



Erste mobile Pre-Roll Kampagne im RTL Mobilportal

August 2009



Universal Pictures: Mobile Bewegtbild-Kampagne



Methodik

- Thema: Werbewirkung der mobilen Bewegtbild-Kampagne zum Film „Inglourious Basterds“ (Universal Pictures International) auf dem RTL Mobilportal
- Grundgesamtheit: Besucher des Mobilportals von RTL
- Stichprobe RTL Mobilportal: n=417
- Befragungstechnik: Integration des Umfrage-Aufrufs in das Mobilportal, Nutzung der Mobile Extension Software von Globalpark zur direkten Befragung via Handy
- Feldzeit: KW 33-35/2009



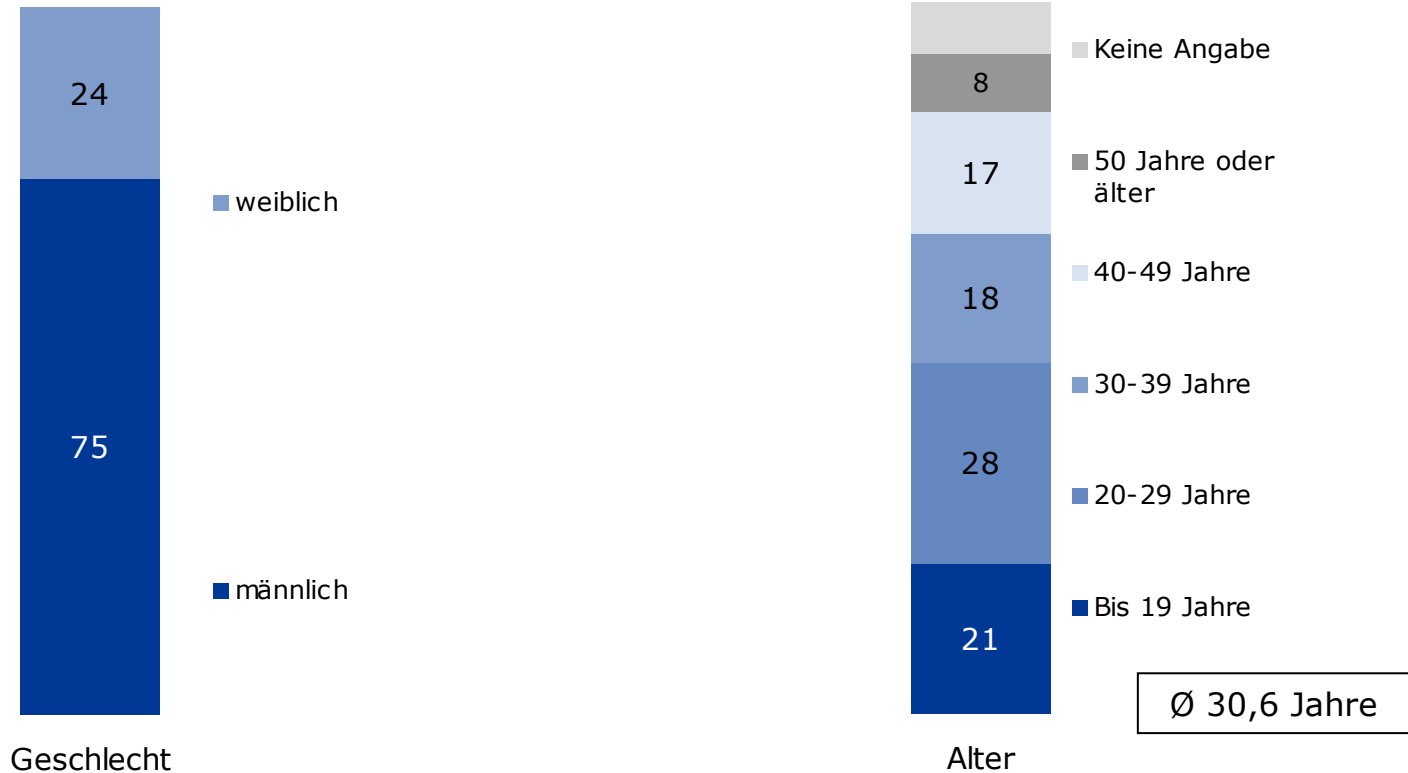


Struktur der Nutzer im RTL Mobilportal



Männliches Publikum im RTL Mobilportal

Demographisches Profil, Angaben in %

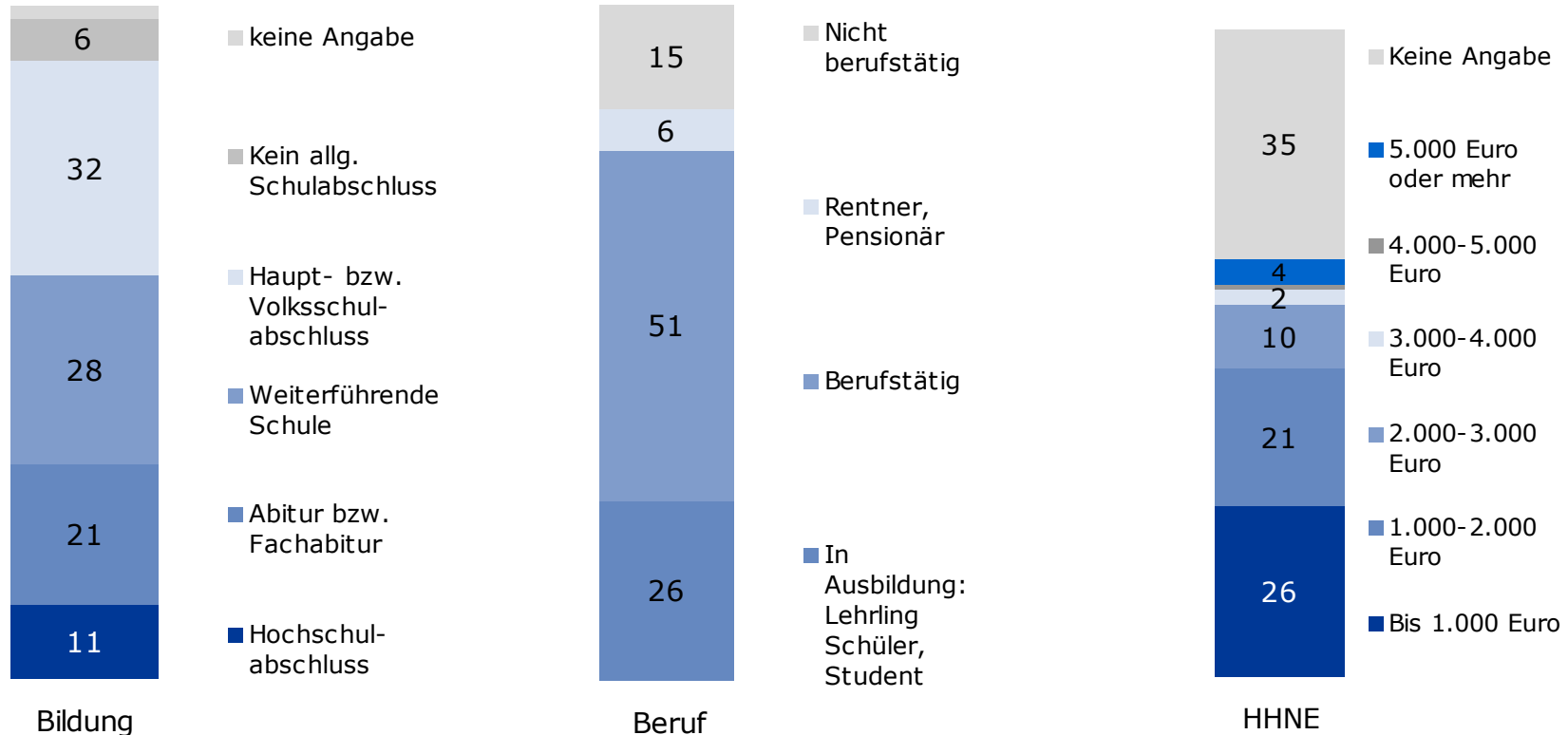


Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=417
Frage: „Sind Sie...? (Geschlecht); Wie alt sind Sie?“



