



Almighurt von Ehrmann: Werbeauftritt im AWZ-Video auf RTL NOW

Juli 2007



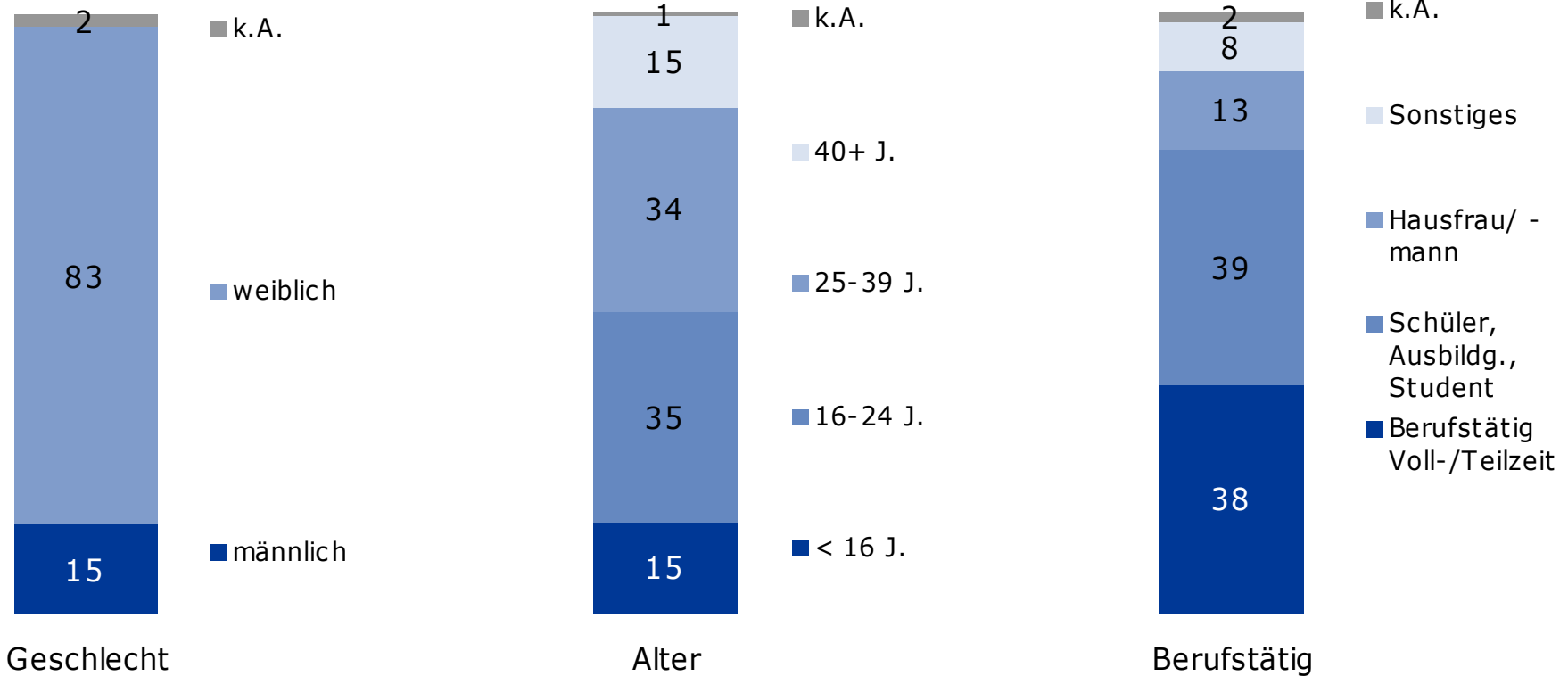
Methodik

- Thema: Werbewirkung der Almighurt/Ehrmann Spots im AWZ-Video
- Grundgesamtheit: Besucher des AWZ-Bereichs auf www.RTLNOW.de
- Onsite-Befragung mit 1.259 Teilnehmern
- Surfer im AWZ-Bereich auf RTLnow.de erhalten zufallsgesteuert ein Einladungs-Popup zur Befragung, darin Link zum Online-Fragebogen
- Feldzeit 06.–21. Juni 2007
- Konzeption, Durchführung und Aufbereitung durch Werbestolz, Köln im Auftrag von IP Deutschland, Köln



