

# Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt auf Clipfish.de

November 2007



# Methodik der zugrundeliegenden Studie

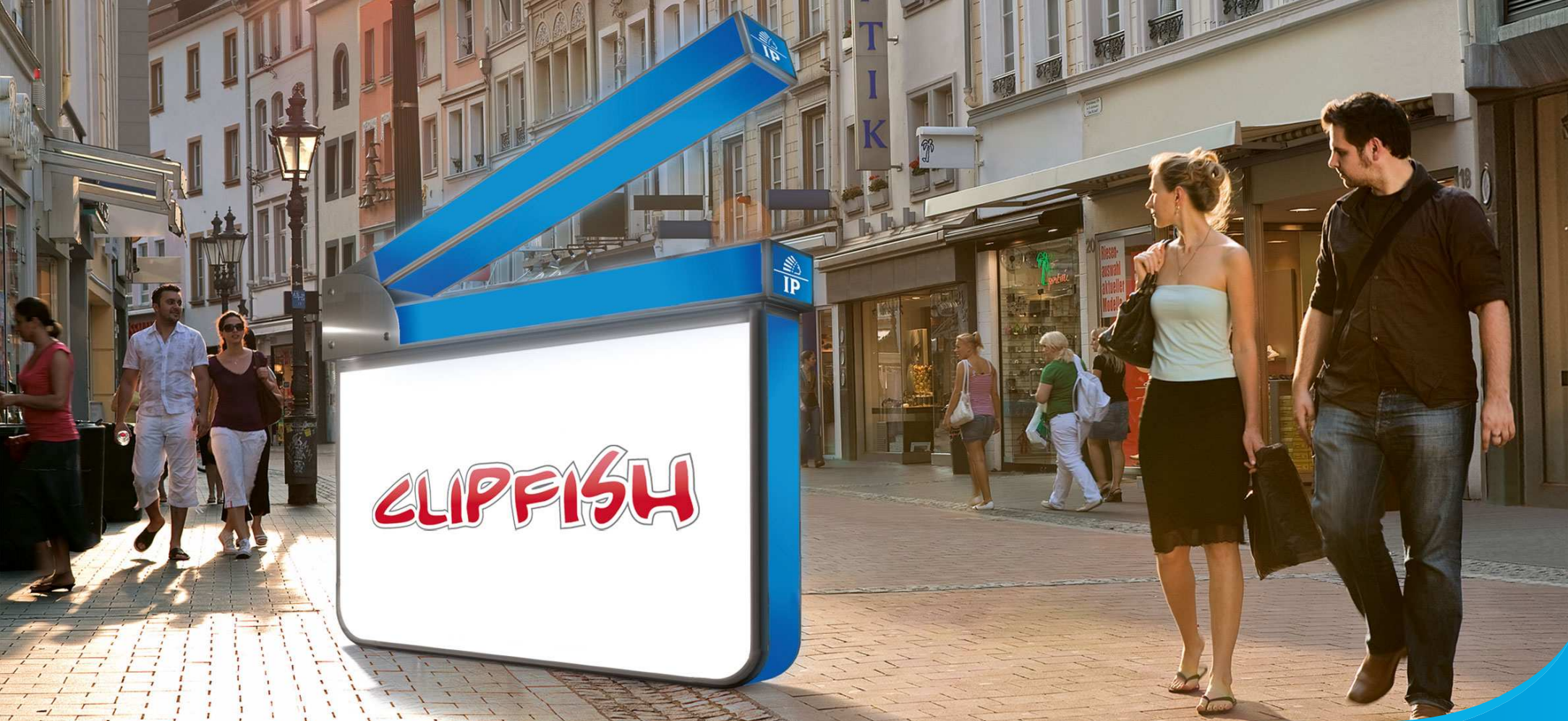
- Thema: Werbewirkung der Bewegtbildwerbung von CosmosDirekt auf Clipfish.de
- Grundgesamtheit: Besucher der Webseite Clipfish.de
- Stichprobe: 197 Befragte
- Befragungstechnik: Die Besucher der jeweiligen Webseite erhalten zufallsgesteuert ein Einladungs-Pop-Up zur Befragung, darin Link zum Online-Fragebogen
- Feldzeit: KW 47/2007



# Kampagne im Überblick

Werbender	
Branche	Versicherungen
Plattform	CLIPPISH
Kampagnenzeitraum	13 Wochen
Werbemittel	Preroll
Spotlänge	7 Sekunden



