

Kampagnenbegleitforschung McDonalds auf Clipfish.de

November / Dezember 2007




Methodik der zugrundeliegenden Studie

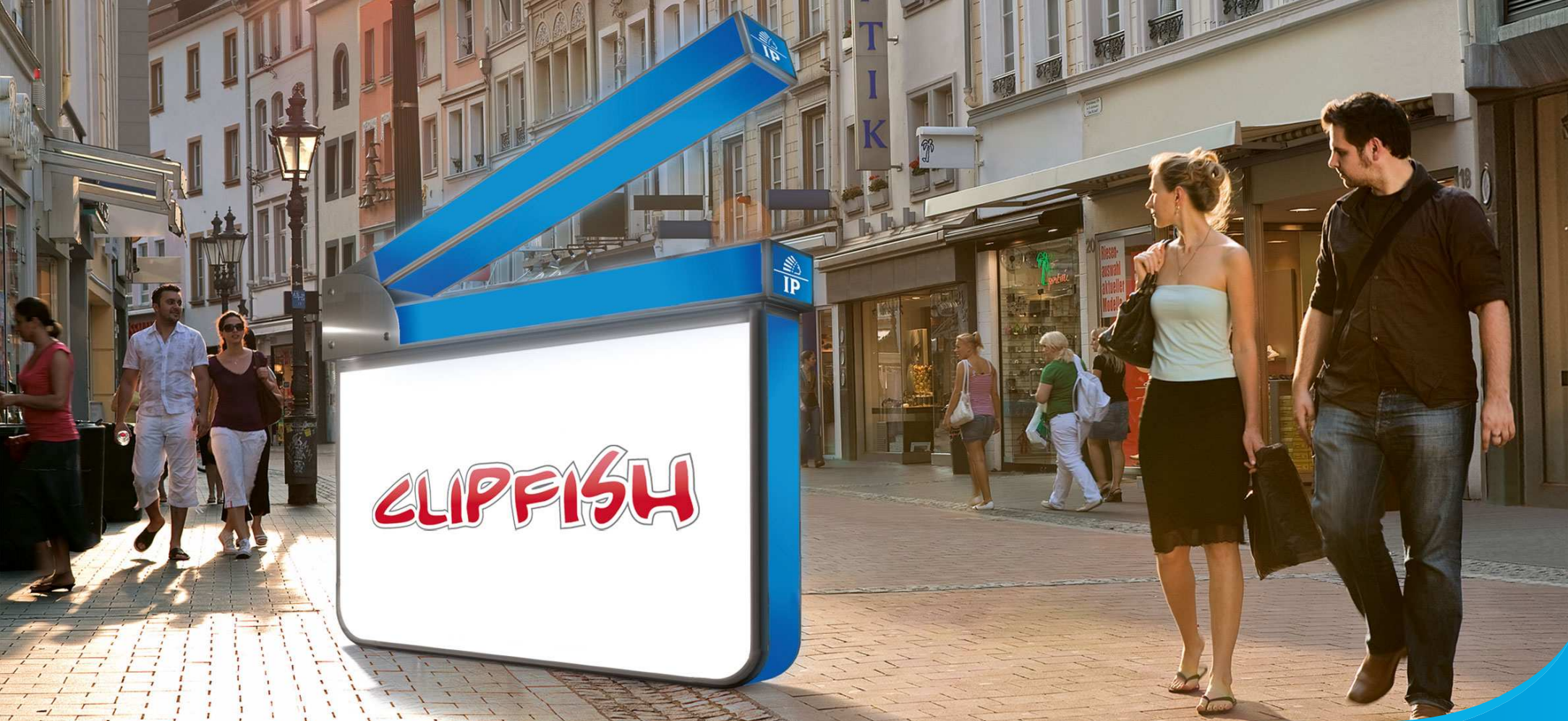
- Thema: Werbewirkung der Bewegtbildwerbung von McDonalds auf Clipfish.de
- Grundgesamtheit: Besucher der Webseite Clipfish.de
- Stichprobe: 120 Befragte (1. Welle), 113 Befragte (2. Welle)
- Befragungstechnik: Die Besucher der jeweiligen Webseite erhalten zufallsgesteuert ein Einladungs-Pop-Up zur Befragung, darin Link zum Online-Fragebogen
- Feldzeit: KW 47/2007 (1. Welle), KW 51/2007 (2. Welle)



Kampagne im Überblick

Werbender	 ich liebe es®
Branche	Systemgastronomie
Plattform	CLIPPISH
Kampagnenzeitraum	4 Wochen
Werbemittel	Preroll im Musikbereich
Spotlänge	20 Sekunden