Nutzer eher weiblich, breites Altersspektrum

Demographie der Befragten, Werte in Prozent

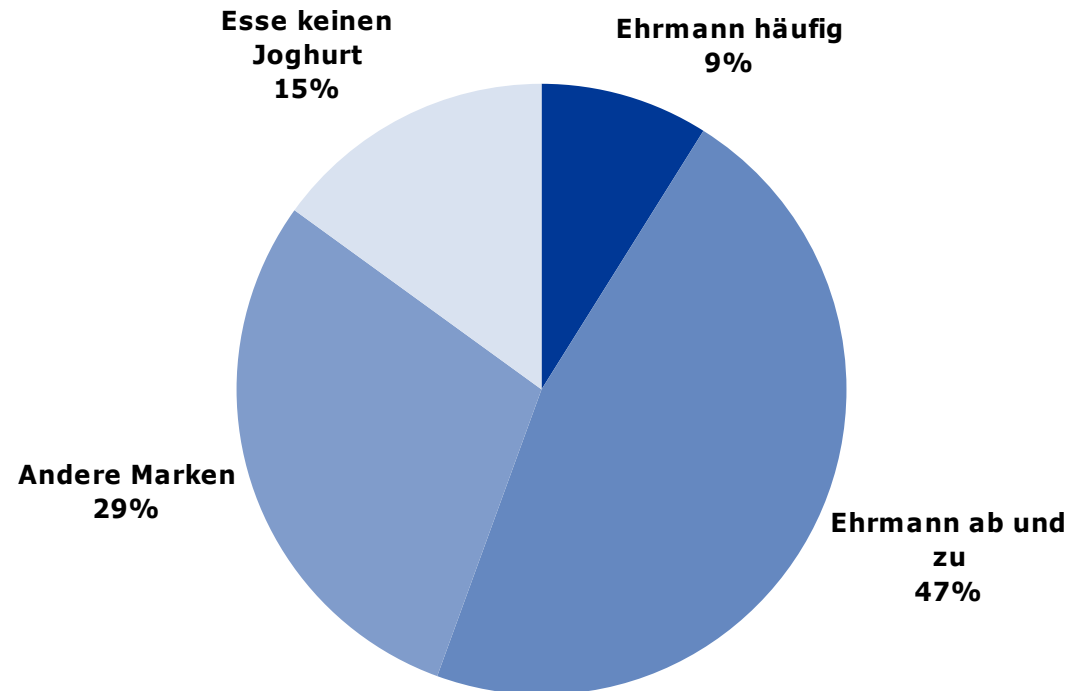


Basis: alle Befragte (n=1.259)



Mehr als die Hälfte genießt Ehrmann-Joghurt

Markenverwendung und Joghurt-Konsum (%)



Basis: alle Befragte (n=1.259)





Nutzung eines AWZ-Videos



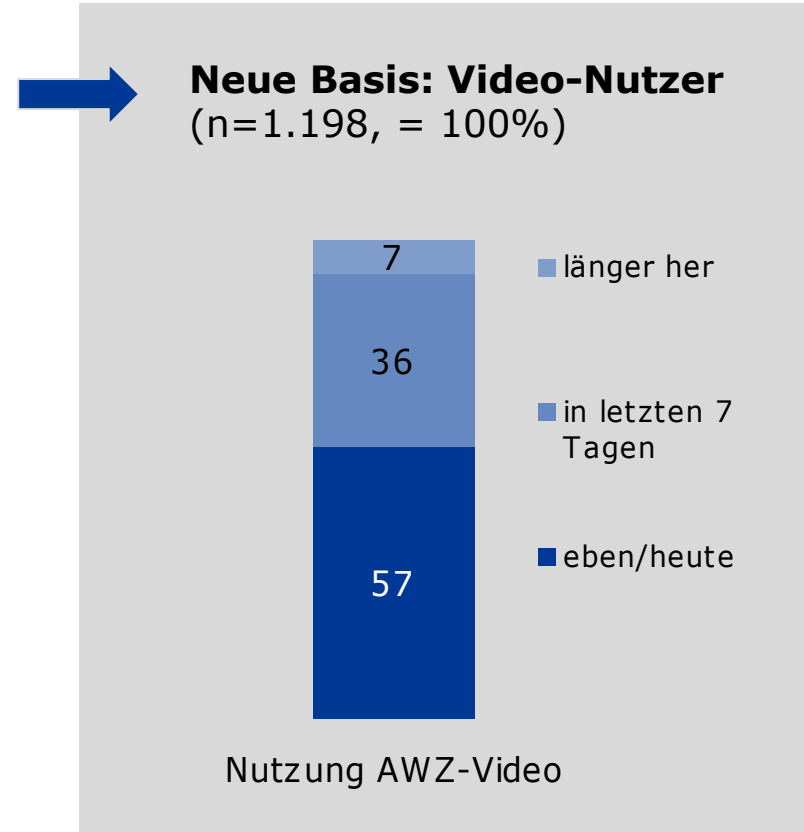
AWZ-Video ist überwiegend in frischer Erinnerung