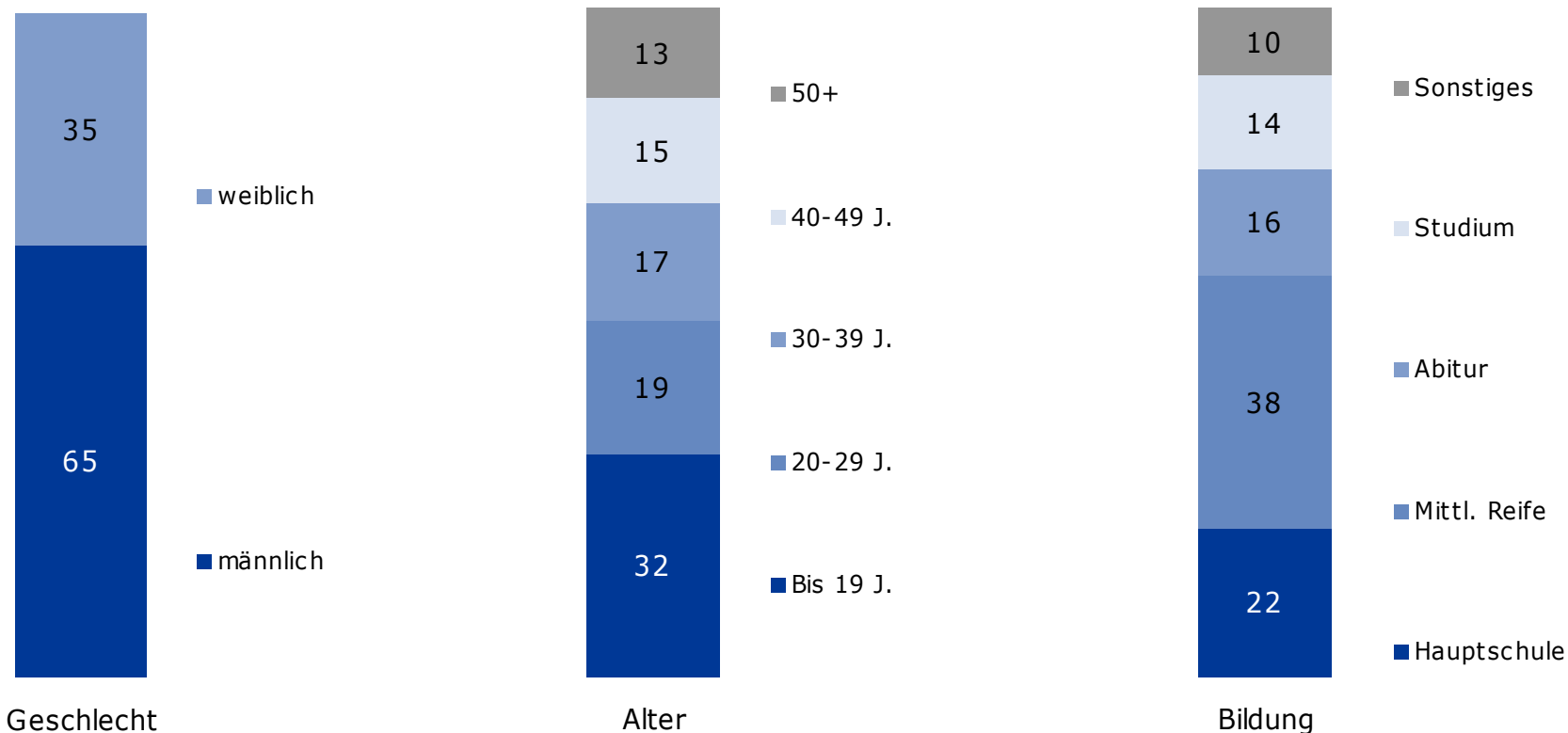


## Demographisches Profil



# Junges männliches Publikum auf Clipfish.de

Demographisches Profil, Angaben in %

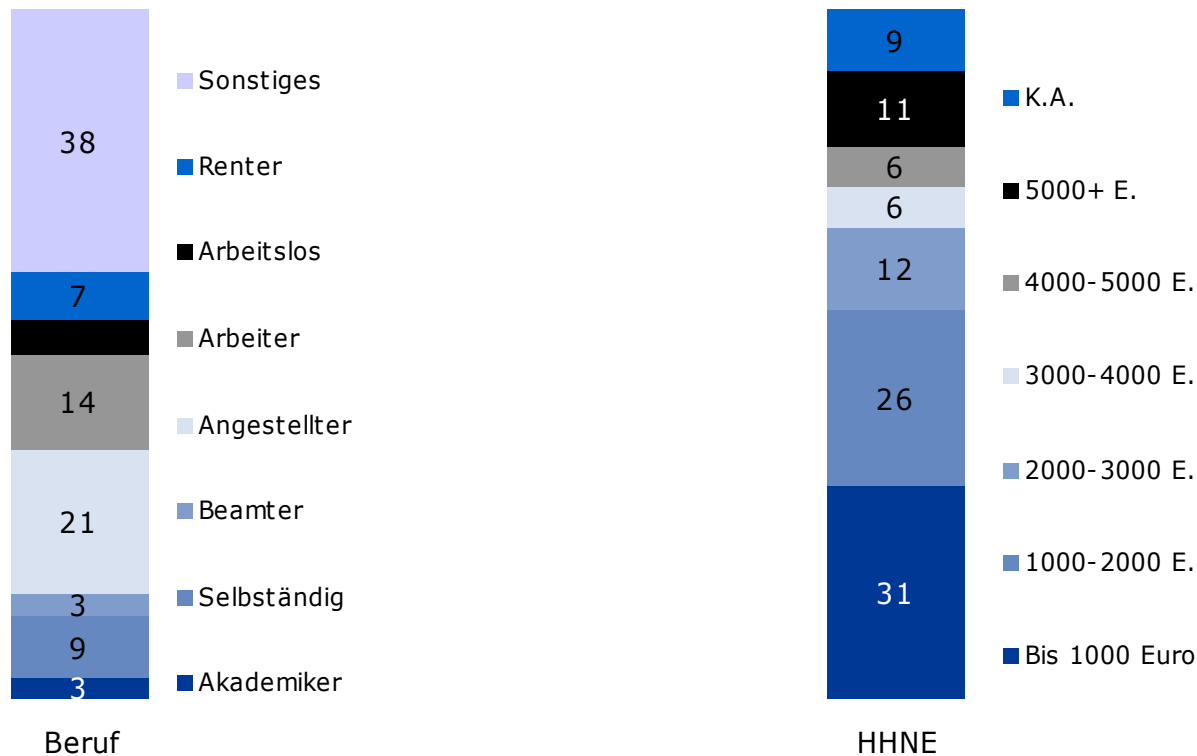


Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197  
 Frage: Sind Sie...? (Geschlecht); Wie alt sind Sie?; Welches ist Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?



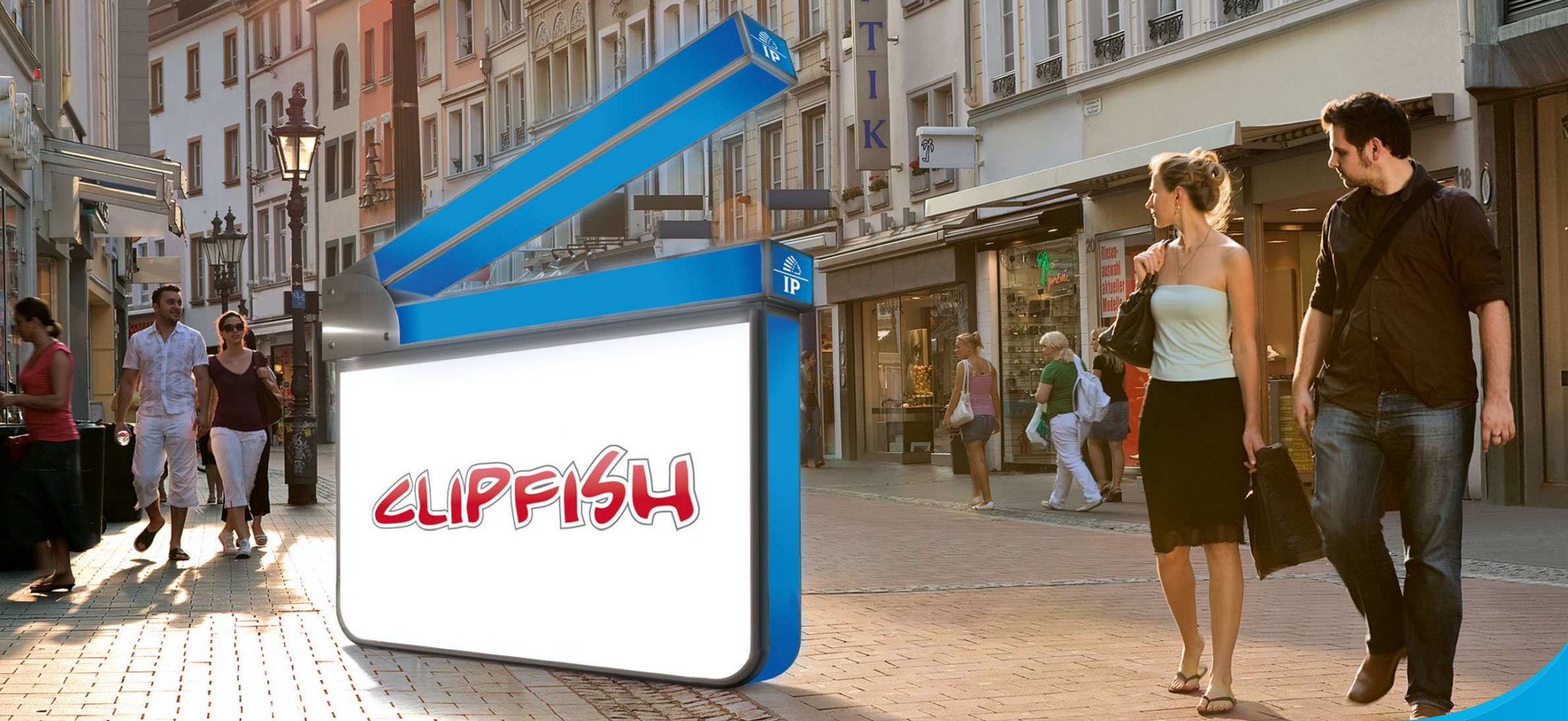
# Mehr als ein Drittel verdient mehr als 2.000 €