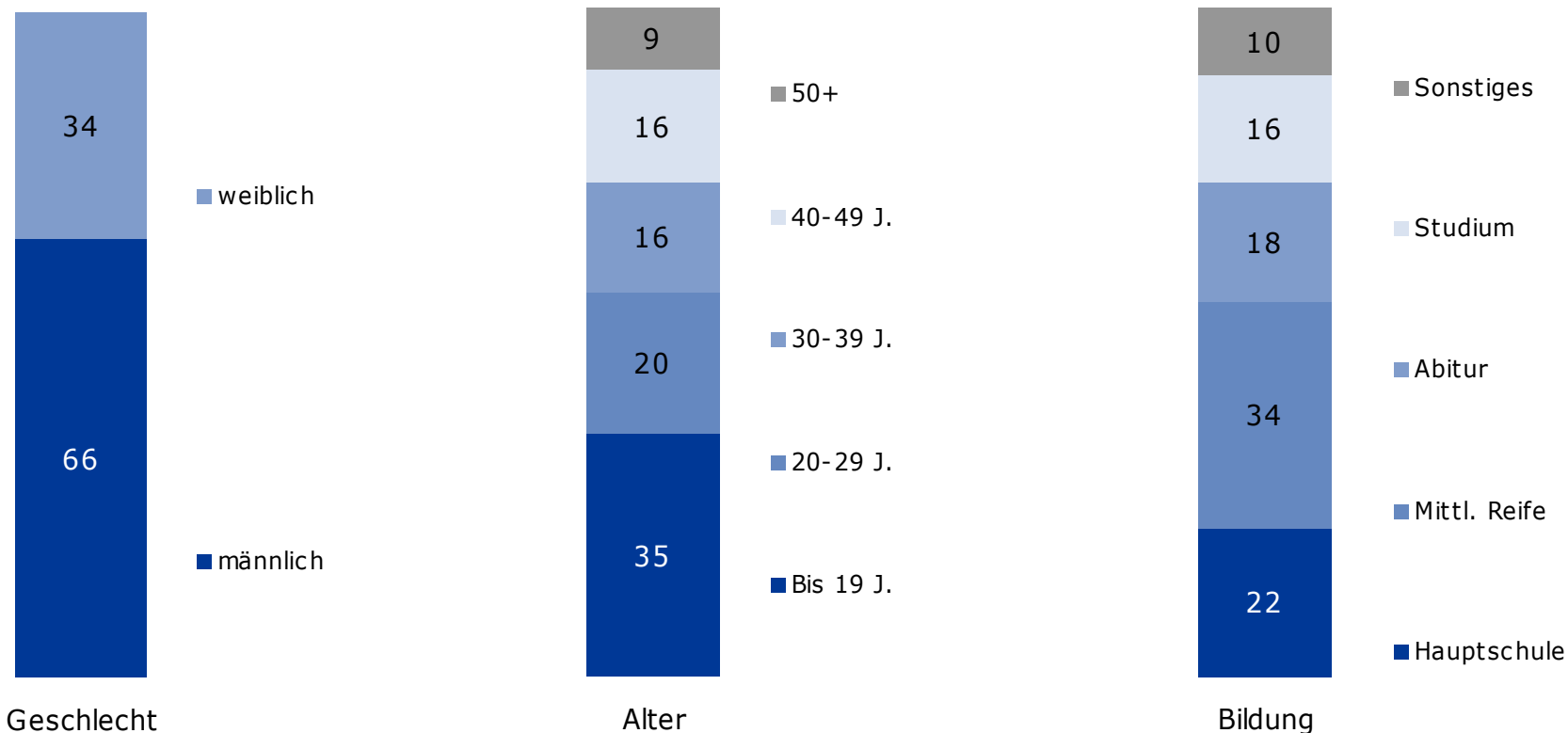


Demographisches Profil



Junges männliches Publikum auf Clipfish.de

Demographisches Profil, Angaben in %

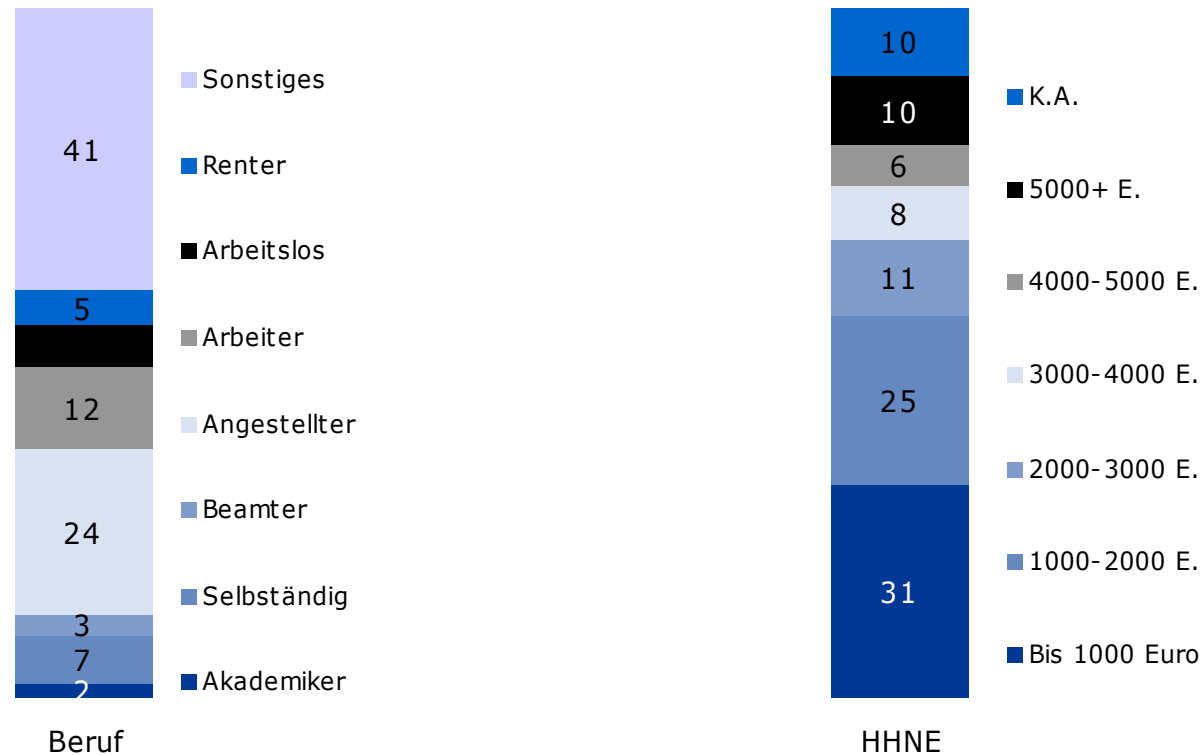


Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=120 (1. Welle)
 Frage: Sind Sie...? (Geschlecht); Wie alt sind Sie?; Welches ist Ihr höchster (angestrebter) Bildungsabschluss?