RTL Mobilportal spricht breites Publikum an

Demographisches Profil, Angaben in %

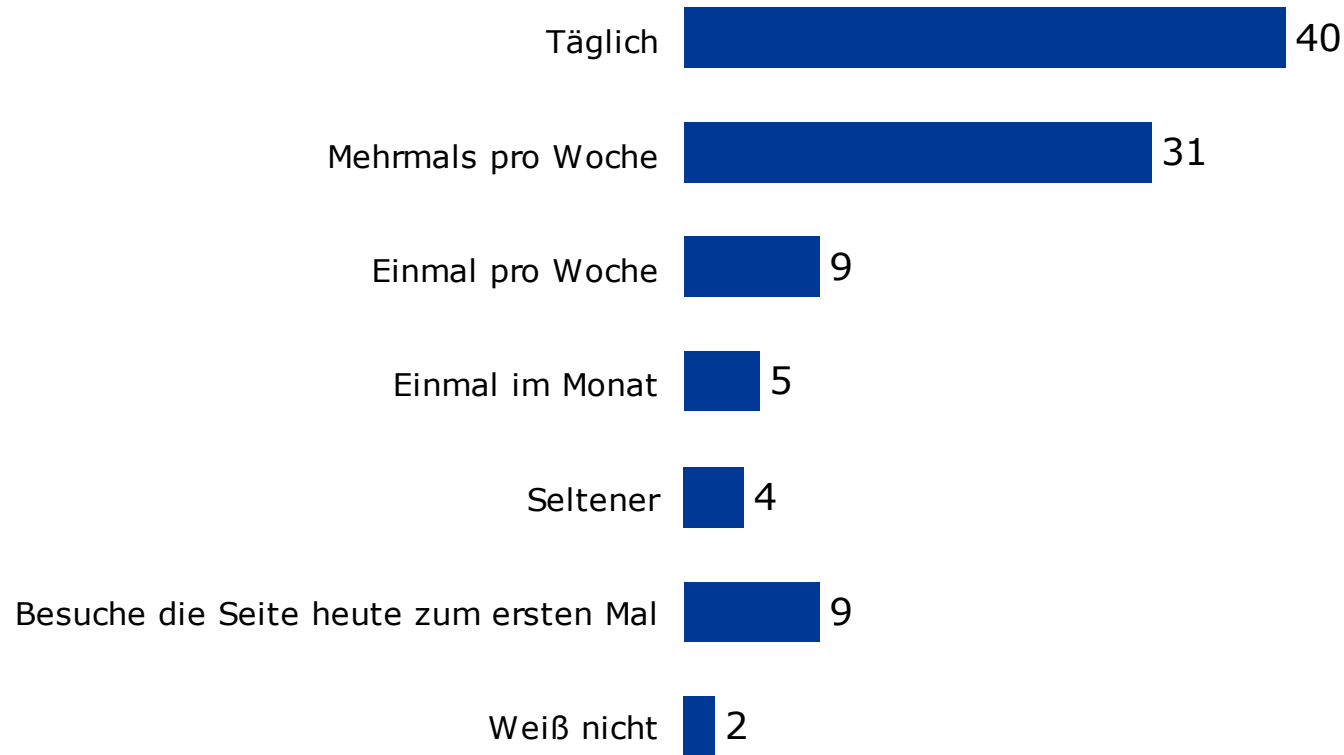


Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=417
 Fragen: „Welchen Schulabschluss haben Sie?“ / „Sind Sie berufstätig?“ / „Über welches monatliche Haushaltsnetto-Einkommen verfügen Sie?“