Demographisches Profil, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197  
 Frage: Sind Sie....? (Beruf); Zu welcher der folgenden Einkommensgruppen gehört Ihr Haushalt? (gemeint ist das Haushaltsnettoeinkommen)



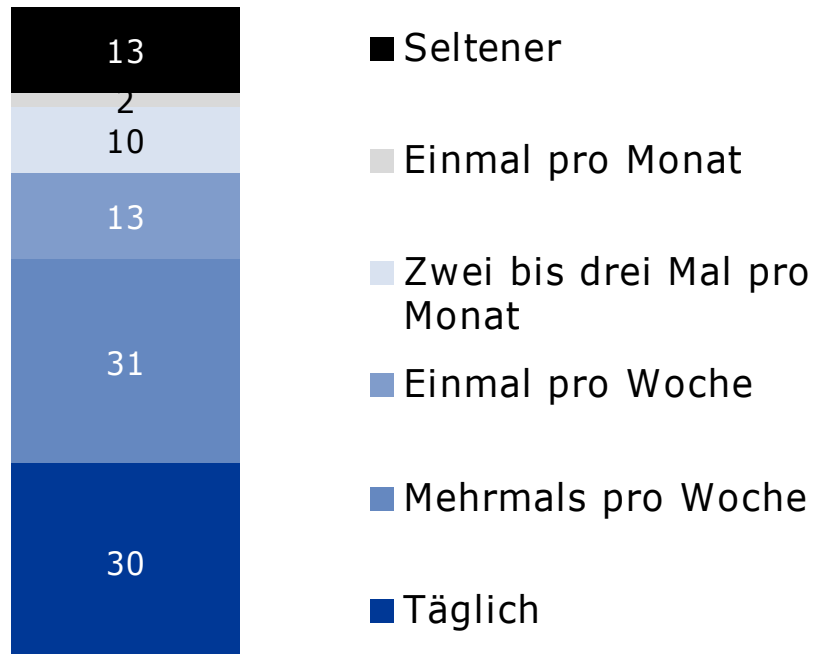


**Nutzung Clipfish.de**



# Clipfish.de ist wöchentliches Pflichtprogramm

Nutzungshäufigkeit von Clipfish.de, Angaben in %

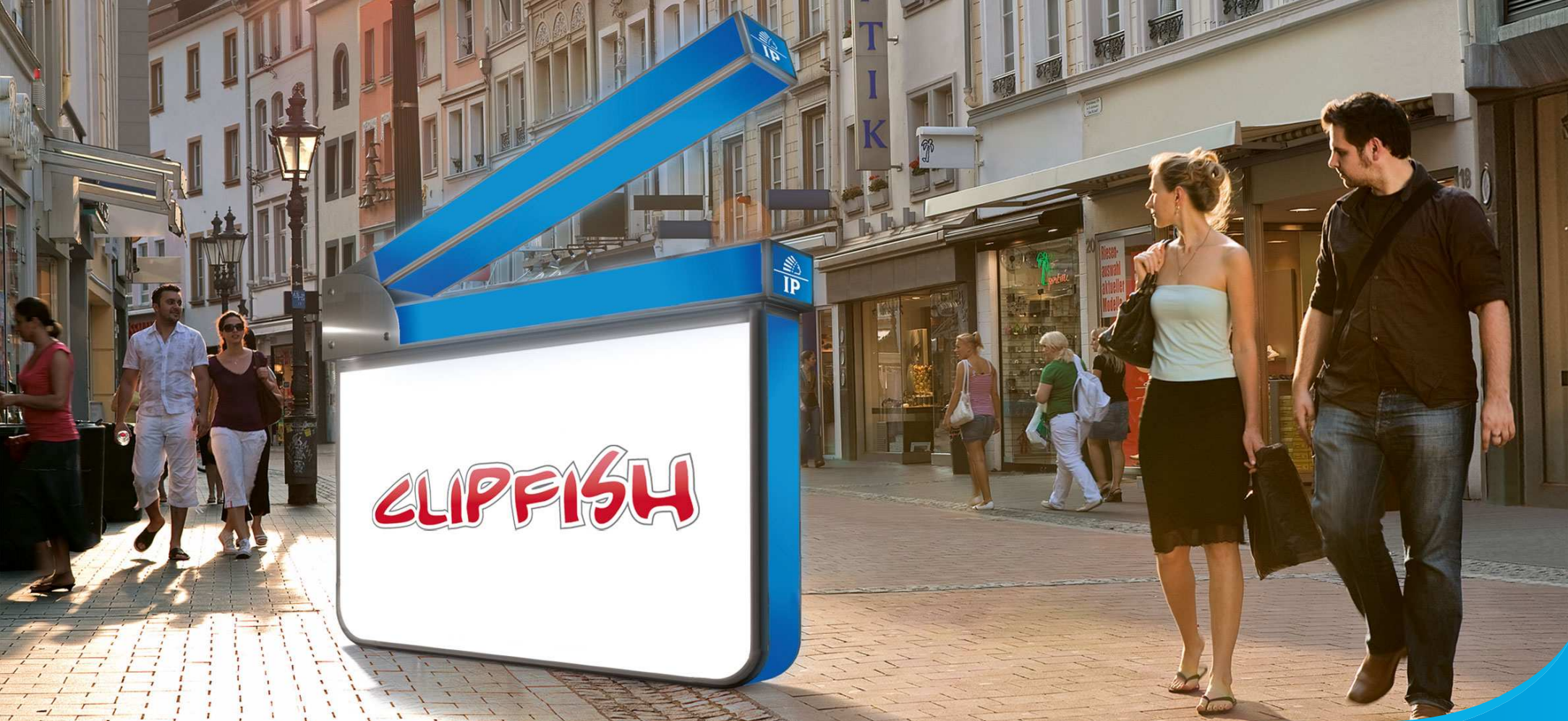


74% der Befragten nutzen mind. einmal pro Woche das Angebot von Clipfish.de!

