



# Kampagnenbegleitforschung Preroll von Lexus auf n-tv.de

Oktober 2007




# Methodik der zugrundeliegenden Studie

- Thema: Werbewirkung der Bewegtbildwerbung von Lexus auf n-tv.de
- Grundgesamtheit: Besucher der Webseite n-tv.de
- Stichprobe: 334 Befragte
- Befragungstechnik: Die Besucher der jeweiligen Webseite erhalten zufallsgesteuert ein Einladungs-Pop-Up zur Befragung, darin Link zum Online-Fragebogen
- Feldzeit: KW 40/2007



# Kampagne im Überblick

Werbender	
Branche	Automobilhersteller
Plattform	<b>n-tv.de</b>
Kampagnenzeitraum	3 Wochen
Werbemittel	Preroll und Banner
Spotlänge	11 Sekunden



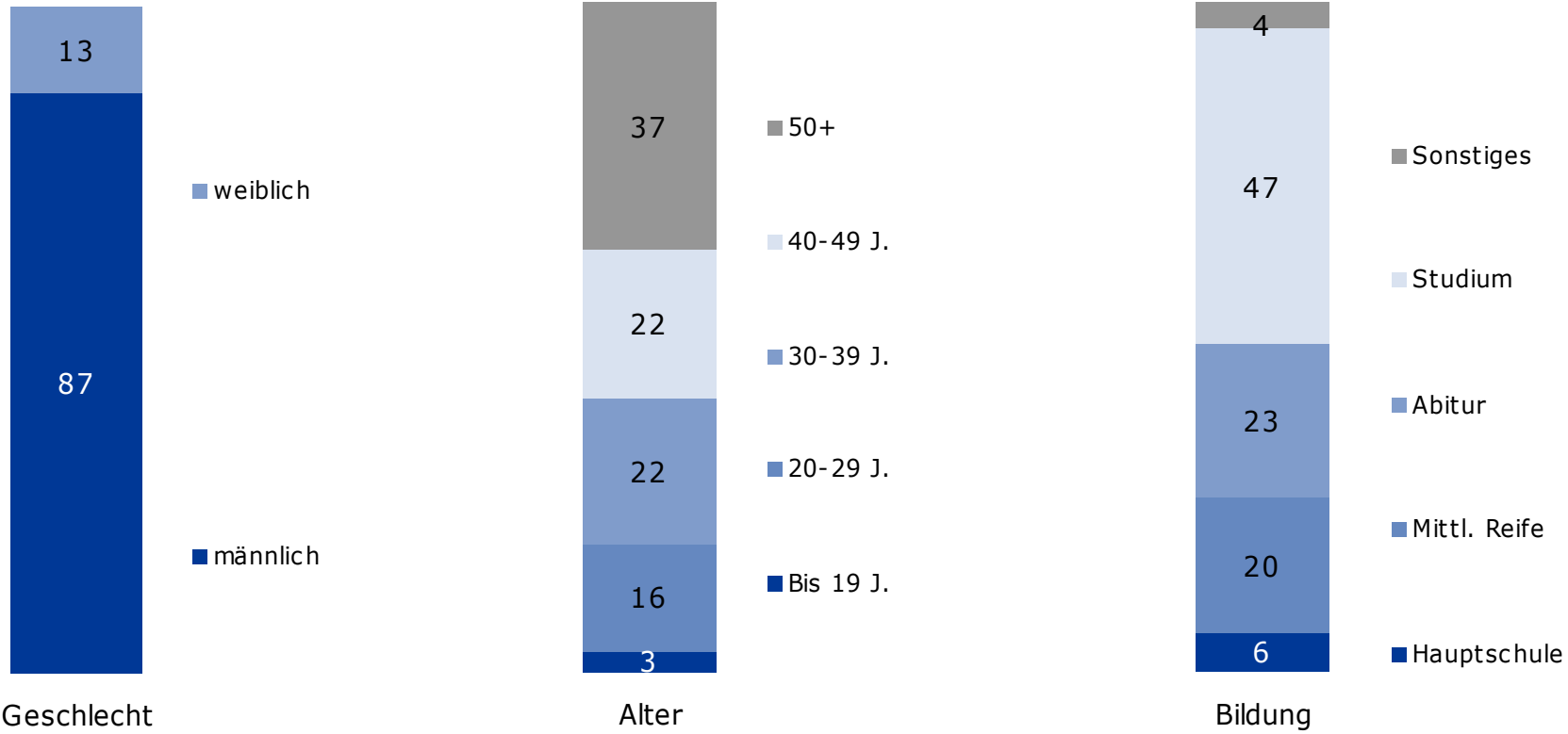


## Demographisches Profil



# Männliches gebildetes Publikum auf n-tv.de

Demographisches Profil, Angaben in %

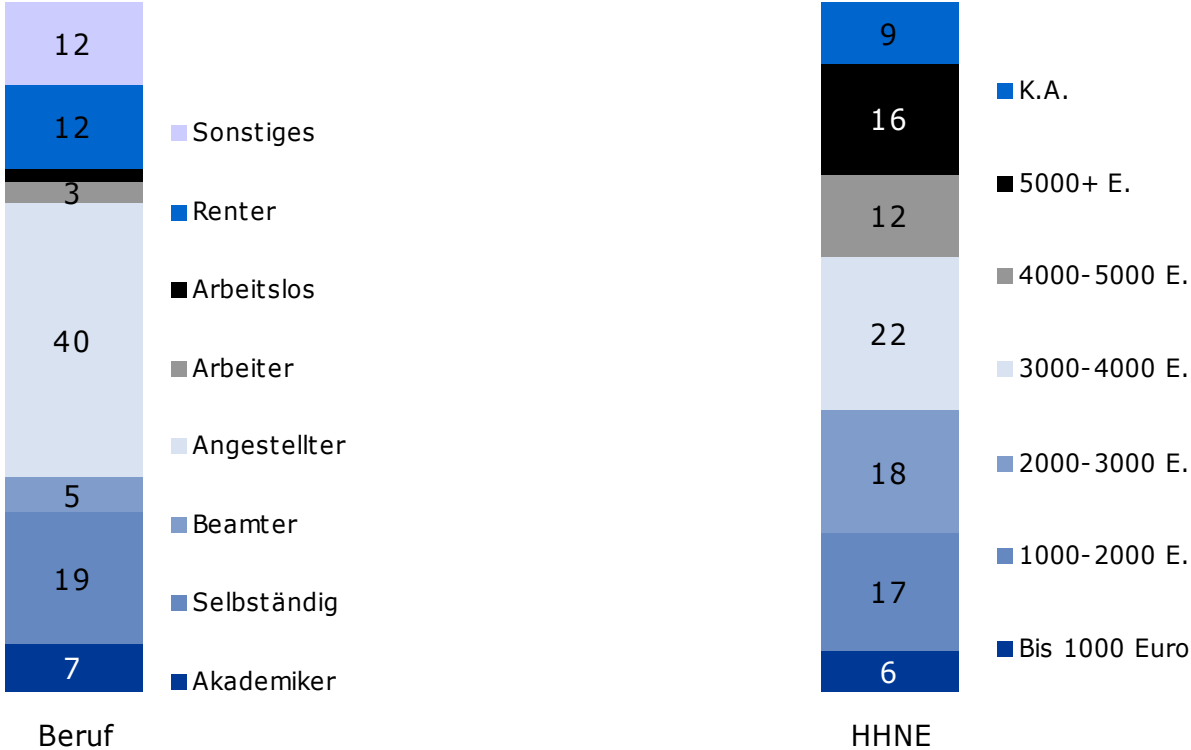


Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de, Basis n=334  
Frage: Sind Sie...? (Geschlecht); Wie alt sind Sie?; Welches ist Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?



# Gut Verdienende surfen auf n-tv.de

Demographisches Profil, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de, Basis n=334  