Treue Fangemeinde im RTL Mobilportal

Nutzungshäufigkeit RTL Mobilportal, Angaben in %

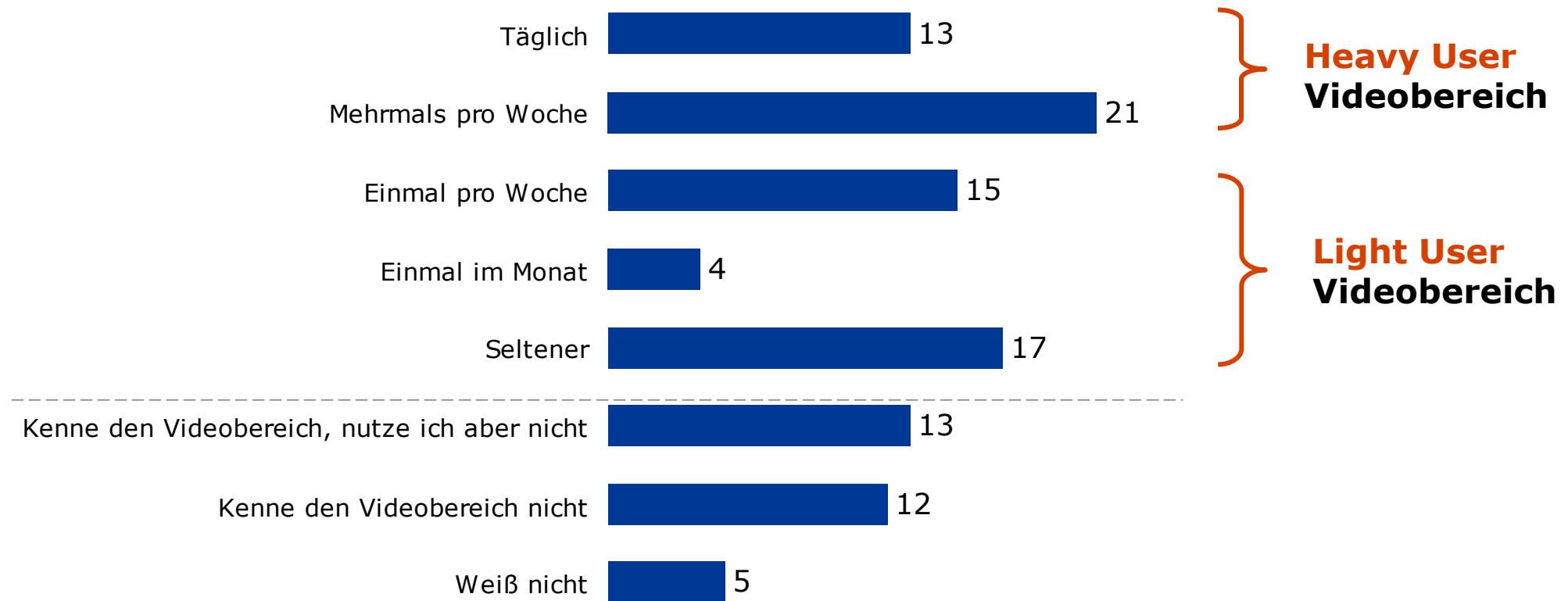


Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=417
Frage: „Wie oft besuchen Sie das Mobilportal von RTL im Durchschnitt?“



Videobereich gut akzeptiert

Nutzungshäufigkeit Videobereich des RTL Mobilportals, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=417, Heavy User n=145, Light User n= 151
 Frage: „Wie oft besuchen Sie den Videobereich des Mobilportals von RTL im Durchschnitt?“