Clipfish.de ist bei 30% der User im Relevant Set der täglich benutzten Websites!

Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197  
Frage: Wie oft sind Sie im Durchschnitt auf dem Angebot Clipfish.de?



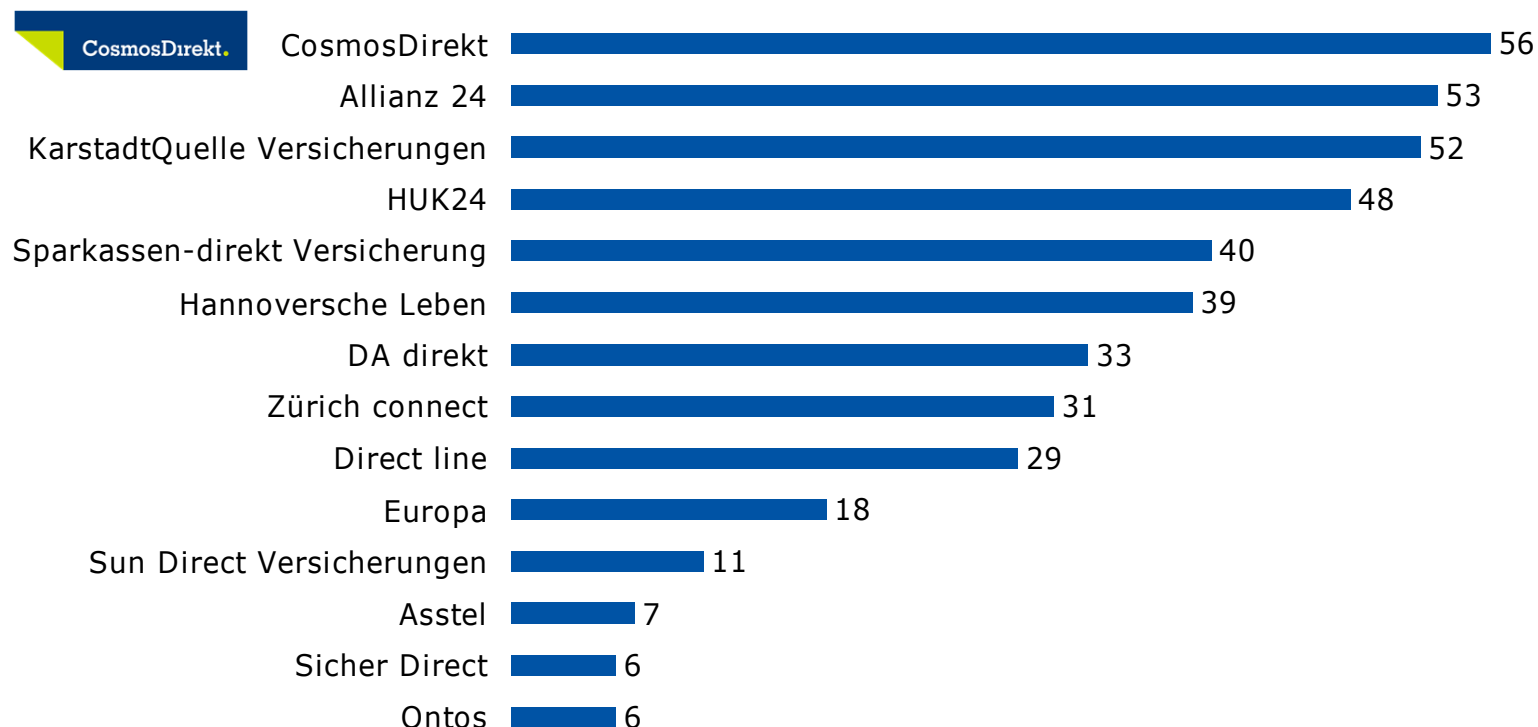


# Werbewirkung



# CosmosDirekt ist Branchenführer

Markenbekanntheit Direktversicherer, Angaben in %



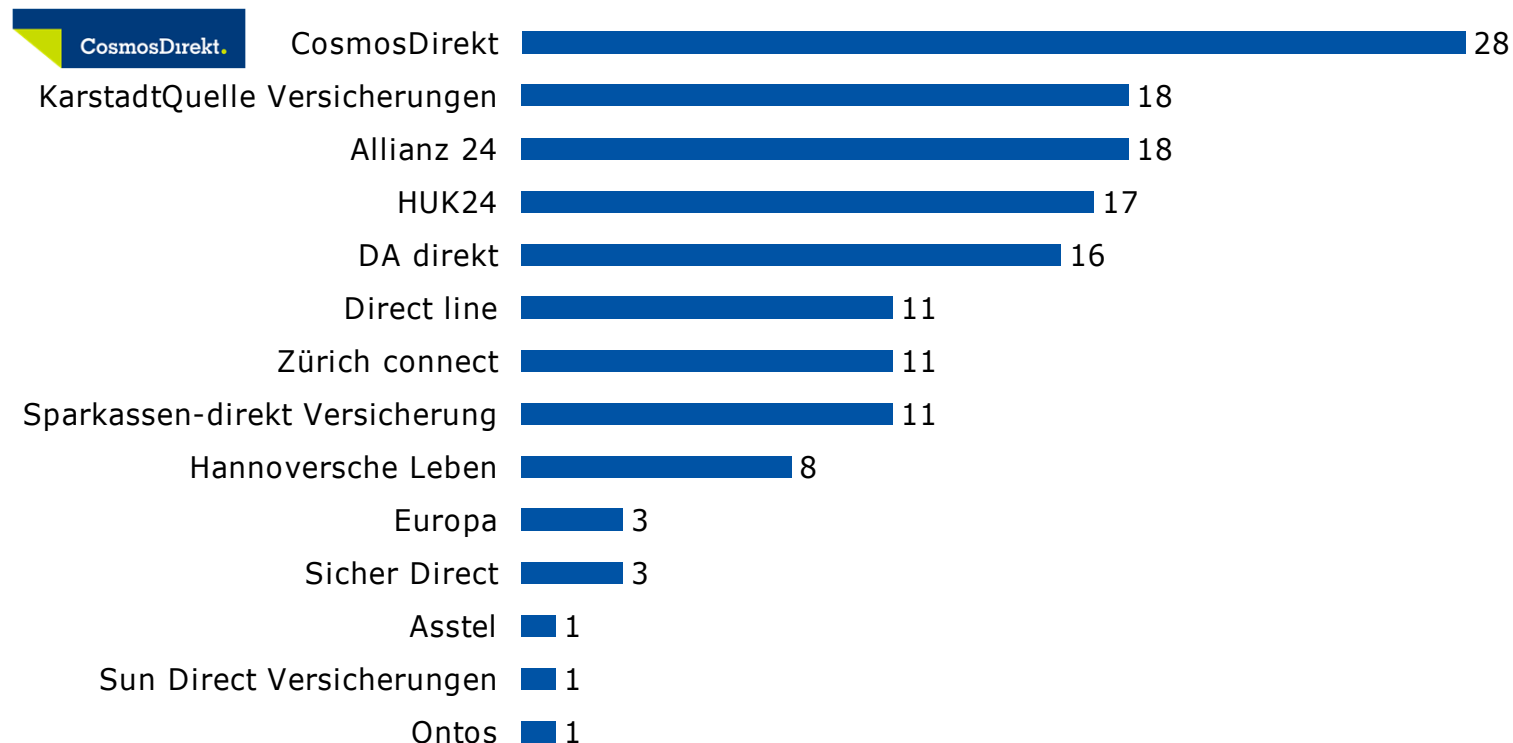
Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197

Frage: Kommen wir nun zu einem anderen Thema. Wir nennen Ihnen nun einige Unternehmen aus der Branche der Direktversicherungen. Bitte sagen Sie uns, welche dieser Unternehmen Ihnen bekannt sind, wenn auch nur dem Namen nach.