Mehr als ein Drittel verdient mehr als 2.000 €

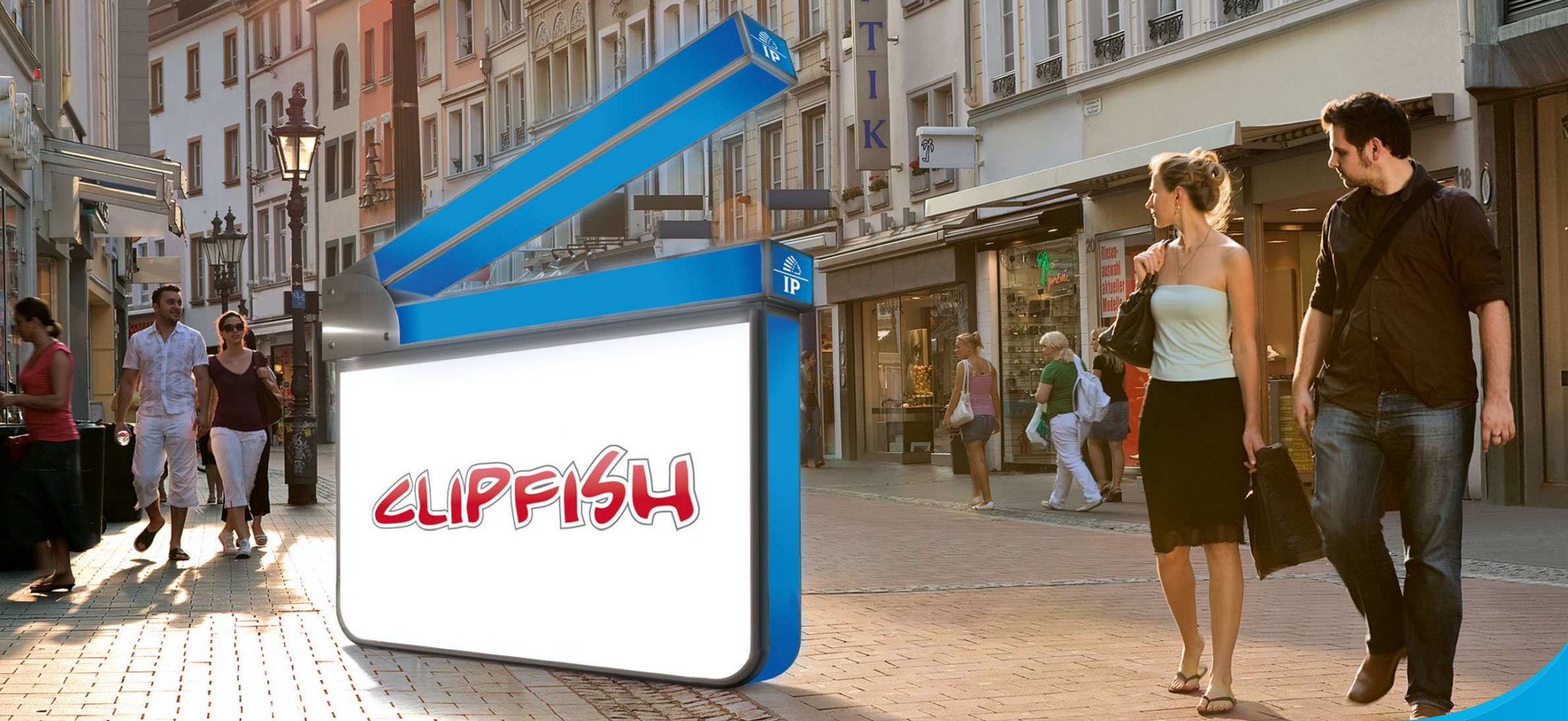
Demographisches Profil, Angaben in %



Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=120 (1. Welle)

Frage: Sind Sie....? (Beruf); Zu welcher der folgenden Einkommensgruppen gehört Ihr Haushalt? (gemeint ist das Haushaltsnettoeinkommen)