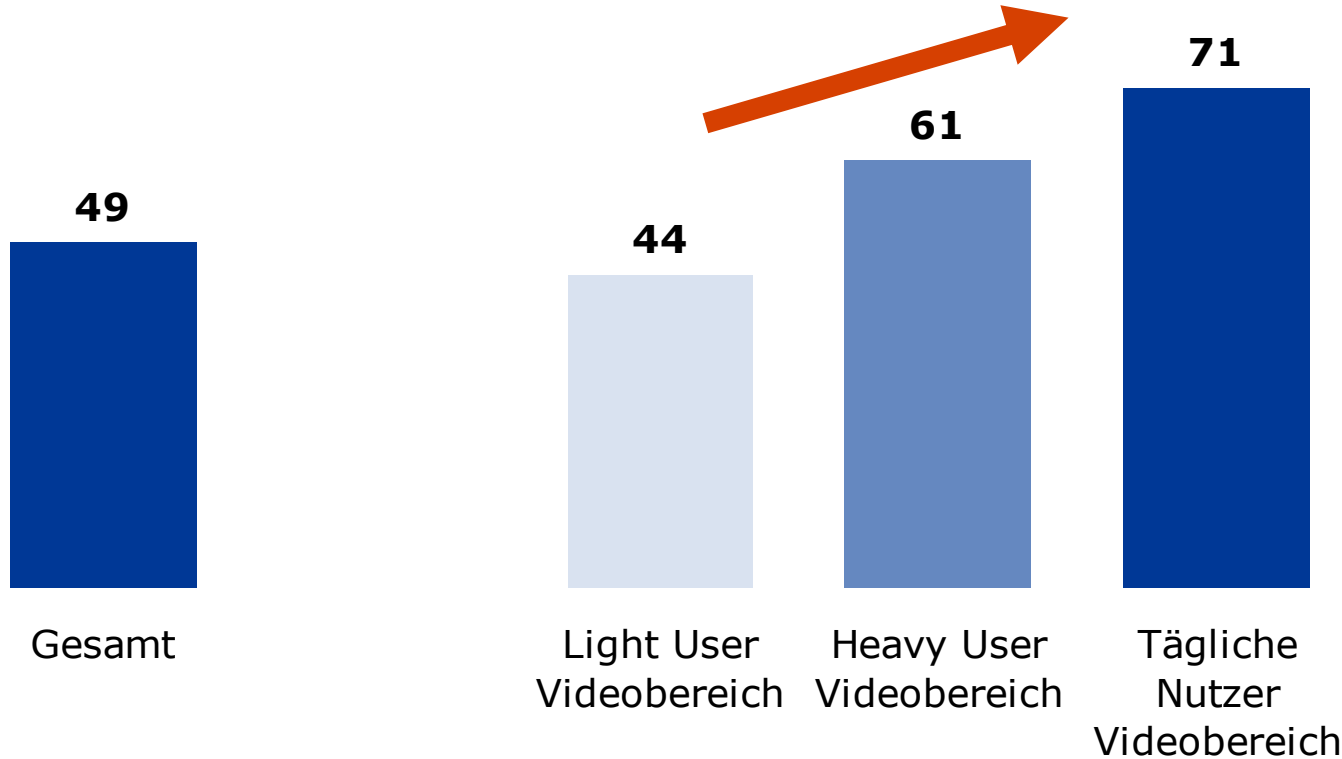
Werbewirkung

Wirkung und Beurteilung der Werbung zum Kinofilm „Inglourious Basterds“



Banner ist sehr aufmerksamkeitsstark

Recognition Werbebanner, Angaben in %

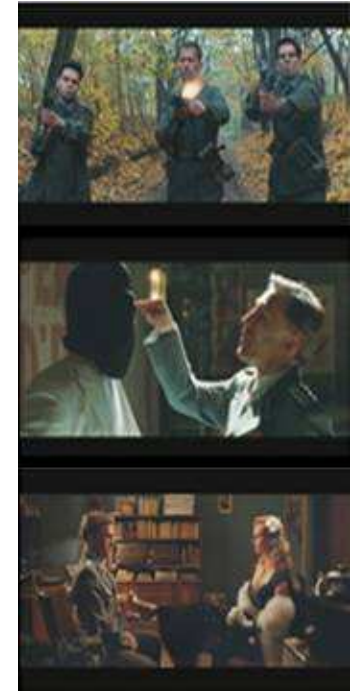
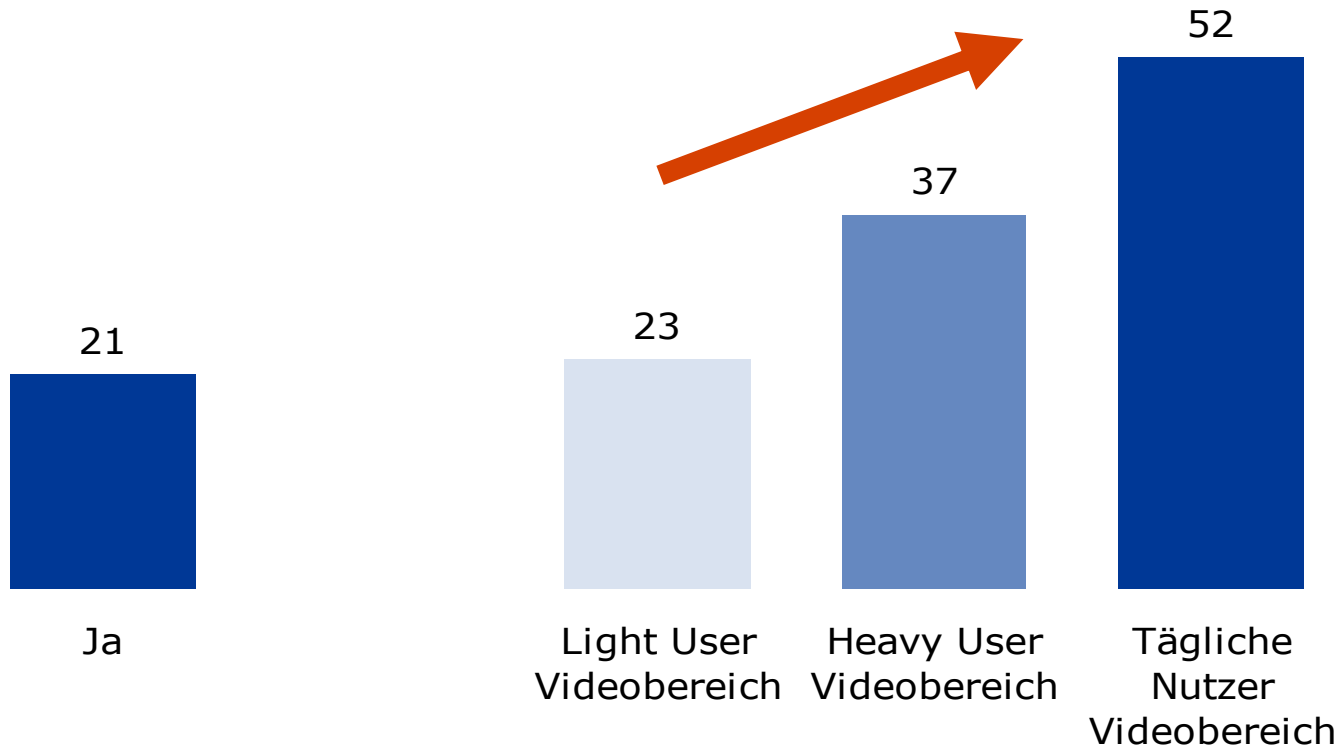


Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=417; Heavy User n=145, Light User n= 151, tägliche Nutzer n=56
Frage: „Ist Ihnen diese Werbung auf dem Mobilportal von RTL bereits aufgefallen?“



Auch mobil gilt: Mehr Kontakte = mehr Wirkung

Recognition Pre-Roll, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=417; Heavy User n=145, Light User n= 151, tägliche Nutzer n=56
 Frage: „Im Videobereich im RTL Mobilportal läuft derzeit vor Beginn einiger Videos ein Werbespot zum Film ‚Inglourious Basterds‘. Hier zeigen wir Ihnen einige Ausschnitte aus dem Werbespot. Haben Sie diesen Werbespot im Videobereich im RTL Mobilportal gesehen?“