# CosmosDirekt mit höchster Werbeerinnerung

Werbeerinnerung Direktversicherer, Angaben in %



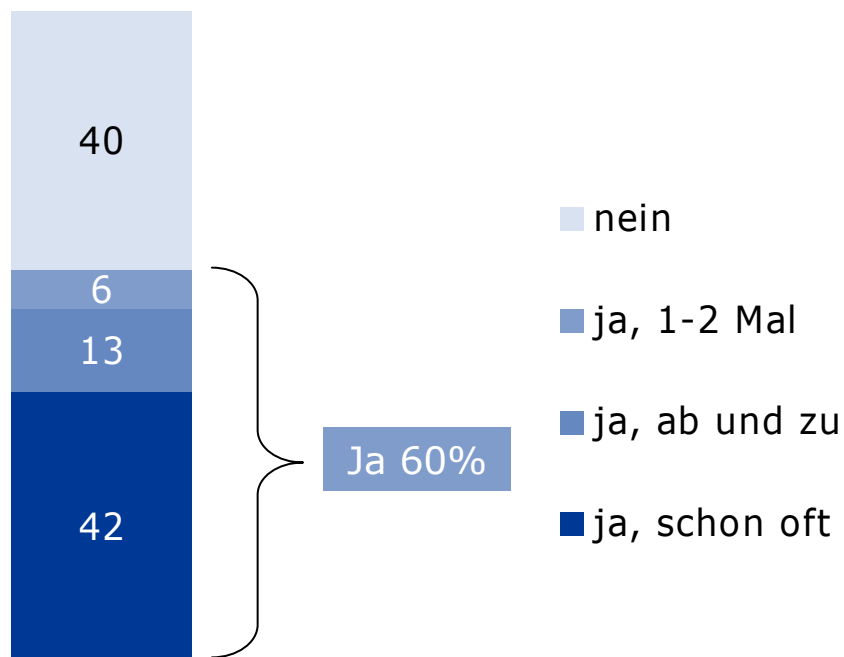
Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197

Frage: Und für welche der folgenden Unternehmen aus der Branche der Direktversicherungen haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Internet gesehen?



# CosmosDirekt-Spot sehr gut aufgefallen

Spotbekanntheit CosmosDirekt, Angaben in %



Sechs von zehn der User von Clipfish.de kennen den Werbespot von CosmosDirekt!

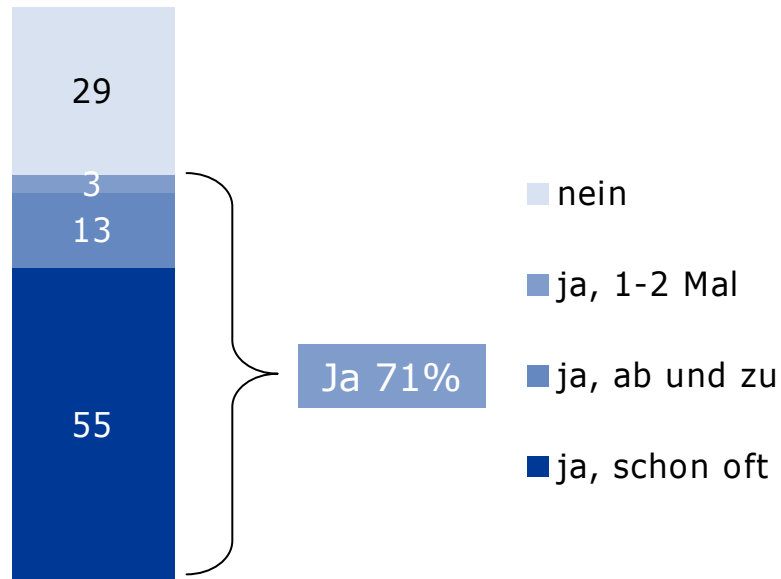
Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197  
Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot. Haben Sie diesen Spot schon einmal im Internet auf Clipfish.de gesehen?



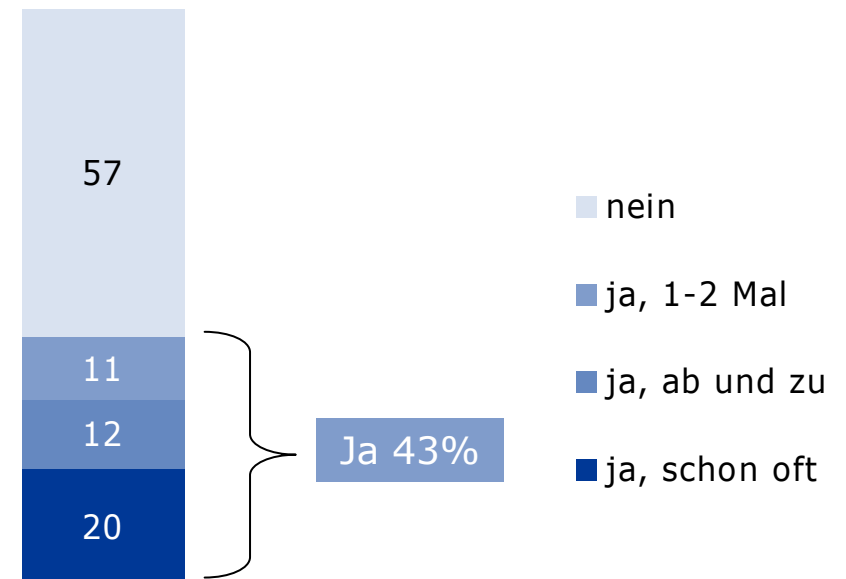
# Mit zunehmender Kontakthäufigkeit steigt Spotbekanntheit