 Frage: Sind Sie....? (Beruf); Zu welcher der folgenden Einkommensgruppen gehört Ihr Haushalt? (gemeint ist das Haushaltsnettoeinkommen)



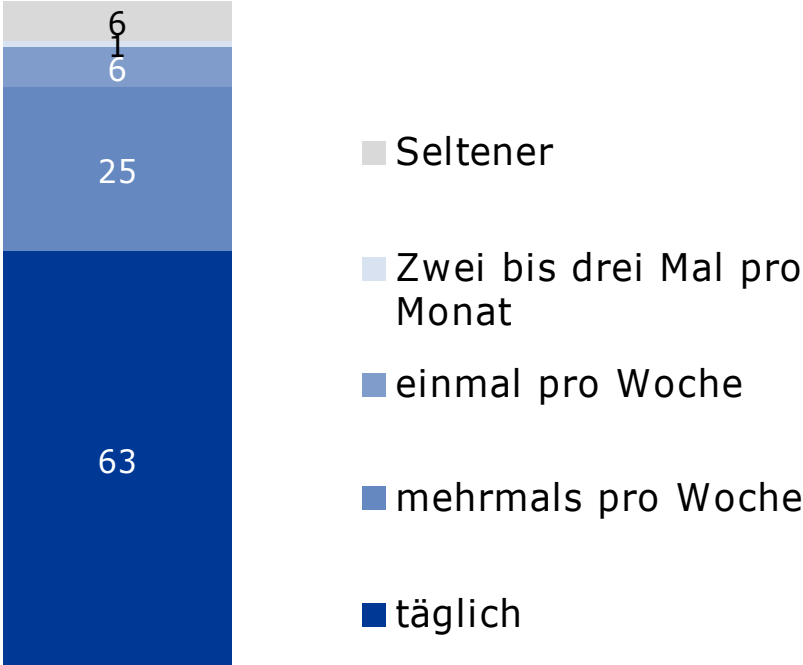


# Nutzung n-tv.de und Bewegtbildbereich



# n-tv.de als tägliches Pflichtprogramm

Nutzungshäufigkeit von n-tv.de, Angaben in %



Über 90% der Befragten nutzen mind. einmal pro Woche das Angebot von n-tv.de!

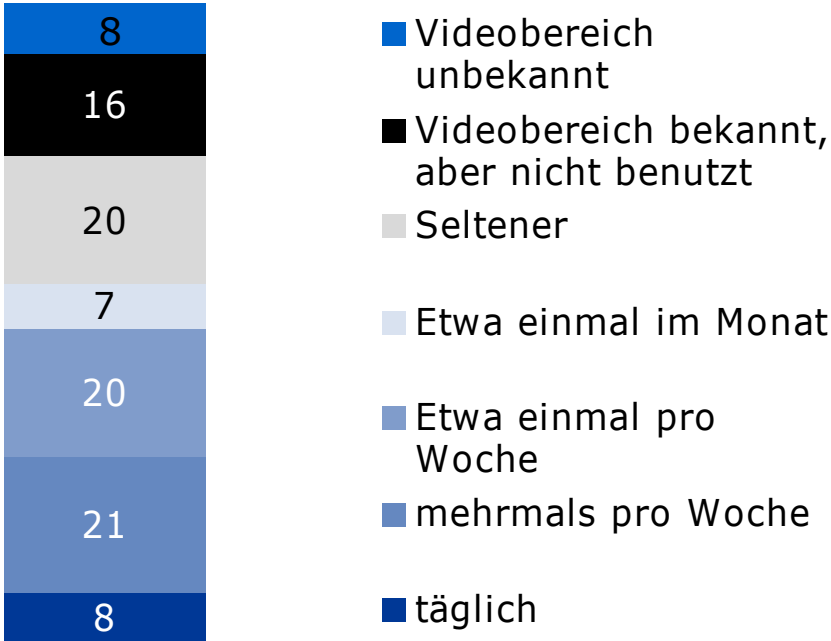
n-tv.de ist bei 63% der User im Relevant Set der täglich benutzten Websites!

Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis n=334  
Frage: Wie oft sind Sie im Durchschnitt auf dem Angebot n-tv.de?



# Bewegtbildbereich gern genutzt

Nutzungshäufigkeit des Videobereiches, Angaben in %



Knapp 50% der Befragten nutzen mind. einmal pro Woche das Video-Angebot von n-tv.de!

Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis n=334  
 Frage: Auf der Webseite n-tv.de gibt es den Bereich „Videos“, unter dem Sie sich aktuelle Nachrichten und kurze Beiträge anschauen können. Wie häufig schauen Sie sich aktuelle Beiträge und Videos auf n-tv.de an?





