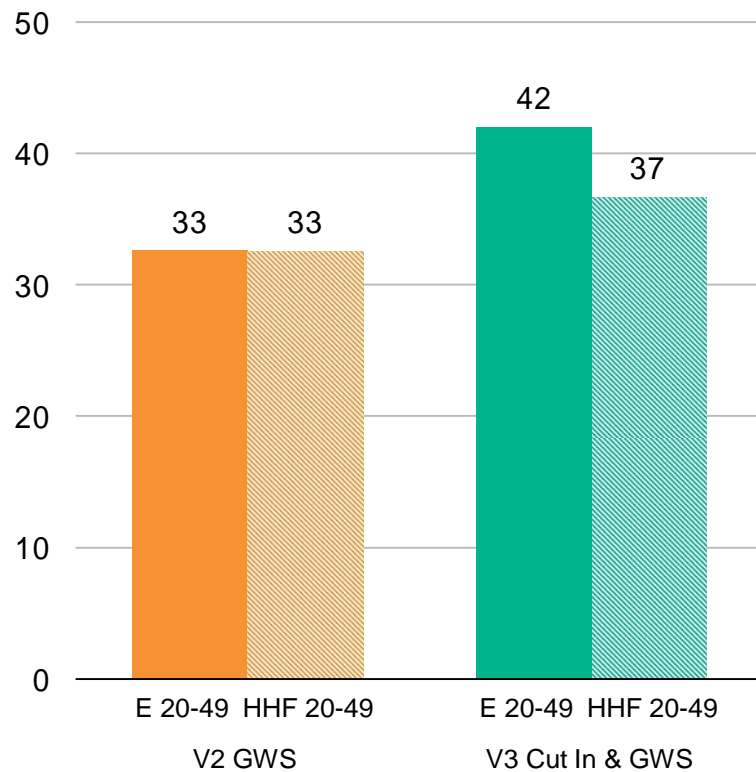
Angaben in Prozent



# Und umgekehrt: GWS profitiert vom Cut In

## Ungestützte Erinnerung Gewinnspiel

Angaben in Prozent



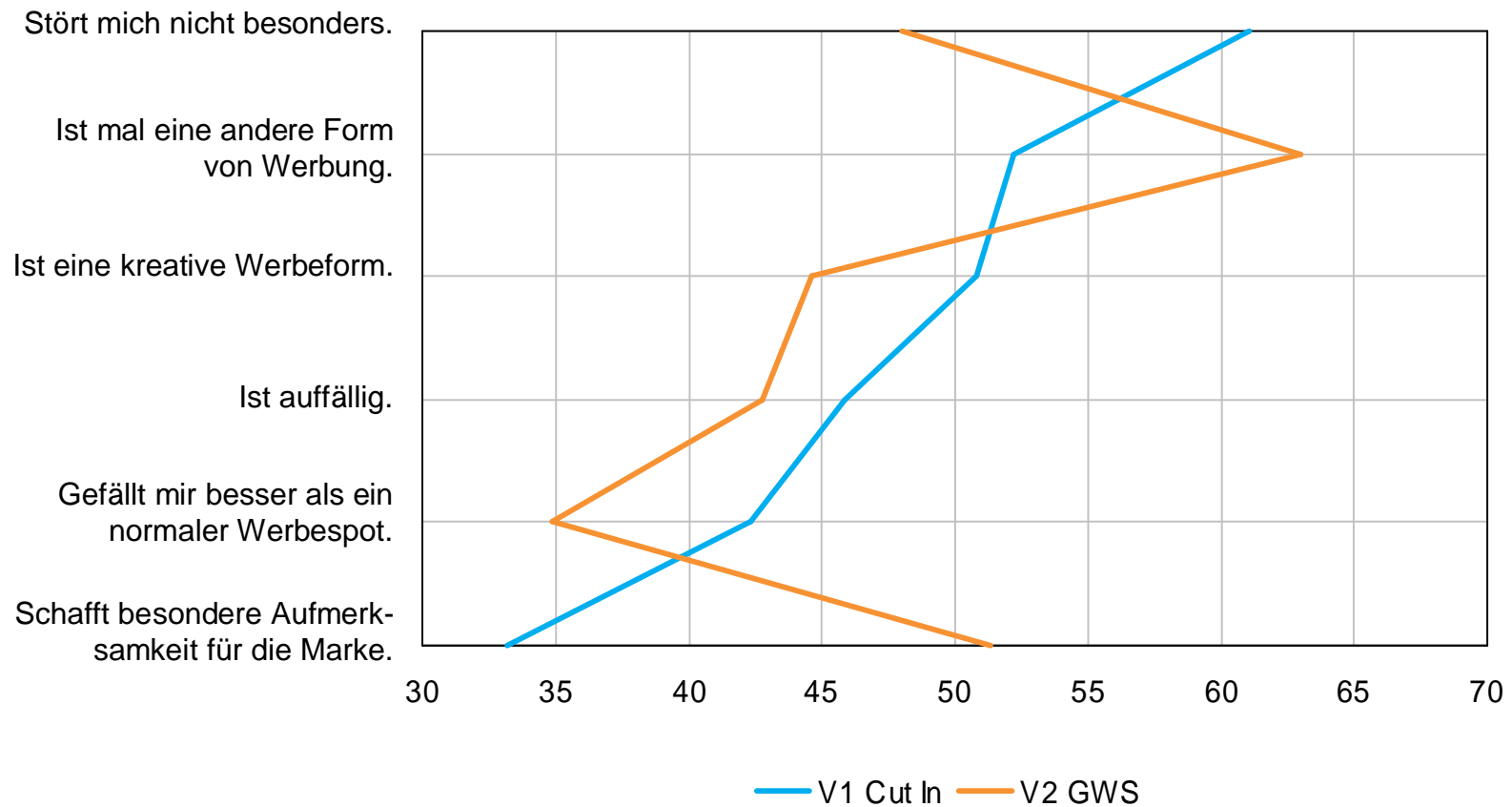
Innerhalb des Sat.1 Frühstücksfernsehens gab es ein Gewinnspiel. Können Sie sich an das Gewinnspiel erinnern?



# Cut In stört nicht, GWS ist mal was anderes

## Wahrnehmung Cut In und Gewinnspiel

Angaben in Prozent [Top Two: stimme voll und ganz zu/stimme zu]





# Inhalt

Steckbrief

Ergebnisse

Fazit

# Cut In und Gewinnspiel: Eine ideale Kombination

## **Cut In: Kreative Werbeform mit hoher Wirkung**

Das Cut In wird [anders als das Gewinnspiel] als Werbung erkannt und ist sehr aufmerksamkeitsstark: Die ungestützte Erinnerung liegt in der Cut In-Variante bereits bei 11 Prozent, in Kombination mit dem Gewinnspiel steigt der Wert auf 26 Prozent. Auch gestützt profitiert die ohnehin hohe Erinnerung an das Cut In von dem Gewinnspiel. Das Cut In wird vor allem als kreative Werbeform gesehen, die nicht sonderlich stört.

## **Gewinnspiel: Marke in den Mittelpunkt**

Das Gewinnspiel wird nicht so sehr als Werbung gesehen und rückt dafür stärker die Marke in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Auch hier sind die Wirkungswerte in der Kombinationsvariante etwas höher, allerdings profitiert das Gewinnspiel vom Cut In etwas weniger als umgekehrt.

## **Kombination: Synergie durch Arbeitsteilung**

Die beiden Werbeformen ergänzen sich ideal. Das Cut In transportiert effektiv die Werbebotschaft und wird dabei von der Inszenierung der Marke im Gewinnspiel noch unterstützt.

### **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)