Spotbekanntheit CosmosDirekt, Angaben in %

## Heavy User\*



## Light User\*\*

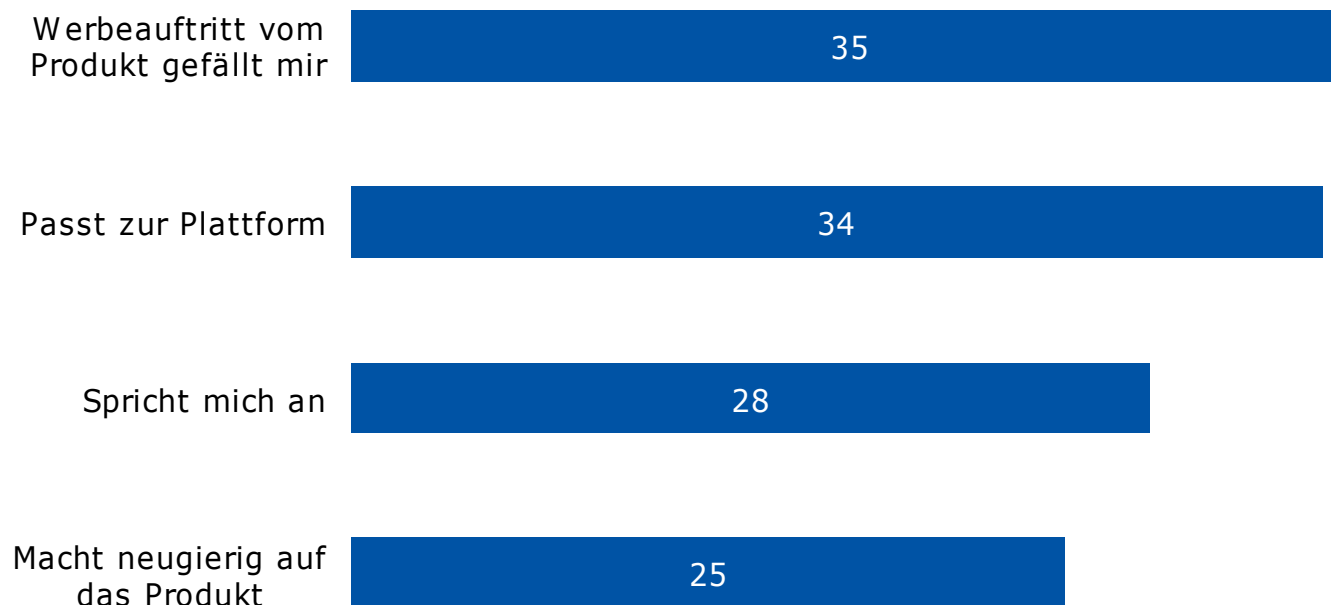


\*Heavy User = Nutzer von Clipfish.de täglich oder mehrmals pro Woche: Basis n=122; \*\*Light User = Nutzer von Clipfish.de einmal pro Woche oder weniger: Basis n=75  
 Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197  
 Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot. Haben Sie diesen Spot schon einmal im Internet auf Clipfish.de gesehen?



# Werbeauftritt von CosmosDirekt gefällt

Werbeakzeptanz von CosmosDirekt, Top-2-Box, Angaben in %



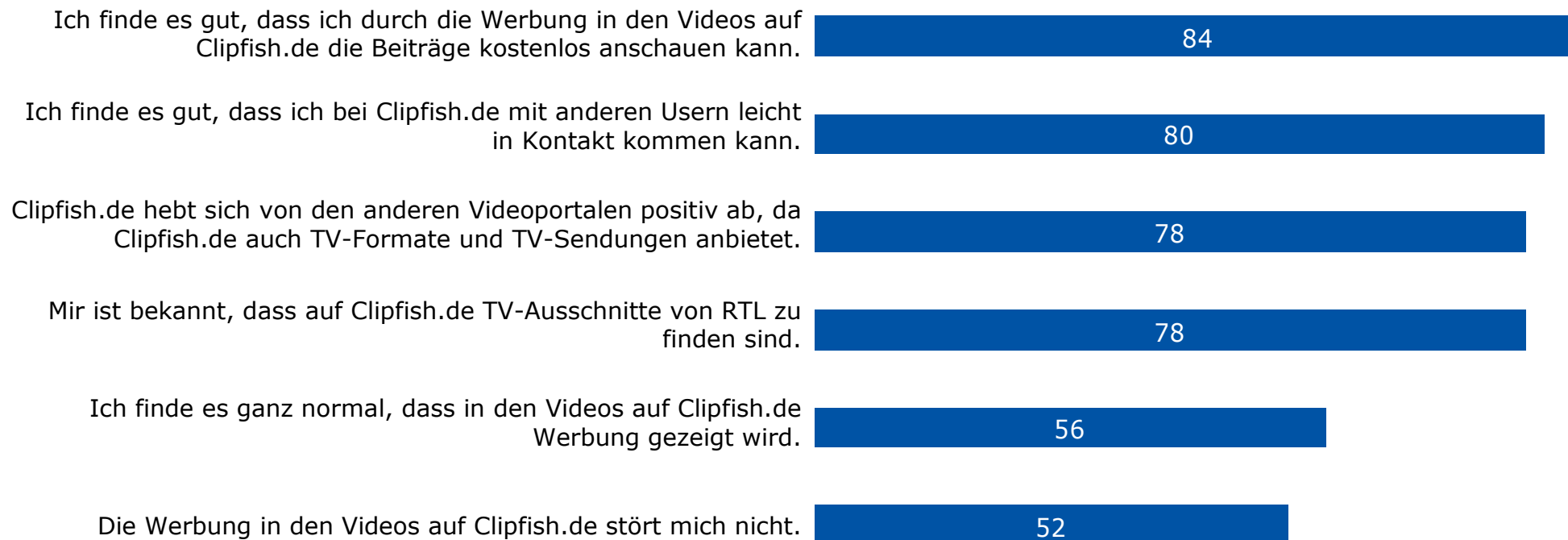
Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von CosmosDirekt zu? Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