Wann wurde zuletzt ein AWZ-Video angesehen? (%)



ich habe hier noch nie ein Video angeschaut 5%

Aus der weiteren Analyse ausgeschlossen (überwiegend erstmalige Besucher)



Basis: alle Befragte n=1.259 / Videobetrachter n=1.198



Begeistert alles gesehen, Werbung wird akzeptiert

Sehmenge des Videos, Bewertung und Haltung zu Werbung, Werte in Prozent



Wie viel gesehen?



Gefallen der Folge



Haltung zu Werbung

Basis: Videobetrachter (n=1.198)



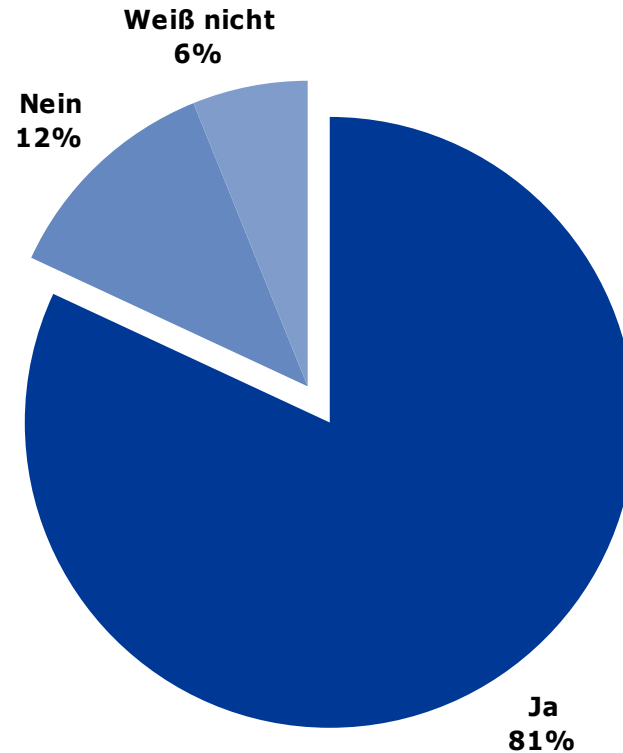


Wahrnehmung und Bewertung: Almighurt Sommerhits



81% haben Werbung im Video bemerkt

Werbung in Video aufgefallen? (%)