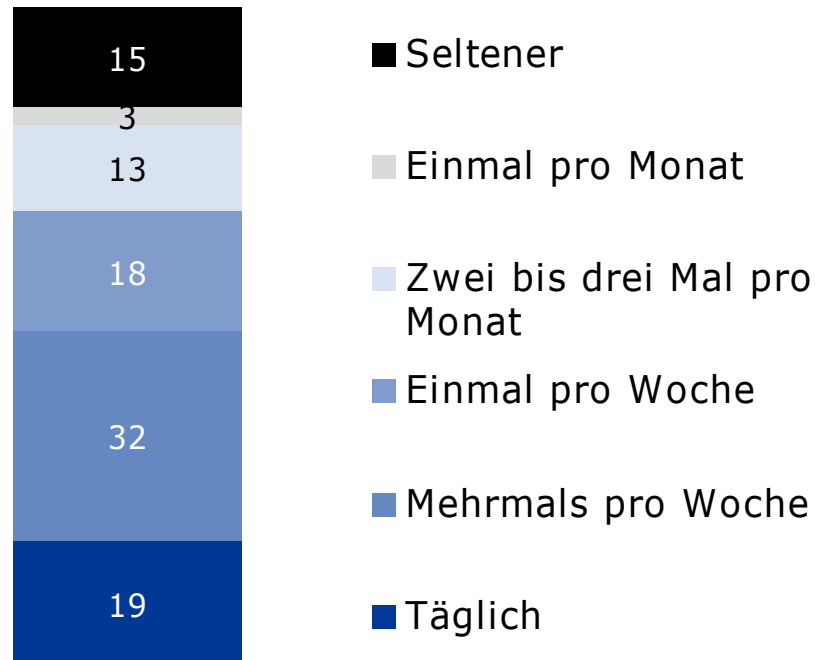


Nutzung Clipfish.de



Clipfish.de ist wöchentliches Pflichtprogramm

Nutzungshäufigkeit von Clipfish.de, Angaben in %

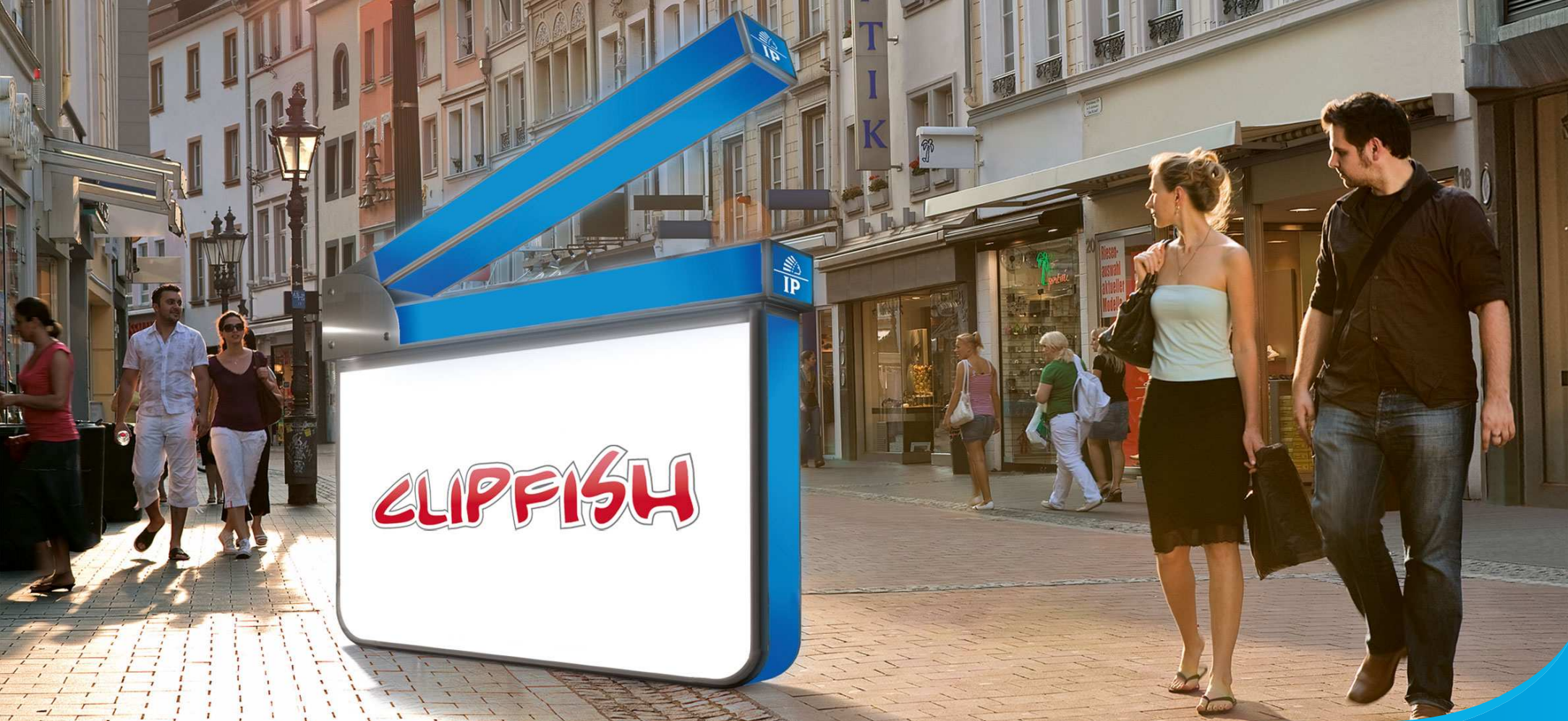


69% der Befragten nutzen mind. einmal pro Woche das Angebot von Clipfish.de!

Clipfish.de ist bei 19% der User im Relevant Set der täglich benutzten Websites!

Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=120 (1. Welle)
Frage: Wie oft sind Sie im Durchschnitt auf dem Angebot Clipfish.de?



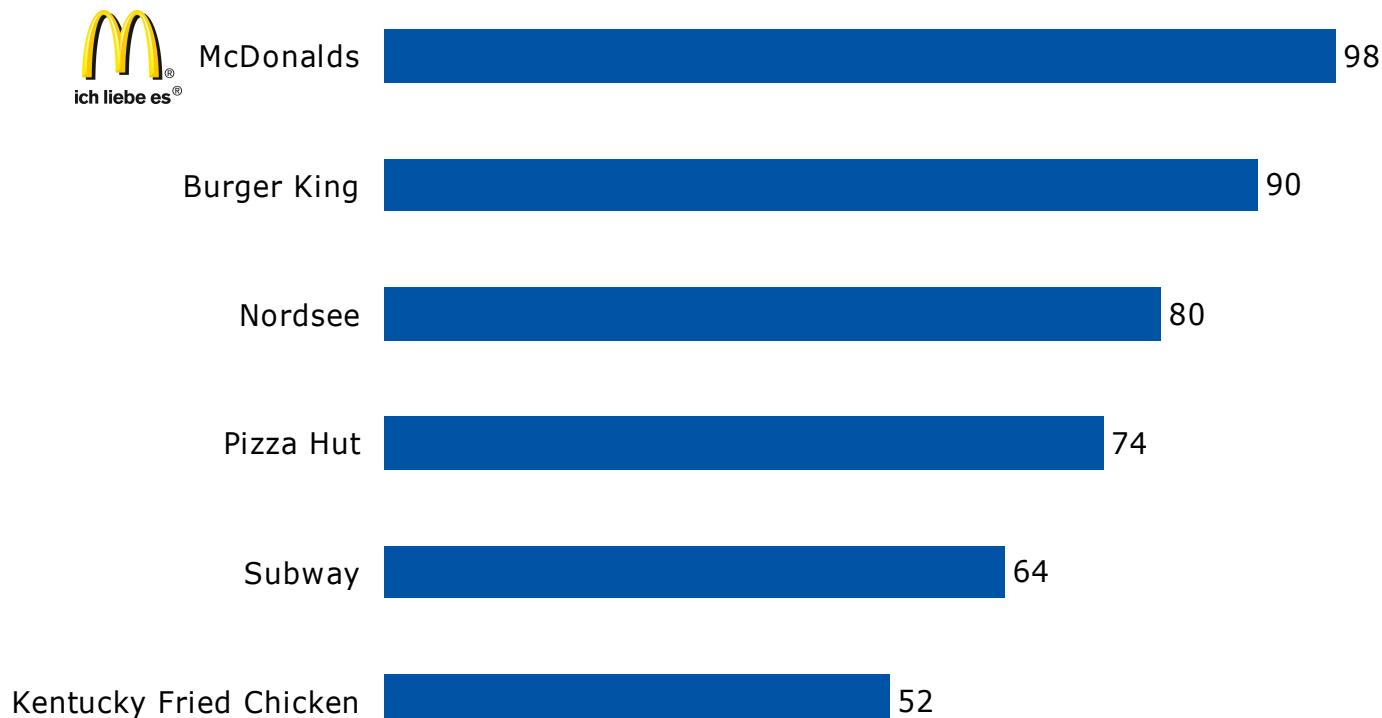


Werbewirkung



McDonalds ist Nummer 1!