# Werbewirkung

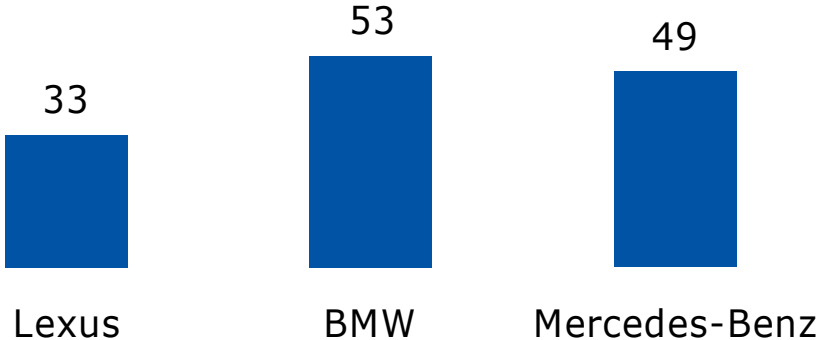
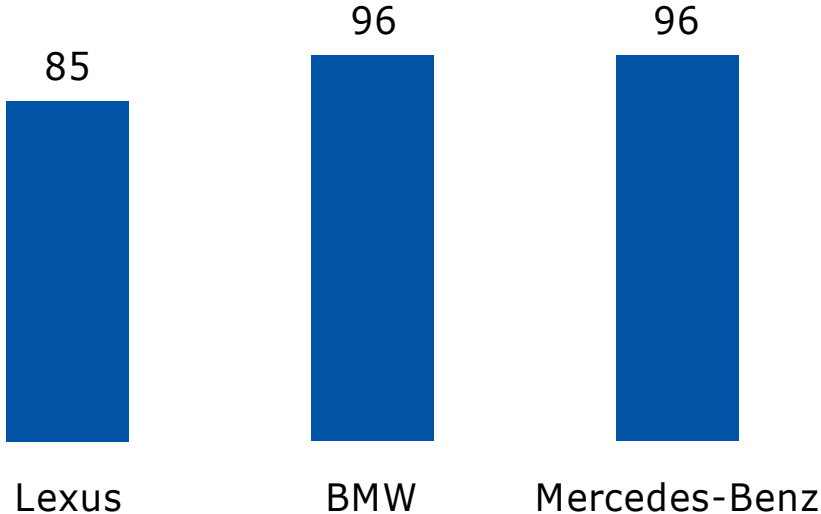


# Lexus trotz den starken Wettbewerbern

Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Angaben in %

## Markenbekanntheit

## Werbeerinnerung

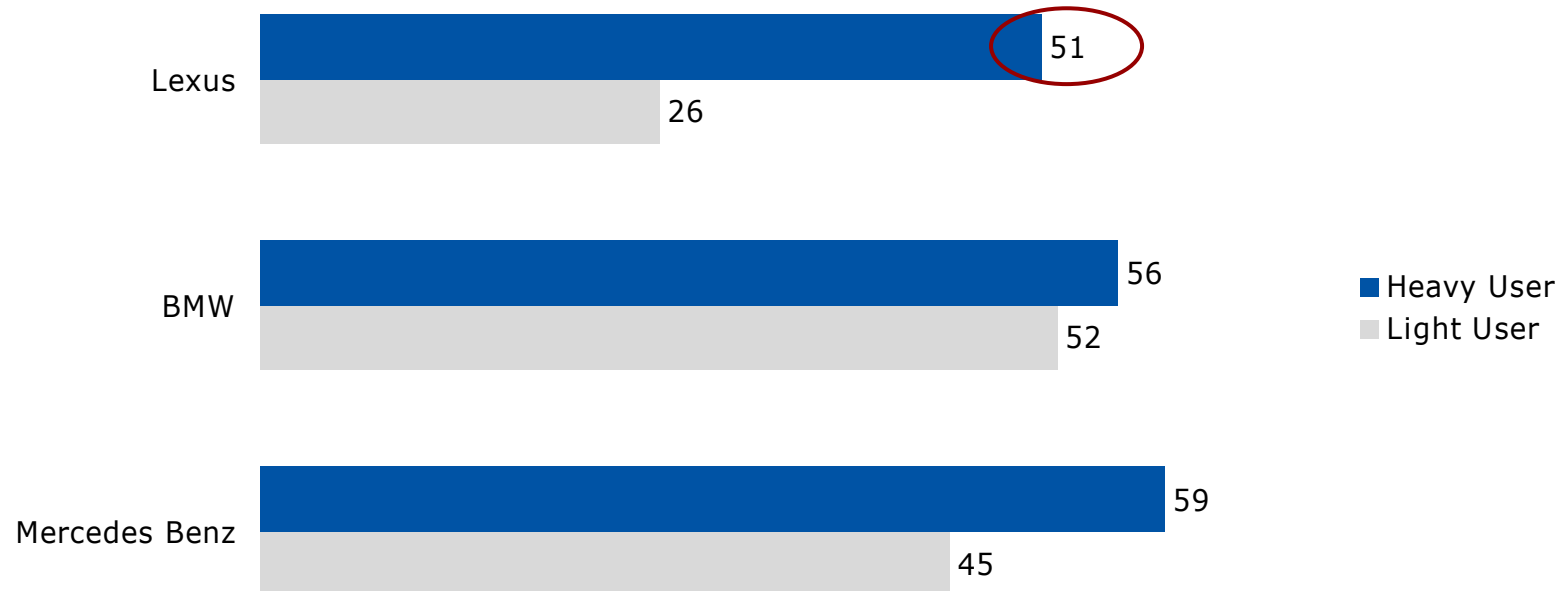


Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis n=334  
Frage zur Markenbekanntheit: Wir nennen Ihnen nun einige Unternehmen. Bitte sagen Sie uns, welche dieser Unternehmen Ihnen bekannt sind, wenn auch nur dem Namen nach. Für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Internet gesehen?