# Werbung auf Clipfish ist hoch akzeptiert!

## Akzeptanz von Clipfish.de, Top-2-Box, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197

Frage: Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



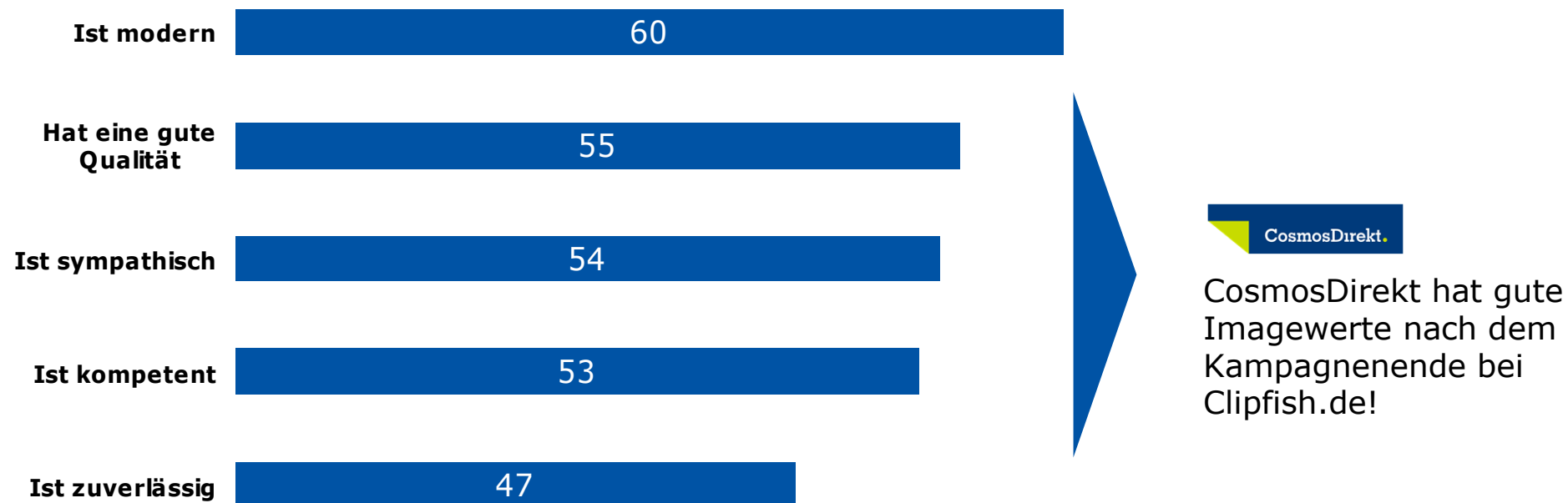


## Image von CosmosDirekt



# Gute Imagewerte für CosmosDirekt

Imageprofil von CosmosDirekt, Top-2-Box, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=197

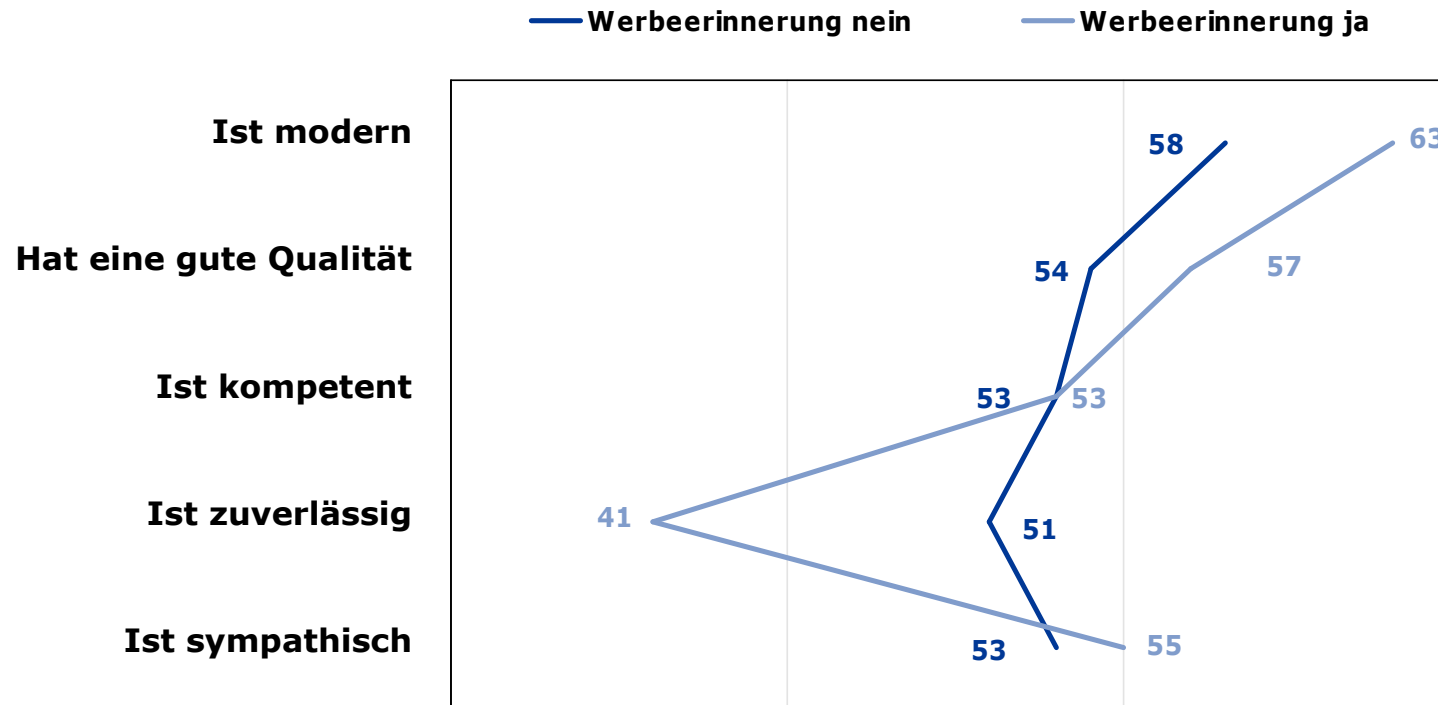
Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf CosmosDirekt zutreffen.

Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



# Bewegtbildkampagne pusht Image

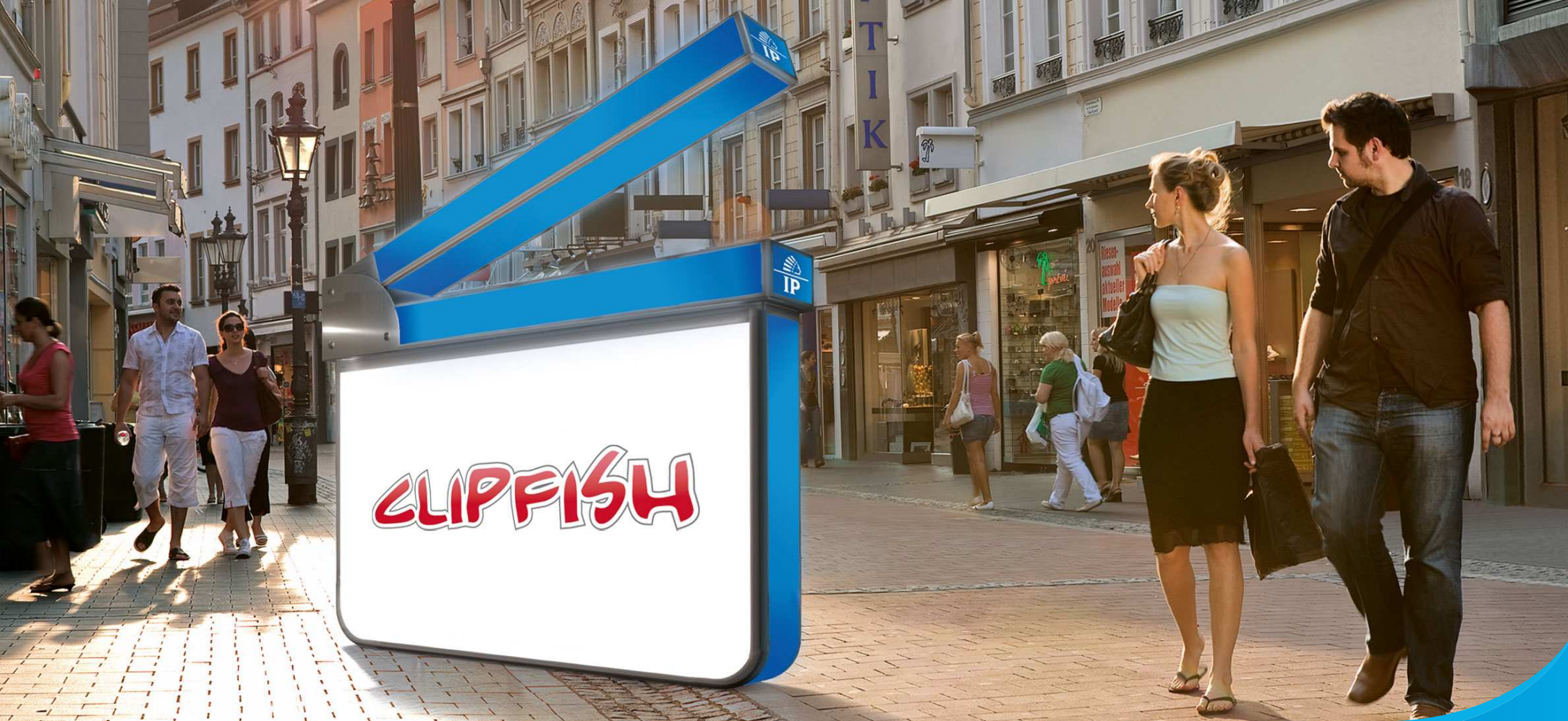
Imageprofil von CosmosDirekt, Top-2-Box, Angaben in %