Markenbekanntheit, Angaben in %



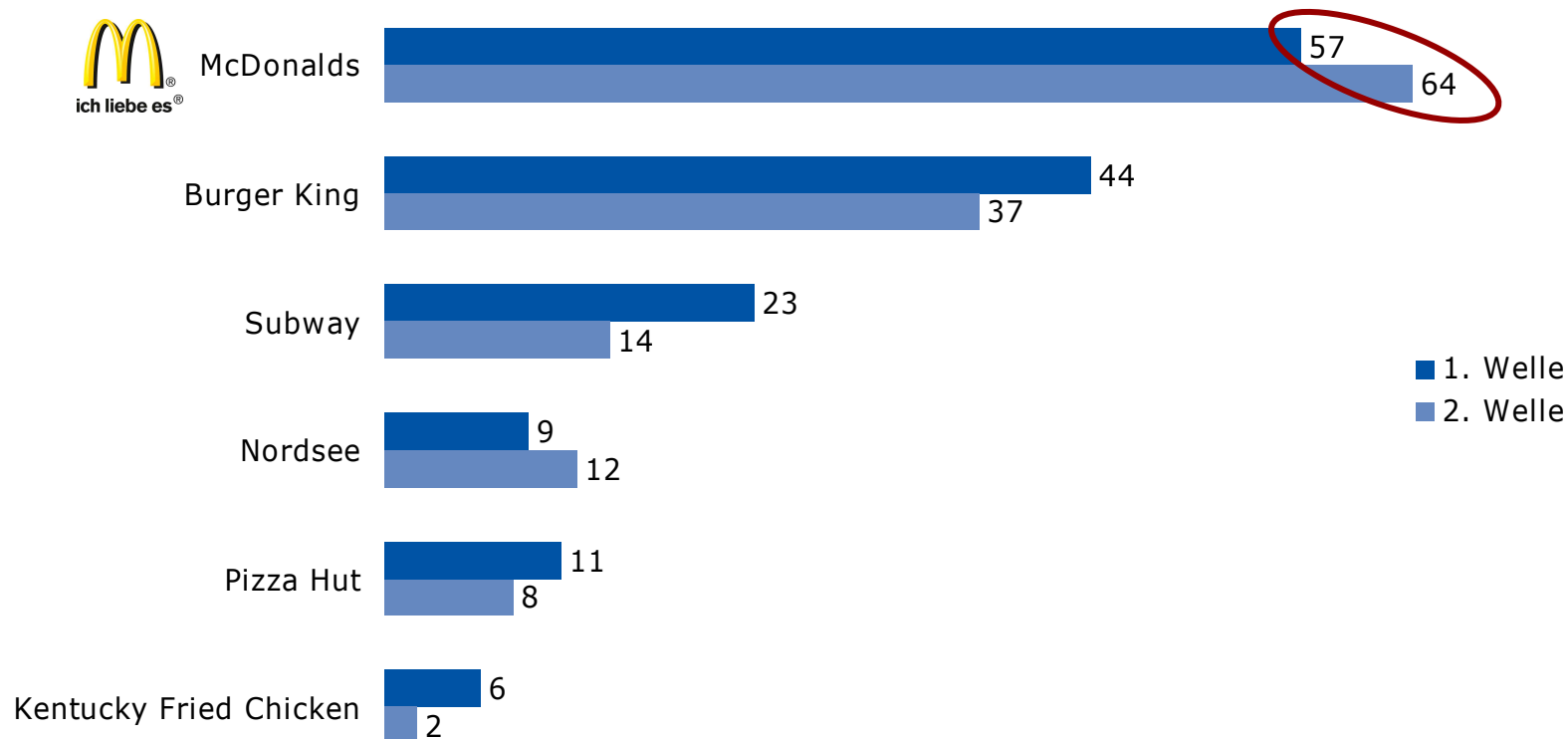
Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)

Wir nennen Ihnen nun einige Unternehmen aus der Branche der Systemgastronomie. Bitte sagen Sie uns, welche dieser Unternehmen Ihnen bekannt sind, wenn auch nur dem Namen nach.



McDonalds legt dank Bewegtbildwerbung zu

Werbeerinnerung, Angaben in %

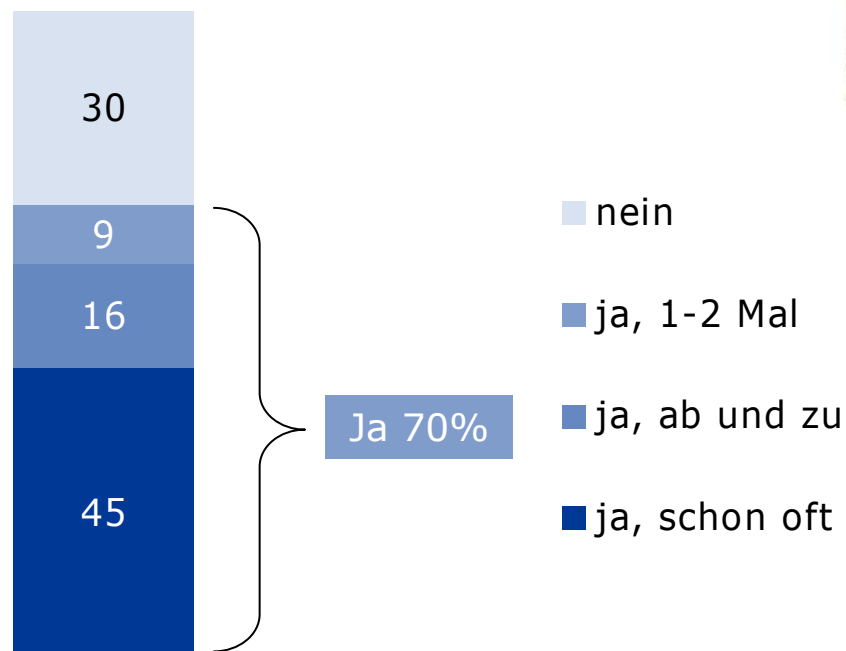


Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)
Und für welche der folgenden Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Internet gesehen?