# Viele Kontakte = hohe Werbewirkung

Werbeerinnerung, Angaben in %

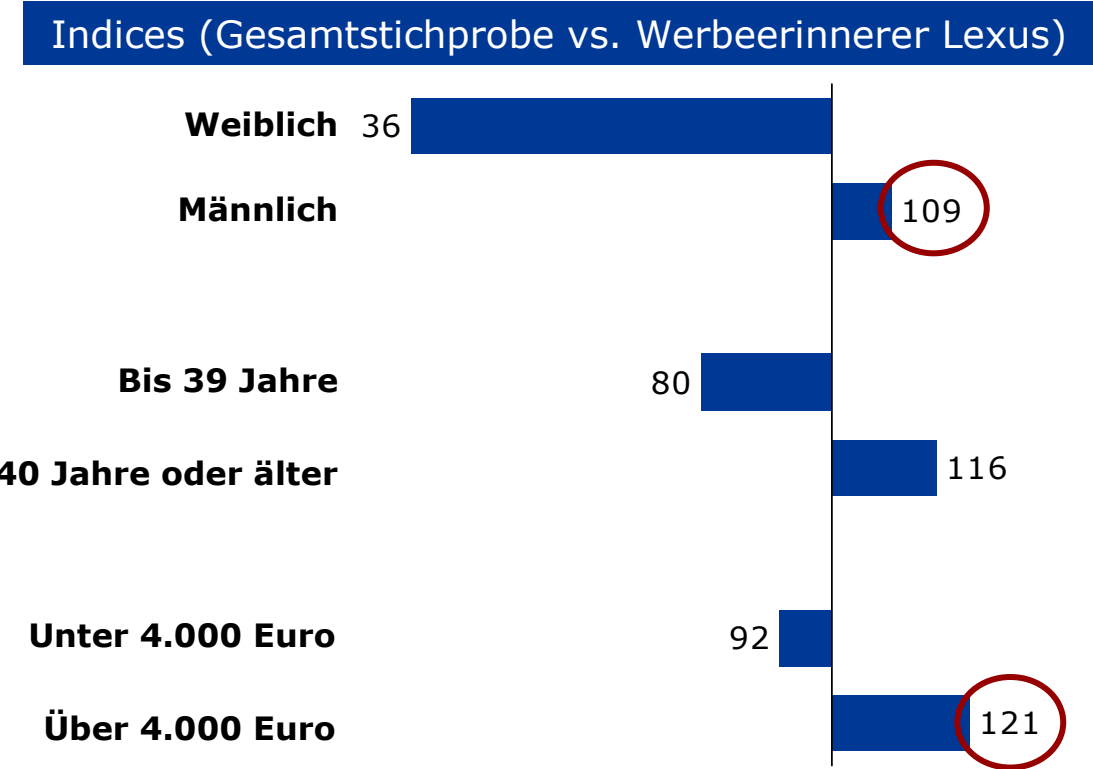


\*Heavy User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de täglich oder mehrmals pro Woche; Basis n=97; \*\*Light User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de mind. einmal pro Woche oder weniger bzw. überhaupt nicht, ausgenommen Nicht-nutzer des Videobereichs; Basis n=158  
Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis n=334  
Für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Internet gesehen?



# Männliche und gut verdienende Zielgruppe mit der Bewegtbildwerbung erreicht

Demographisches Profil, Angaben in %

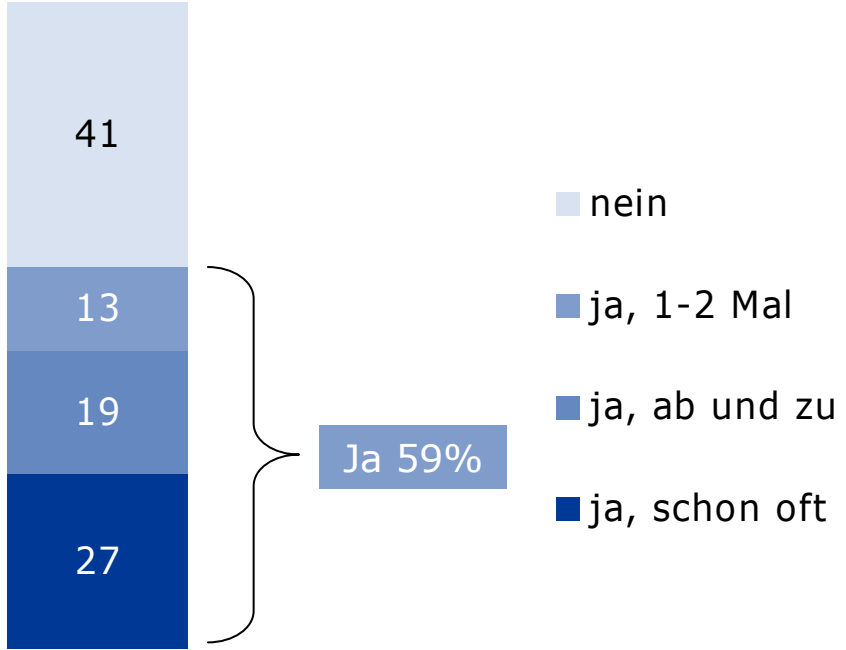


Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de, Basis n=334  
Frage: Wie alt sind Sie? Zu welcher der folgenden Einkommensgruppen gehört Ihr Haushalt? (gemeint ist das Haushaltsnettoeinkommen)



# Lexus-Spot sehr gut aufgefallen

Spotbekanntheit, Angaben in %



Knapp 60% der Videonutzer von n-tv.de kennen den Werbespot von Lexus!

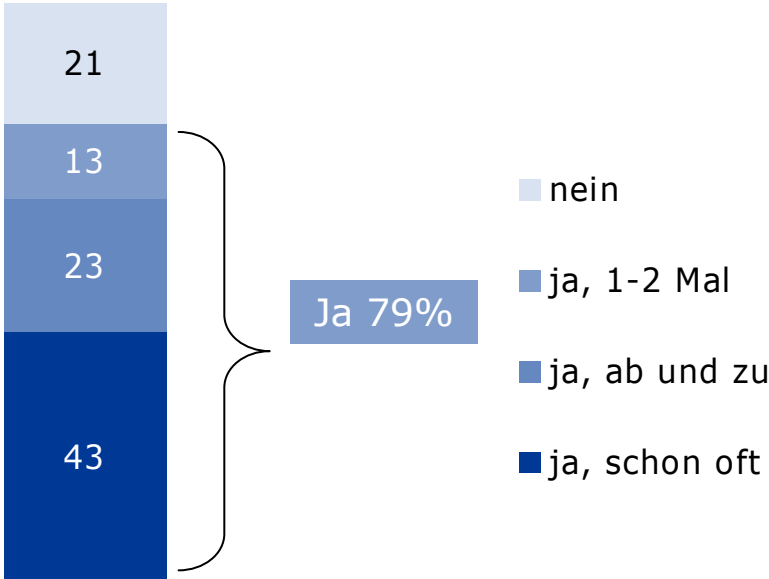
Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen n=255  
Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot. Haben Sie diesen Spot schon einmal im Internet auf n-tv.de gesehen?