Der Pre-Roll weckt starkes Interesse am Film

Bewertung Spot, Zustimmung Top-2-Box, Angaben in %

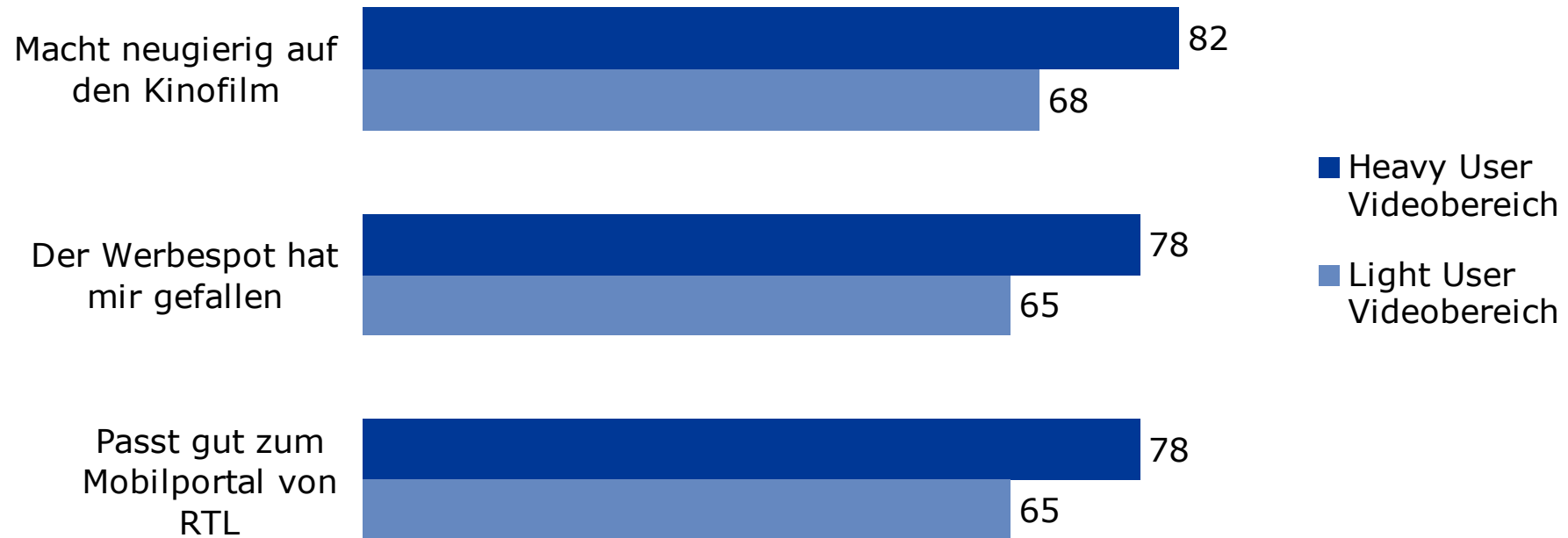


Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=88 Personen, denen der Spot aufgefallen war
 Frage: „Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbespot ‚Inglourious Basterds‘ zu?
 Antworten Sie bitte Anhand der Skala von 1 = ‚trifft voll und ganz zu‘ bis 4 = ‚trifft überhaupt nicht zu.‘“



Je häufiger gesehen, umso besser bewertet

Bewertung Spot, Zustimmung Top-2-Box, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Spot bekannt gesamt n= 88, Heavy User n=49; Light User n=34
 Frage: „Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbespot ‚Inglourious Basterds‘ zu?
 Antworten Sie bitte Anhand der Skala von 1 = ‚trifft voll und ganz zu‘ bis 4 = ‚trifft überhaupt nicht zu.‘“