McDonalds-Spot sehr gut aufgefallen

Spotbekanntheit McDonalds, Angaben in %



Mehr als zwei Drittel der User von Clipfish.de kennen den Werbespot von McDonalds!

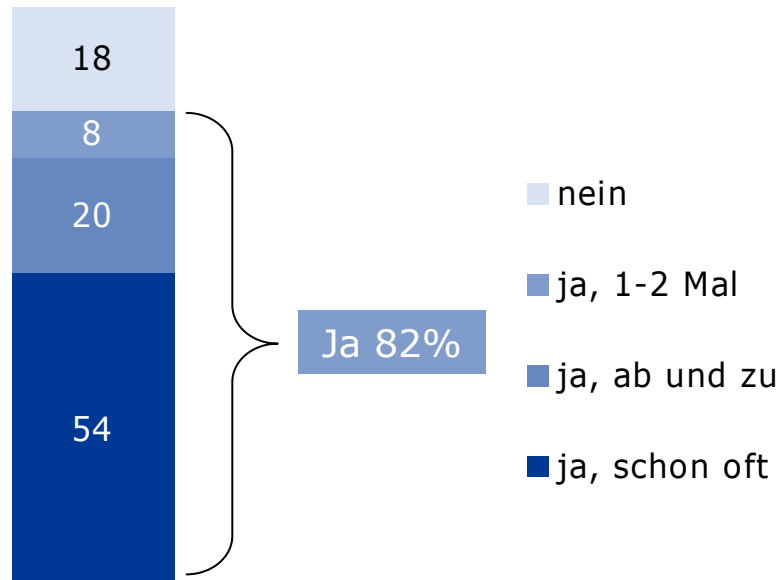
Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)
Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot. Haben Sie diesen Spot schon einmal im Internet auf Clipfish.de gesehen?



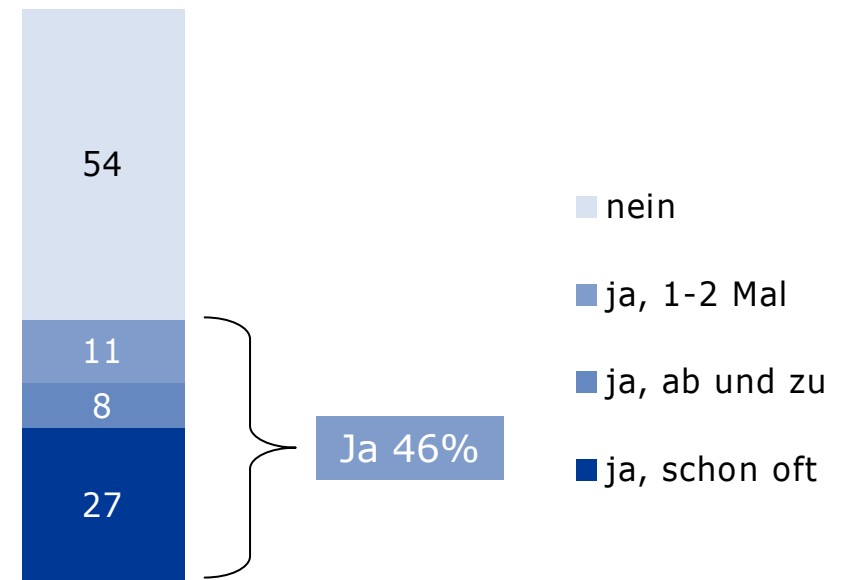
Mit zunehmender Kontakthäufigkeit steigt Spotbekanntheit

Spotbekanntheit McDonalds, Angaben in %

Heavy User*



Light User**

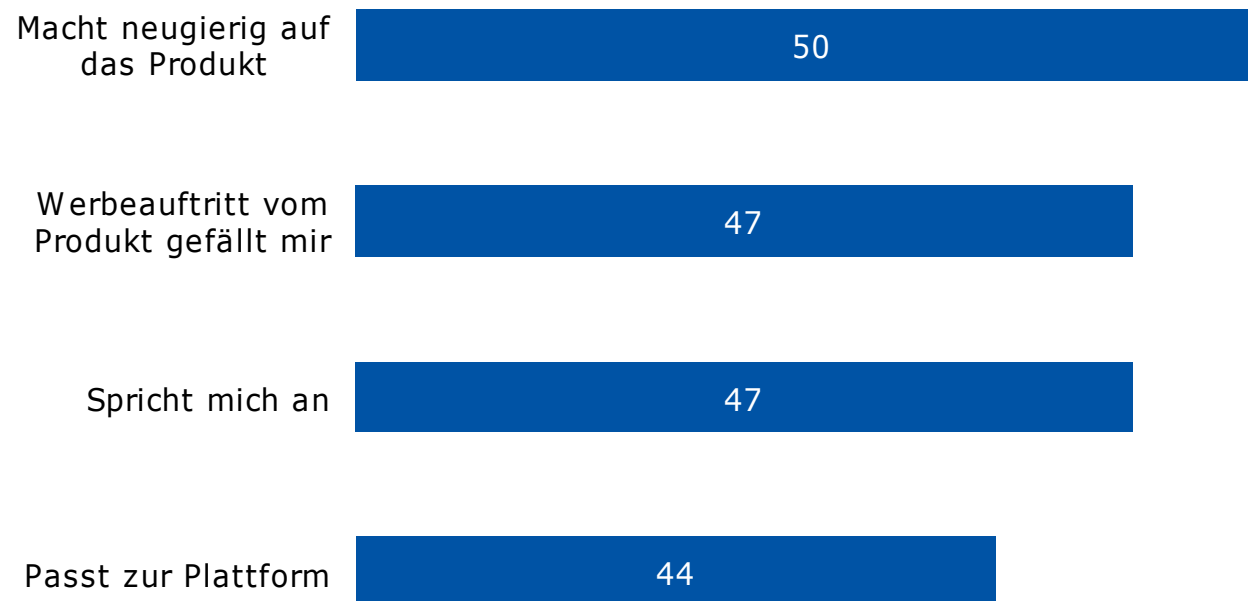


*Heavy User = Nutzer von Clipfish.de täglich oder mehrmals pro Woche: Basis n=76; **Light User = Nutzer von Clipfish.de einmal pro Woche oder weniger: Basis n=37
 Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)
 Frage: Wir zeigen Ihnen nun einen Werbespot. Haben Sie diesen Spot schon einmal im Internet auf Clipfish.de gesehen?