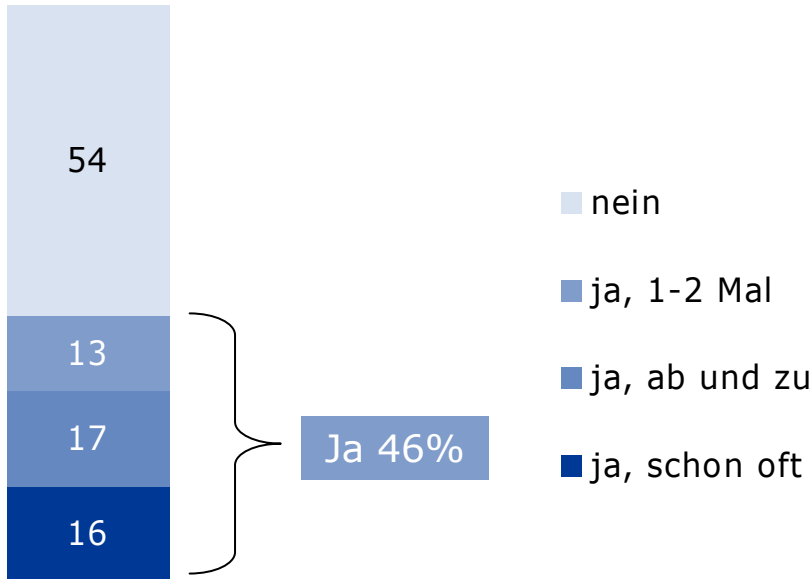
# Mit zunehmender Kontakthäufigkeit steigt Spotbekanntheit

Spotbekanntheit, Angaben in %

## Heavy User\*



## Light User\*\*

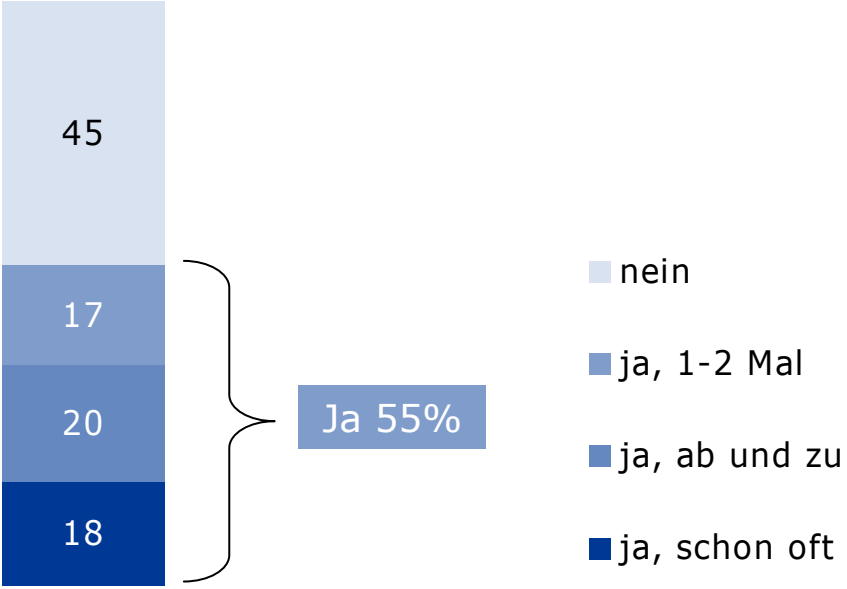


\*Heavy User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de täglich oder mehrmals pro Woche; Basis n=97; \*\*Light User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de mind. einmal pro Woche oder weniger, ausgenommen Nicht-nutzer des Videobereichs: Basis n=158  
 Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen n=255  
 Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot. Haben Sie diesen Spot schon einmal im Internet auf n-tv.de gesehen?



# Banner von Lexus gut aufgefallen

Bannerbekanntheit, Angaben in %



55% der Videonutzer von n-tv.de kennen den Werbebanner von Lexus!

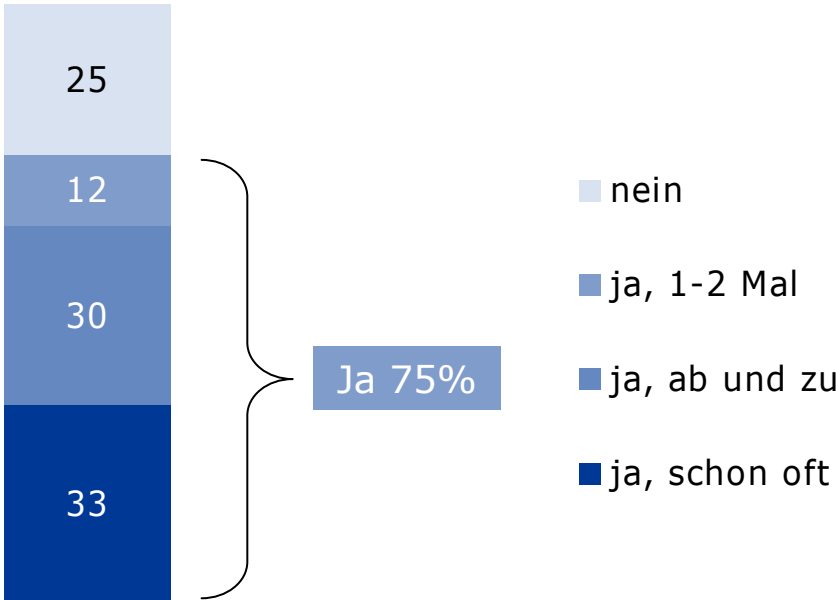
Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen n=255  
Frage: Haben Sie diesen Werbebanner im Internet auf n-tv.de wahrgenommen?



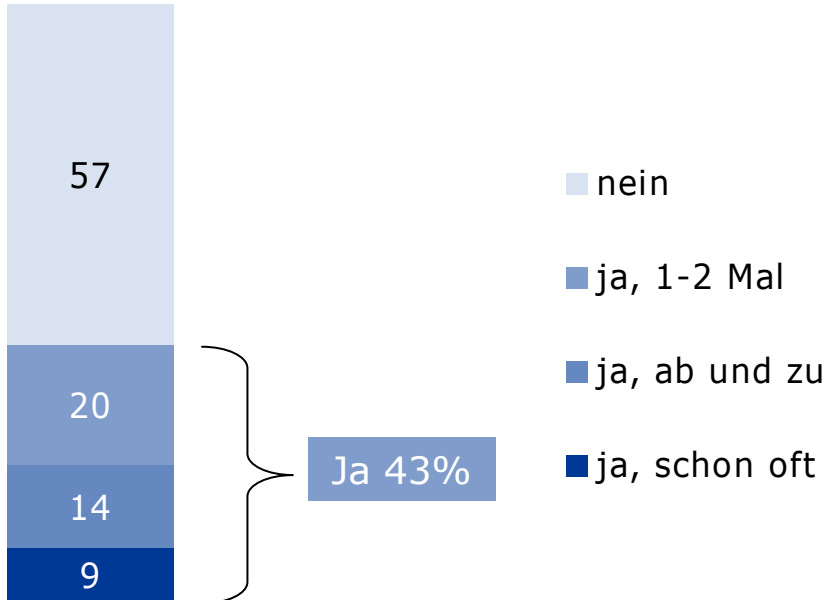
# Hohe Bannerbekanntheit bei Heavy Usern