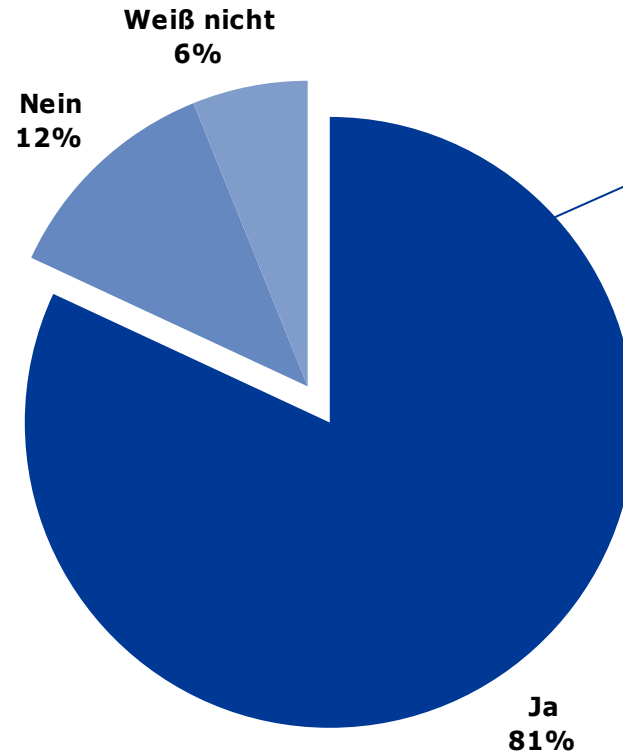


Basis: Videobetrachter (n=1.198)



Fast alle erinnern sich an die „richtige“ Werbung

Werbung in Video aufgefallen? (%)



Werbung JA = 100%

Ungestützte Nennung von Hersteller/Produkt:

- „Ehrmann“ 74%
- „Almighurt“ 18%

netto: 77%

Basis: Videobetrachter (n=1.198)



Höhere Werbeerinnerung bei „Werbung aufgefallen“

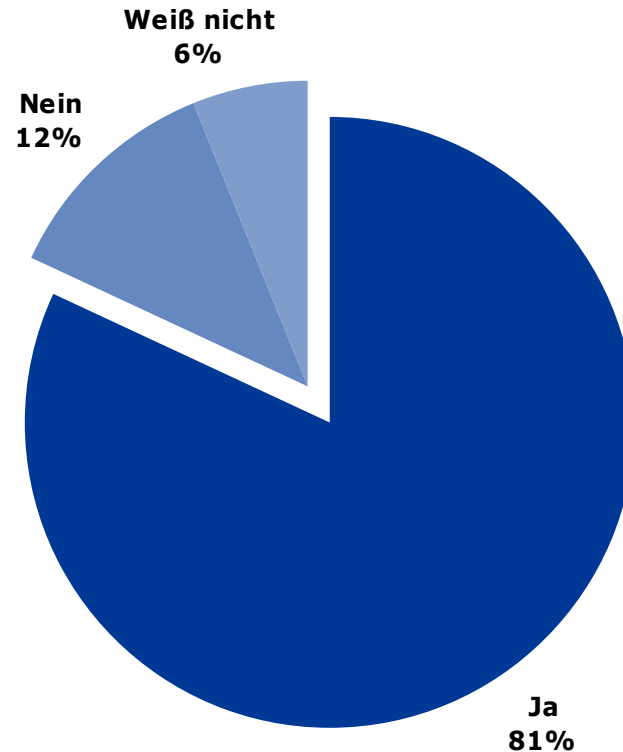
Werbung in Video aufgefallen? (%)