Werbeauftritt von McDonalds kommt gut an

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



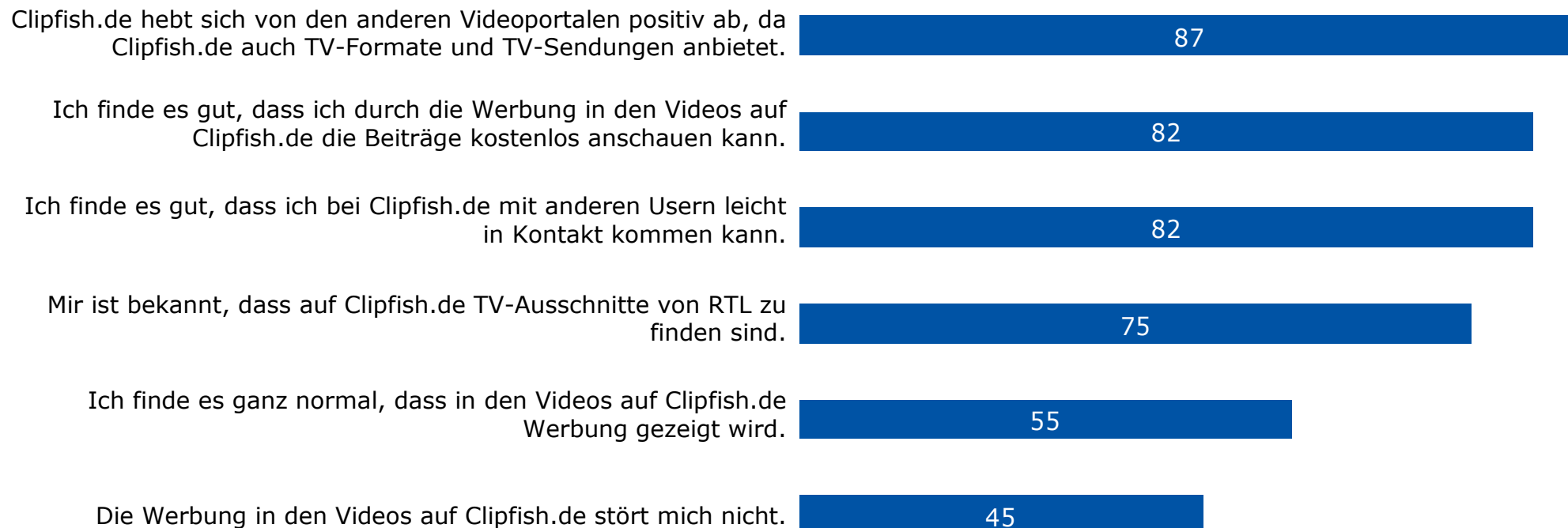
Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)

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



Clipfish hebt sich positiv von anderen Videoportalen ab!

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



Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)