Bannerbekanntheit, Angaben in %

## Heavy User\*



## Light User\*\*

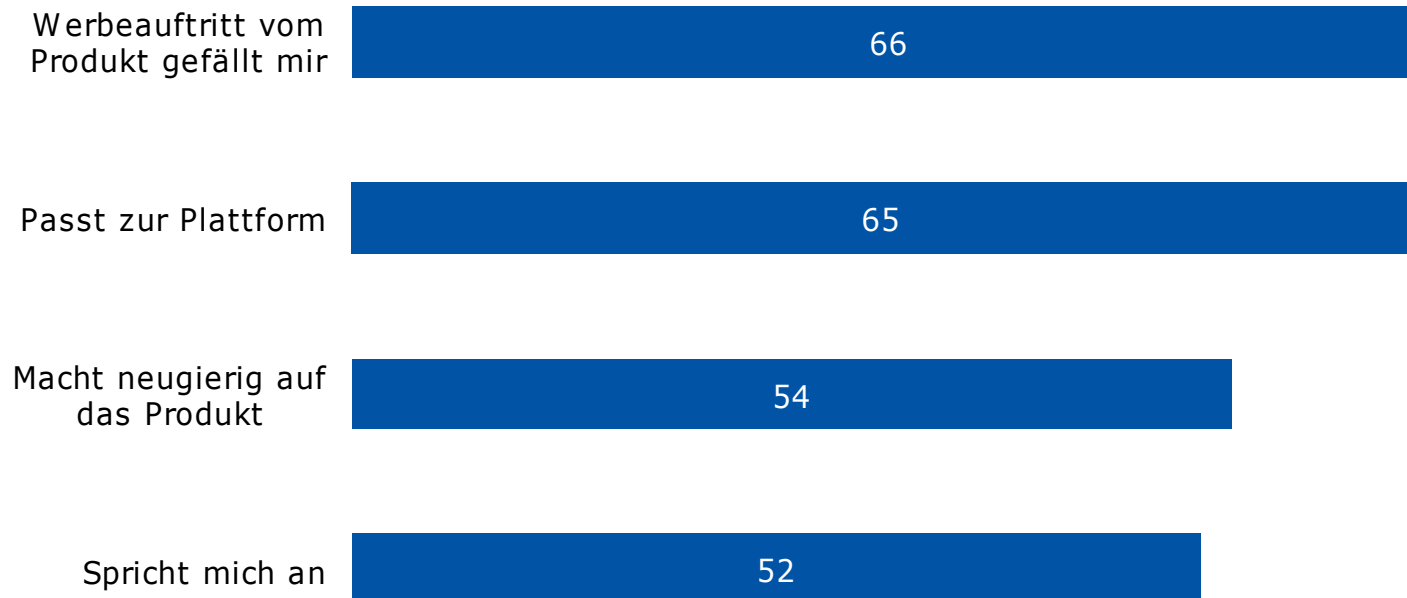


\*Heavy User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de täglich oder mehrmals pro Woche; Basis n=97; \*\*Light User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de mind. einmal pro Woche oder weniger, ausgenommen Nicht-nutzer des Videobereichs; Basis n=158  
 Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen n=255  
 Frage: Haben Sie diesen Werbebanner im Internet auf n-tv.de wahrgenommen?



# Werbeauftritt von Lexus kommt bestens an

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



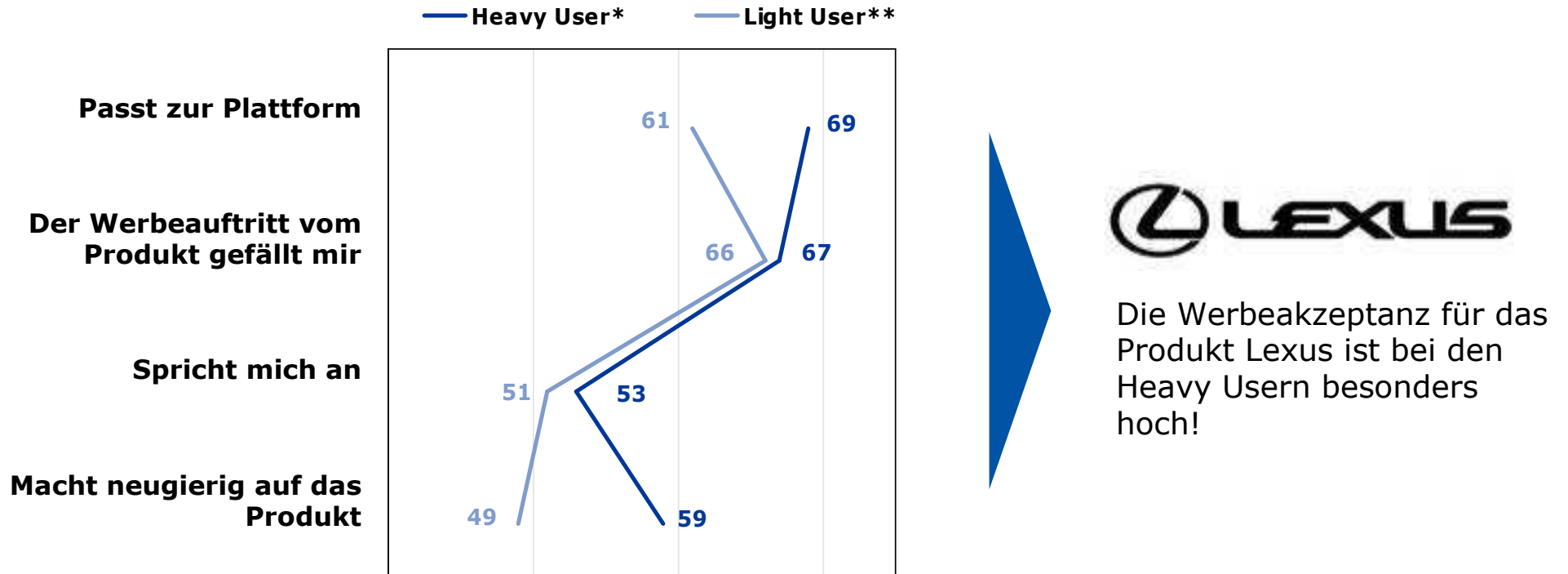
Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen; n=255