! Kleine Basis (n=55) für Werbeerinnerung CosmosDirekt!  
-> nur Tendenzen!

Fragestellung: Für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Internet gesehen? → Werbeerinnerung für CosmosDirekt nein: Basis n=142, Werbeerinnerung für CosmosDirekt ja: Basis n=55  
Kampagnenbegleitforschung CosmosDirekt, Onsite-Befragung auf RTLaktuell.de  
Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf CosmosDirekt zutreffen. Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.





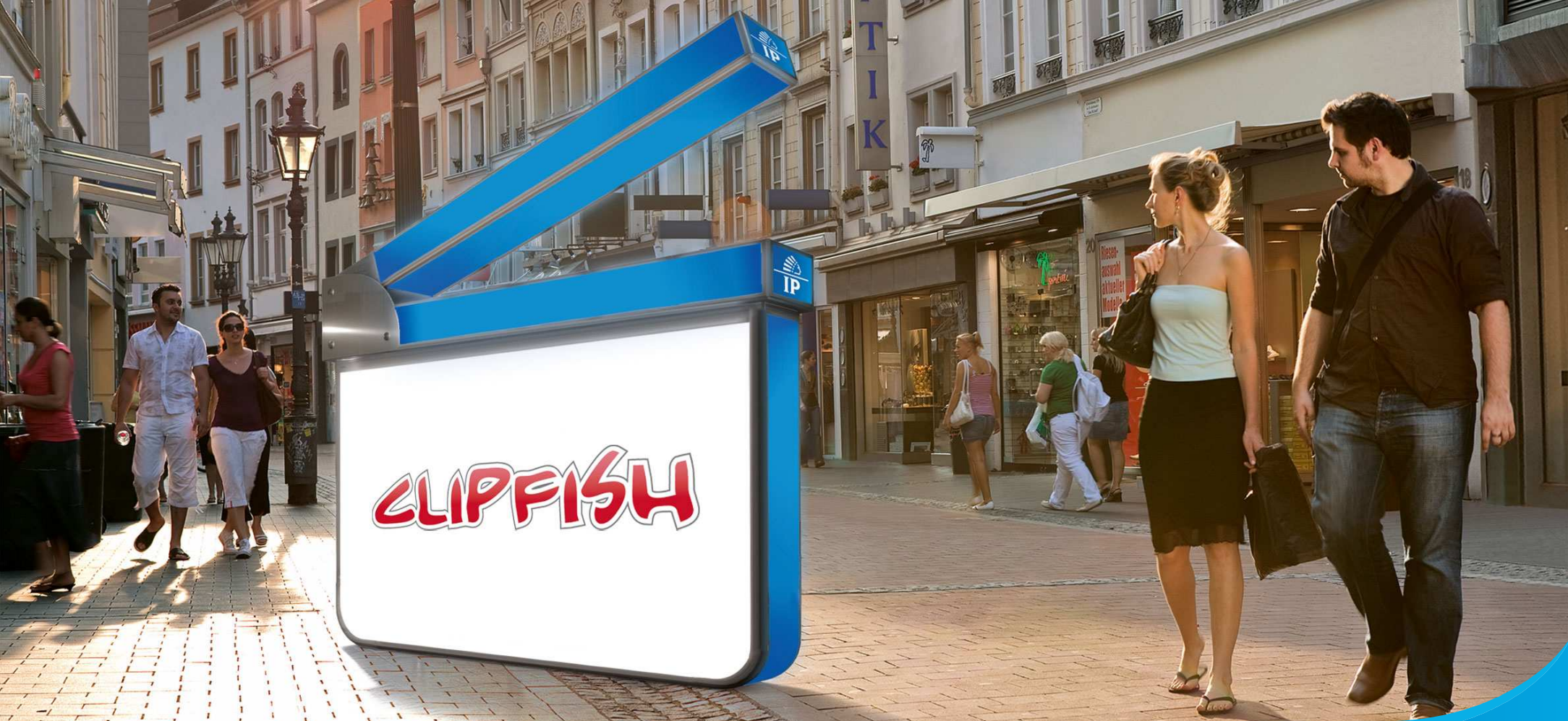
**Fazit**



# Fazit

- Ein junges und vorwiegend männliches Publikum surft auf Clipfish.de.
- Clipfish.de ist wöchentliches Pflichtprogramm.
- Die Bewegtbildkampagne fällt auf! 60% der Befragten hatten den Spot bemerkt.
- Viele Kontakte = mehr Werbewirkung: je häufiger die Befragten Clipfish.de besucht hatten, umso höher war die Wahrnehmung von CosmosDirekt.
- Werbung auf Clipfish.de ist hoch akzeptiert. Außerdem hebt sich Clipfish.de dank des Angebotes positiv von anderen Videoportalen ab.
- CosmosDirekt steht für Modernität und Qualität. Die Kampagne hatte einen positiven Einfluss auf das Image, insbesondere pushte die Bewegtbildkampagne den Aspekt „Modernität“.





# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ihre Ansprechpartnerin: Sandra Schmidt  
Senior Projektleiterin Werbeforschung  
IP Deutschland GmbH  
Aachener Straße 1042 a  
50858 Köln  
[www.ip-deutschland.de](http://www.ip-deutschland.de)

Telefon: 0221 5886-467  
Telefax: 0221 5886-459  
Mobil: 0163 5886-467

[sandra.schmidt@ip-deutschland.de](mailto:sandra.schmidt@ip-deutschland.de)