**Werbung NEIN/
Weiß nicht = 100%**

Spotvorführung/
Screenshots

**Wiedererkennung
des Spots**

Ja: 67%



Werbung JA = 100%

**Ungestützte
Nennung von
Hersteller/Produkt:**

„Ehrmann“

74%

„Almighurt“

18%

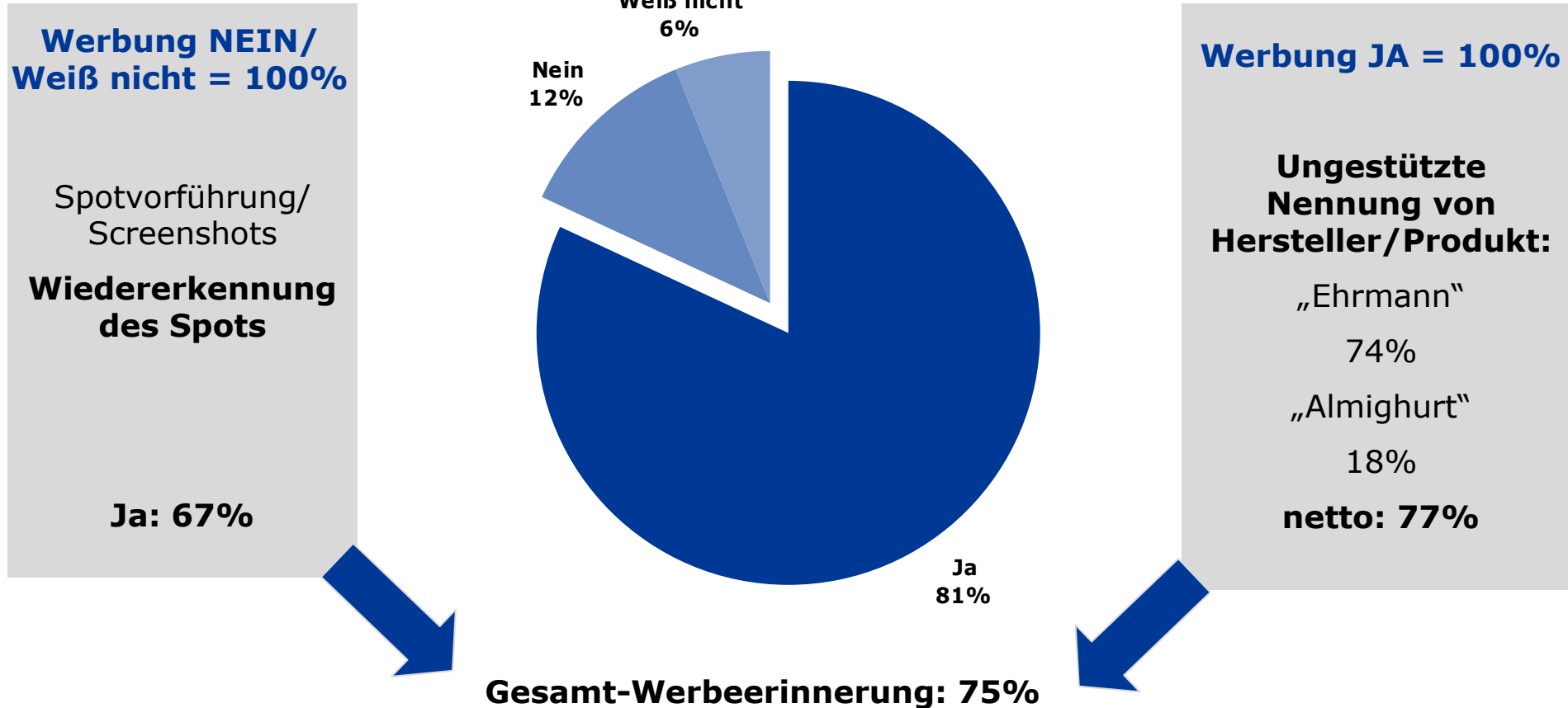
netto: 77%

Basis: Videobetrachter (n=1.198)



Drei von Vier Befragten erinnern sich an die Werbung

Werbung in Video aufgefallen? (%)



Basis: Videobetrachter (n=1.198)



Die Werbung von Ehrmann kommt bestens an

Zustimmung zu Aussagen, Top2 in % (4er Skala)



Basis: Videobetrachter mit Werbewahrnehmung (n=899); Spotvorführung erfolgte auch für Befragte mit „Werbung aufgefallen“, um gleiche Voraussetzungen für Bewertung zu schaffen