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



# Viele Kontakte fördern Werbeakzeptanz

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

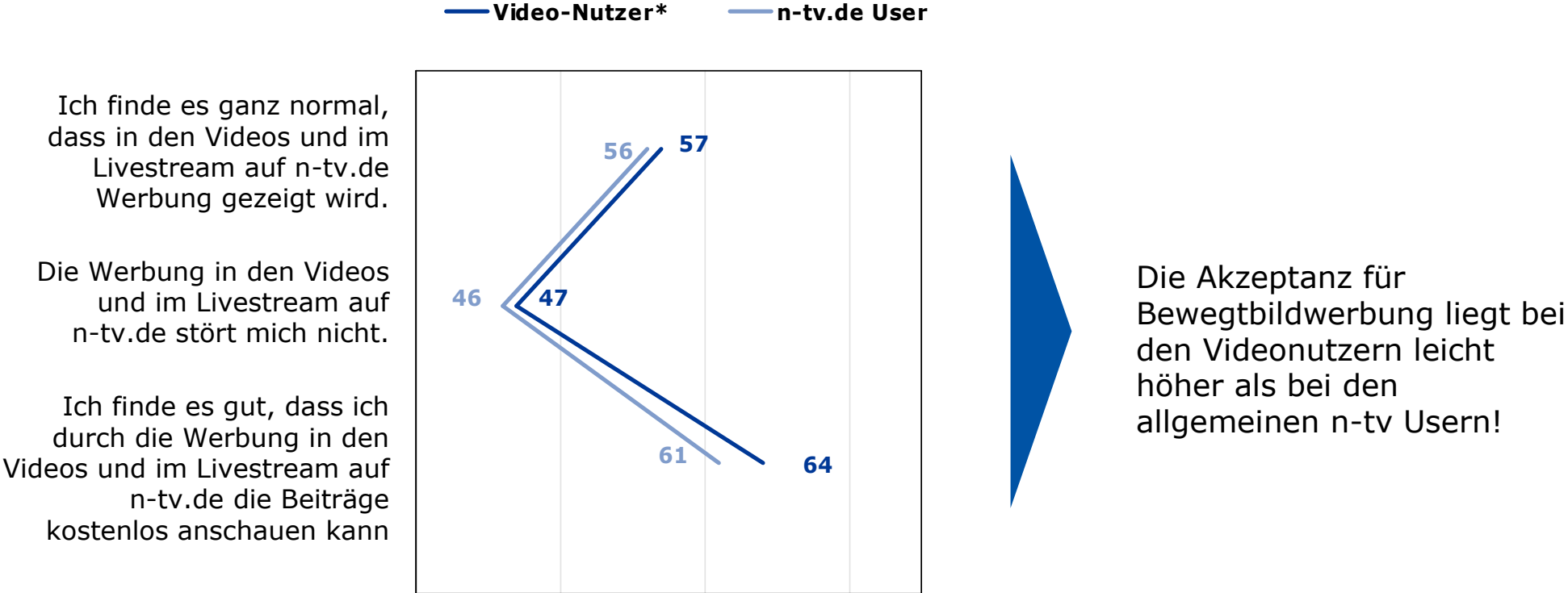


\*Heavy User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de täglich oder mehrmals pro Woche: Basis n=97; \*\*Light User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de mind. einmal pro Woche oder weniger, ausgenommen Nicht-nutzer des Videobereichs: Basis n=158  
 Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen n=255  
 Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von Lexus zu? Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



# Werbung auf n-tv.de ist akzeptiert!

Werbeakzeptanz auf n-tv.de, Top-2-Box, Angaben in %



\*Video-Nutzer von n-tv.de: Basis n=255; n-tv.de User: Basis n=334  
Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de  
Frage: Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen auf einer Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