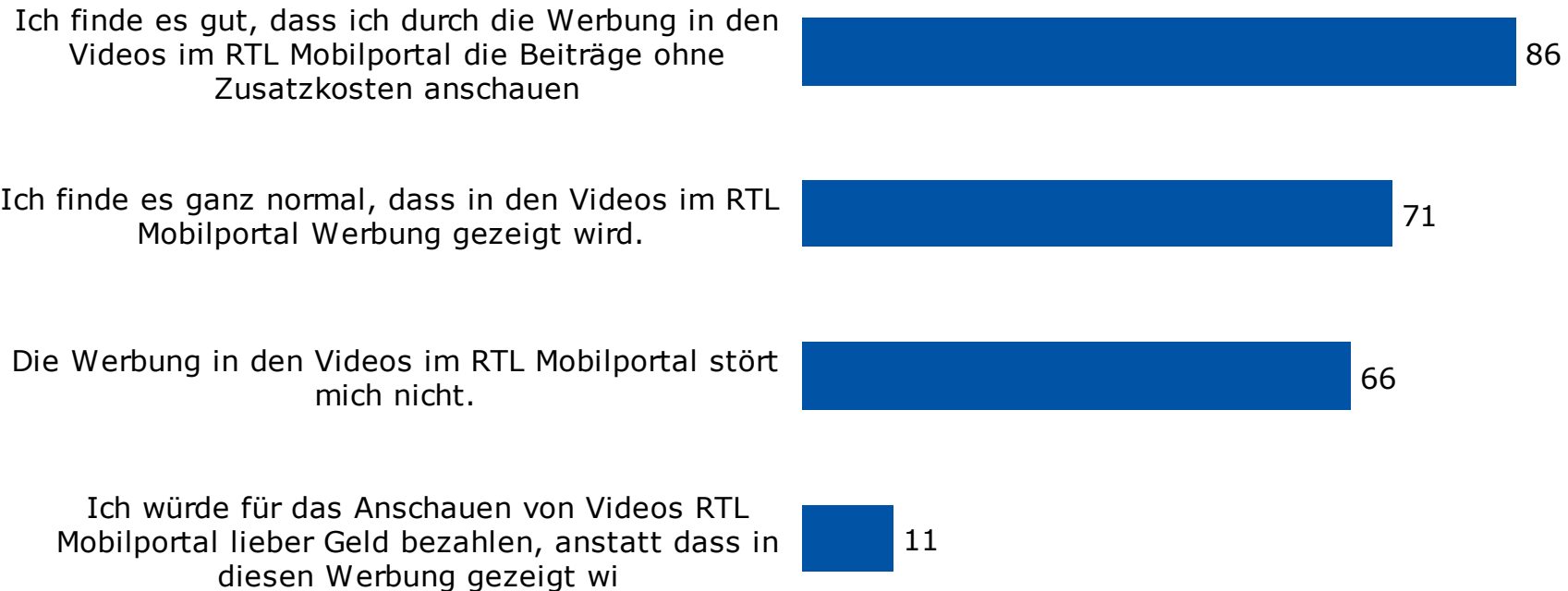


Werbeakzeptanz im RTL Mobilportal



Werbung im RTL Mobilportal ist hoch akzeptiert!

Werbeakzeptanz RTL Mobilportal, Zustimmung Top-2-Box, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung Inglourious Basterds im RTL Mobilportal, Basis n=417

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



Fazit

- Die Kampagne zum Kinofilm „Inglourious Basterds“ erreicht auf dem RTL Mobilportal ein interessiertes, überwiegend männliches Publikum.
- Das RTL Mobilportal weist eine treue Fangemeinde auf. 71% der User besuchen das Portal mehrmals pro Woche.
- Die Kampagne zum Kinofilm „Inglourious Basterds“ ist den Usern gut in Erinnerung geblieben.
- Wer das Videoportal mehrmals pro Woche nutzt (Heavy User), erinnerte sich deutlich besser an die Werbung zum Kinofilm. Vor allem aber die täglichen Besucher des Portals glänzten mit besonders guter Aufmerksamkeit rund um die Kampagne. Hier bestätigt sich: Mehr Kontakte = mehr Wirkung.
- Werbung auf dem RTL Mobilportal ist hoch akzeptiert.





Für 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
Sandra.Schmidt@ip-deutschland.de