Hohe Bekanntheit aus TV, Spot im Video auffälliger

Zustimmung zu Aussagen, „Ja“ in %



Den Spot habe ich auch schon im Fernsehen gesehen



75

In dem Video fällt mir die Werbung stärker auf als im Fernsehen



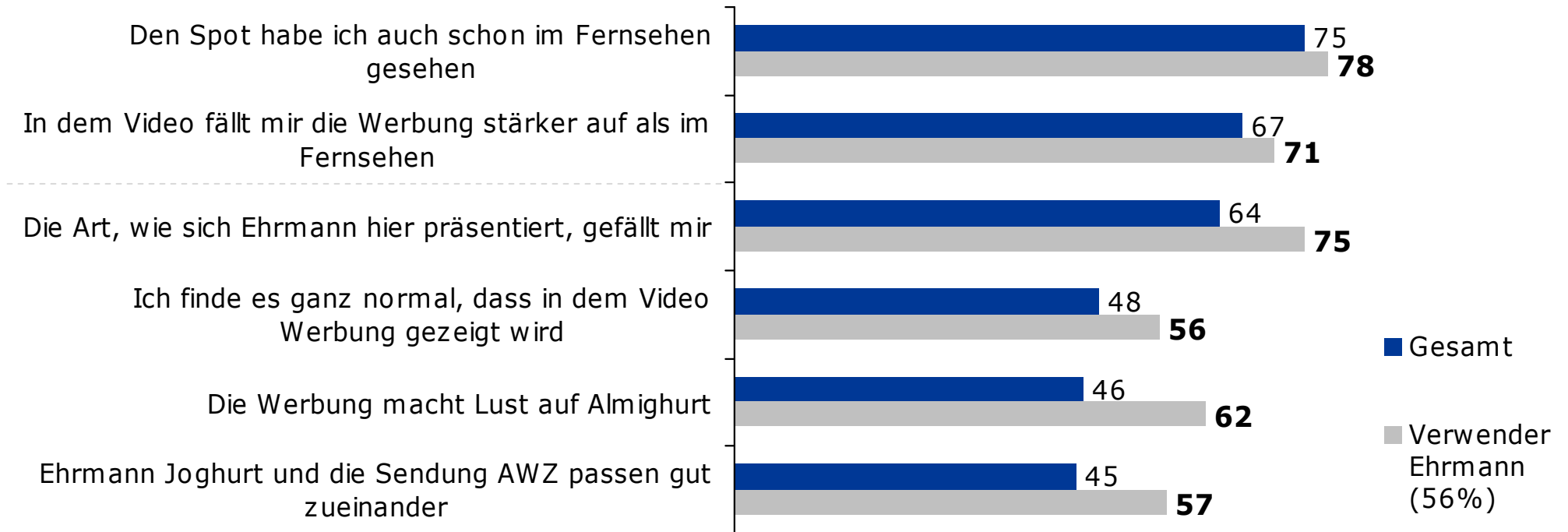
67

Basis: Videobetrachter mit Werbewahrnehmung (n=899); Spotvorführung erfolgte auch für Befragte mit „Werbung aufgefallen“, um gleiche Voraussetzungen für Bewertung zu schaffen



Ehrmann-Verwender mit Top-Bewertung

„Ja“ für Aussage 1 und 2 / Top2 auf 4er Skala für restliche Aussagen



Basis: Videobetrachter mit Werbewahrnehmung (n=899)





Fazit



Pionier Ehrmann erntet hohe Werbewirkung

- Die Nutzer von AWZ auf RTL NOW sind eher weiblich und verteilen sich über ein breites Altersspektrum. Sie sind Fans der Serie und nutzen das Video-on-Demand Angebot im Internet vor allem, um im TV verpasste Folgen nachzuholen
- Mehr als die Hälfte hat am Befragungstag ein AWZ-Video angesehen, fast alle sahen innerhalb der 7 Tage vor dem Befragungszeitpunkt ein AWZ-Video. Es wurde von 88% komplett gesehen, 96% hat es sehr gut oder gut gefallen
- Drei von vier Befragten erinnern sich an die Ehrmann-Werbung; im Video wird die Werbung zudem als aufmerksamkeitsstärker empfunden als im TV
- Der Werbeauftritt wird sehr positiv bewertet, insbesondere bei Ehrmann-Verwendern kommt er hervorragend an
- An den „Sommer-Hits“ bekundet nur ein knappes Drittel der Befragten *kein* Interesse. Von den Ehrmann-Verwendern dagegen haben bereits 42% die „Sommer-Hits“ probiert, weitere 48% wollen dies noch tun
- Mit dem ersten Werbeauftritt in einem Video des VoD-Portals RTL NOW erzielt Ehrmann mit hoher Werbewirkung und -akzeptanz einen echten Volltreffer!





Bei Rückfragen

Ihre Ansprechpartnerin: Sandra Schmidt
Senior Projektleiterin Werbeforschung
IP Deutschland GmbH
Aachener Straße 1042 a
50858 Köln
www.ip-deutschland.de

Telefon: 0221 5886-467
Telefax: 0221 5886-469
Mobil: 0163 5886-467

sandra.schmidt@ip-deutschland.de