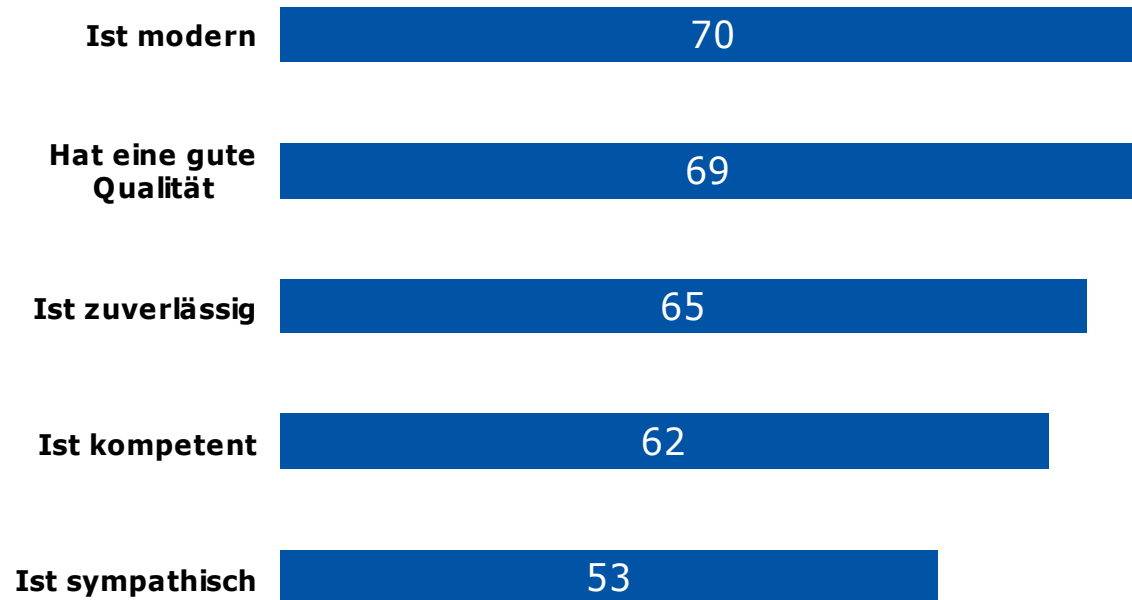


## Image von Lexus



# Starke Imagewerte für Lexus

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



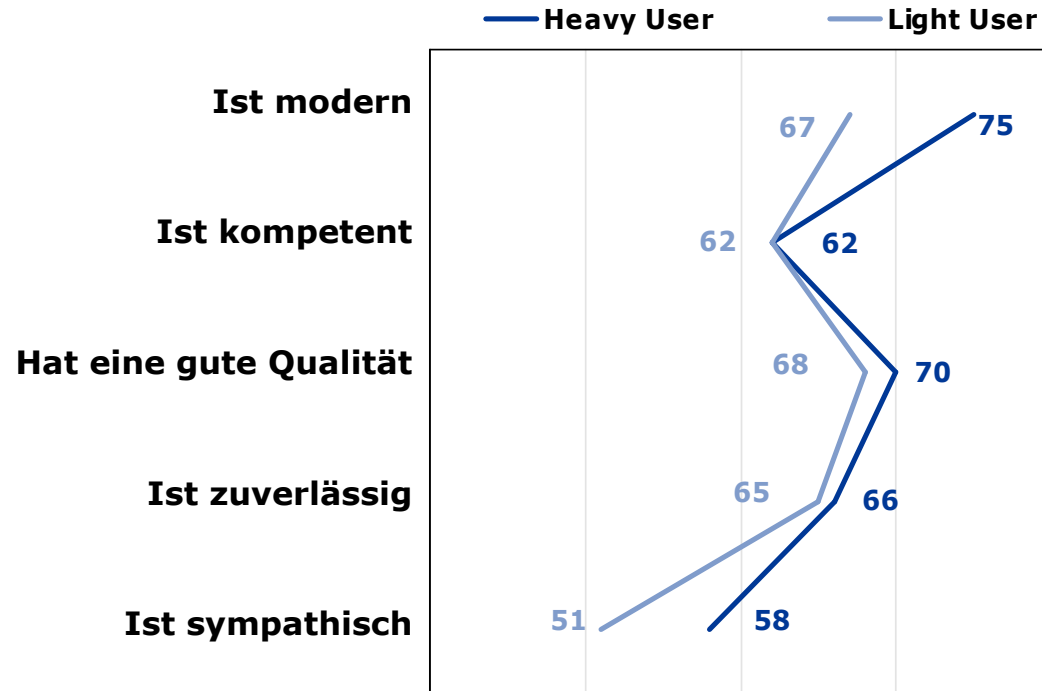
Lexus hat gute Imagewerte nach dem Kampagnenende bei n-tv.de!

Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen; n=255  
Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf Lexus zutreffen.  
Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



# Positiver Einfluss der Kontakthäufigkeit auf das Image

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



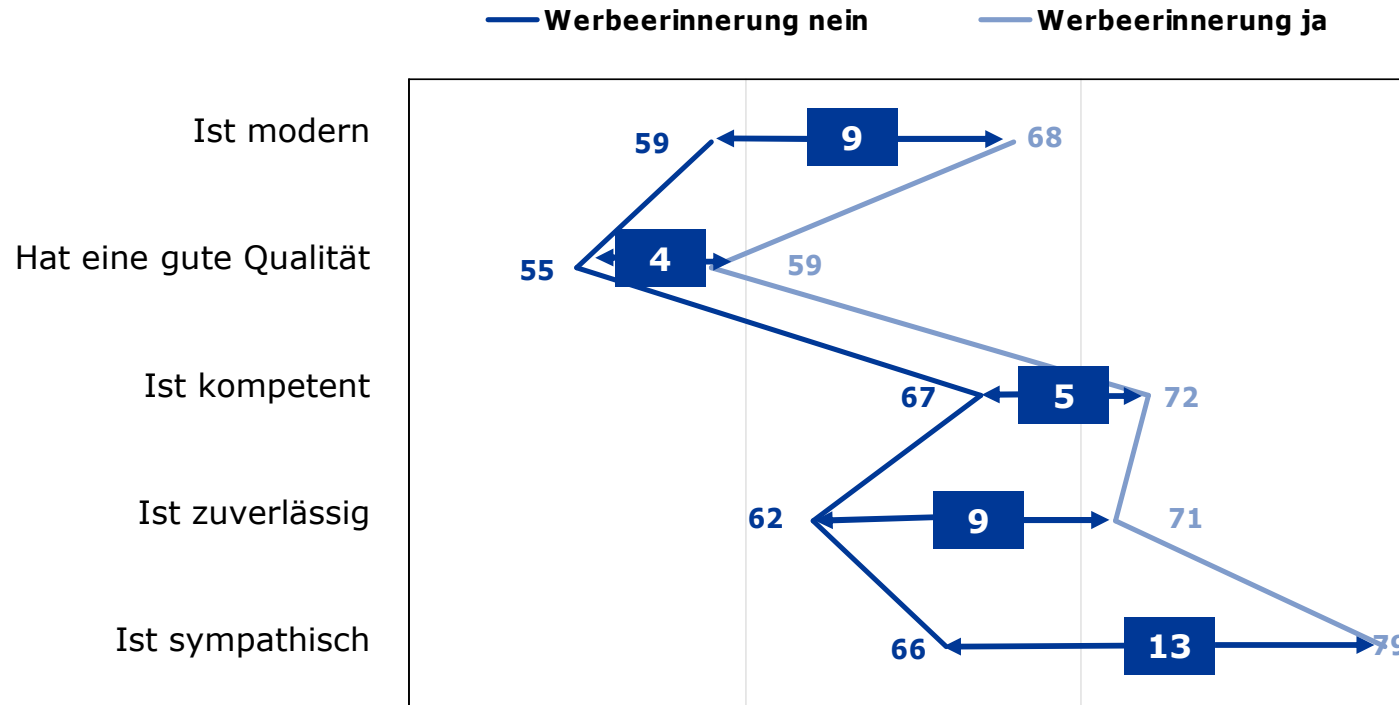
Das Image für das Produkt Lexus ist bei den Heavy Usern besonders stark ausgeprägt!

\*Heavy User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de täglich oder mehrmals pro Woche: Basis n=97; \*\*Light User = Nutzung des Videobereichs auf n-tv.de mind. einmal pro Woche oder weniger, ausgenommen Nicht-nutzer des Videobereichs: Basis n=158  
 Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de; Basis alle, die den Videobereich bei n-tv.de nutzen n=255  
 Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf Lexus 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 Lexus, Top-2-Box, Angaben in %



Fragestellung: Für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Internet gesehen? → Werbeerinnerung für Lexus  
 nein: Basis n=223, Werbeerinnerung für Lexus ja: Basis n=111  
 Kampagnenbegleitforschung Lexus, Onsite-Befragung auf n-tv.de  
 Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf Lexus zutreffen.  
 Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.





**Fazit**



# Fazit

- Gut gebildete und gut verdienende Männer surfen auf n-tv.de.
- Der Videobereich auf n-tv.de erfreut sich großer Beliebtheit.
- Die Bewegtbildkampagne fällt auf! 59% bzw. 55% hatten den Spot bzw. den Banner im Videobereich bemerkt.
- Viele Kontakte = mehr Werbewirkung: je stärker der Videobereich genutzt wurde, umso höher war die Wahrnehmung von Lexus.
- Werbung auf n-tv.de ist hoch akzeptiert. Zwei Drittel befürwortet Werbung im Videobereich.
- Lexus steht für Modernität und hohe Qualität. Die Kampagne hatte einen positiven Einfluss auf das Image.





## Bei Rückfragen:

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)