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



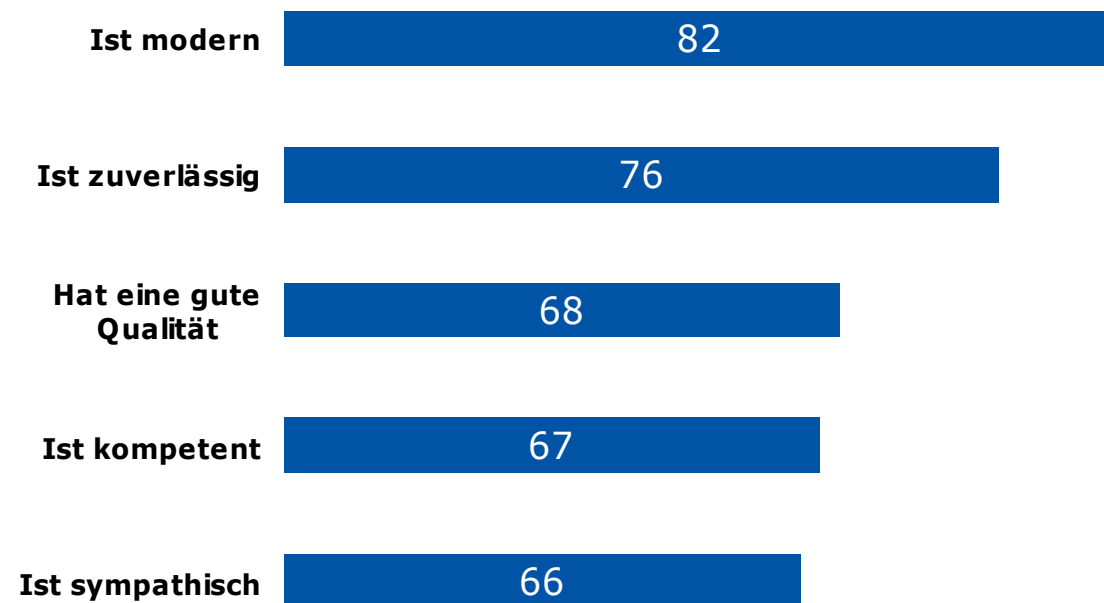


Image von McDonalds



Starke Imagewerte für McDonalds

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



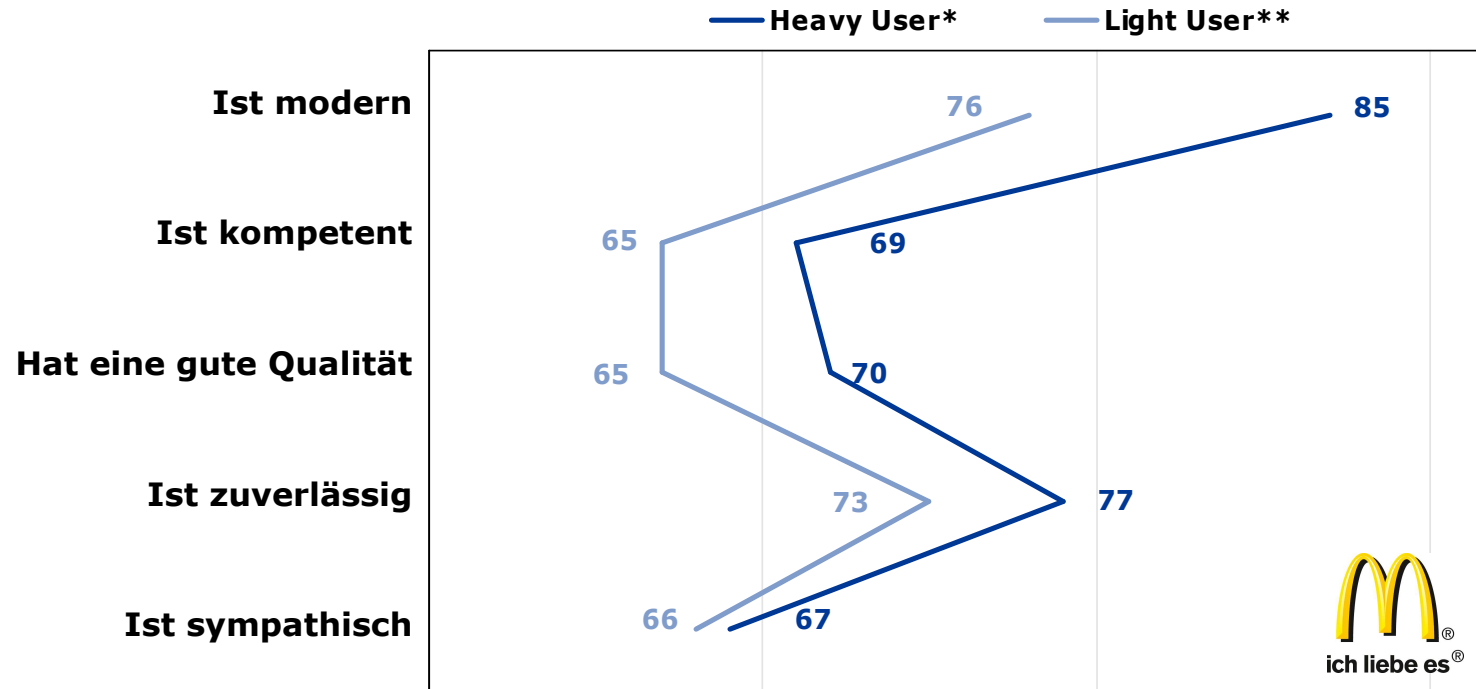
McDonalds hat gute Imagewerte nach dem Kampagnenende bei Clipfish.de!

Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)
Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf McDonalds zutreffen.
Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



Kampagne hatte in der Zielgruppe positiven Einfluss auf das Image

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

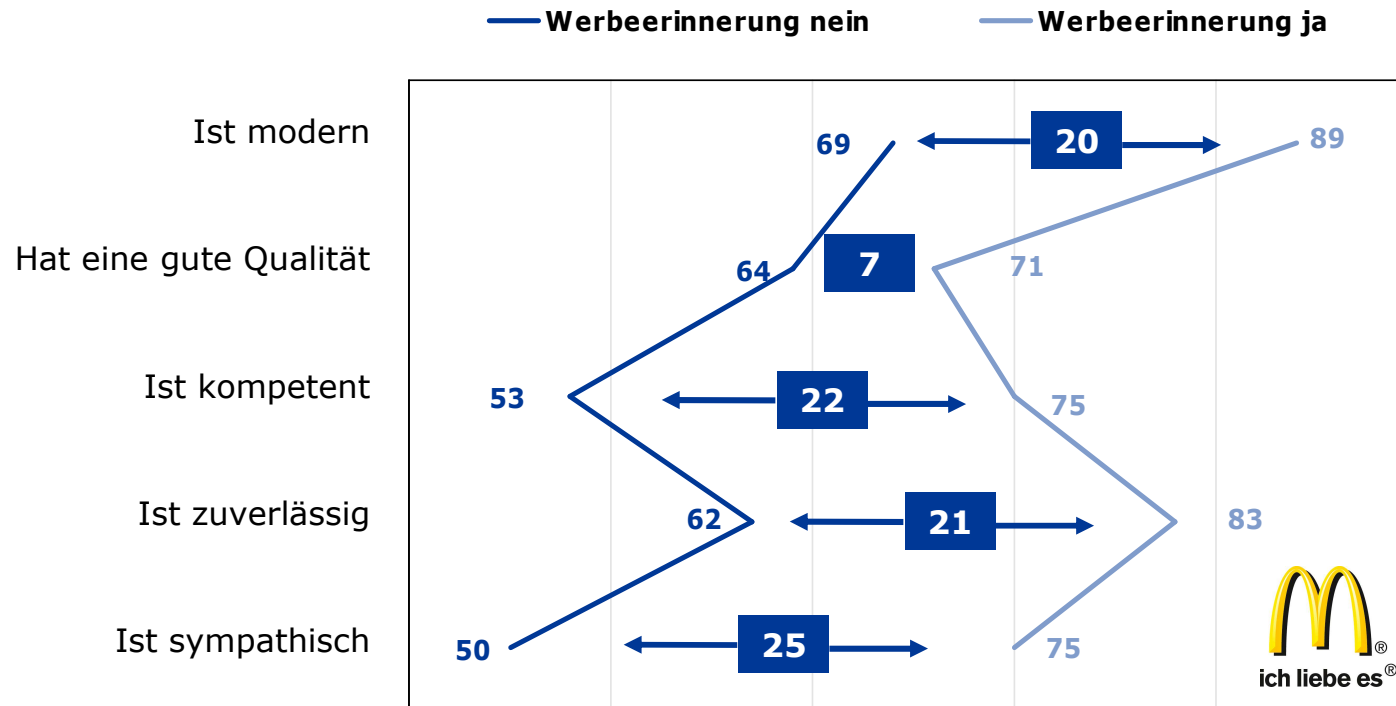


*Heavy User = Nutzer von Clipfish.de täglich oder mehrmals pro Woche: Basis n=76; **Light User = Nutzer von Clipfish.de einmal pro Woche oder weniger: Basis n=37
 Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de, Basis n=113 (2. Welle)
 Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf McDonalds zutreffen.
 Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.



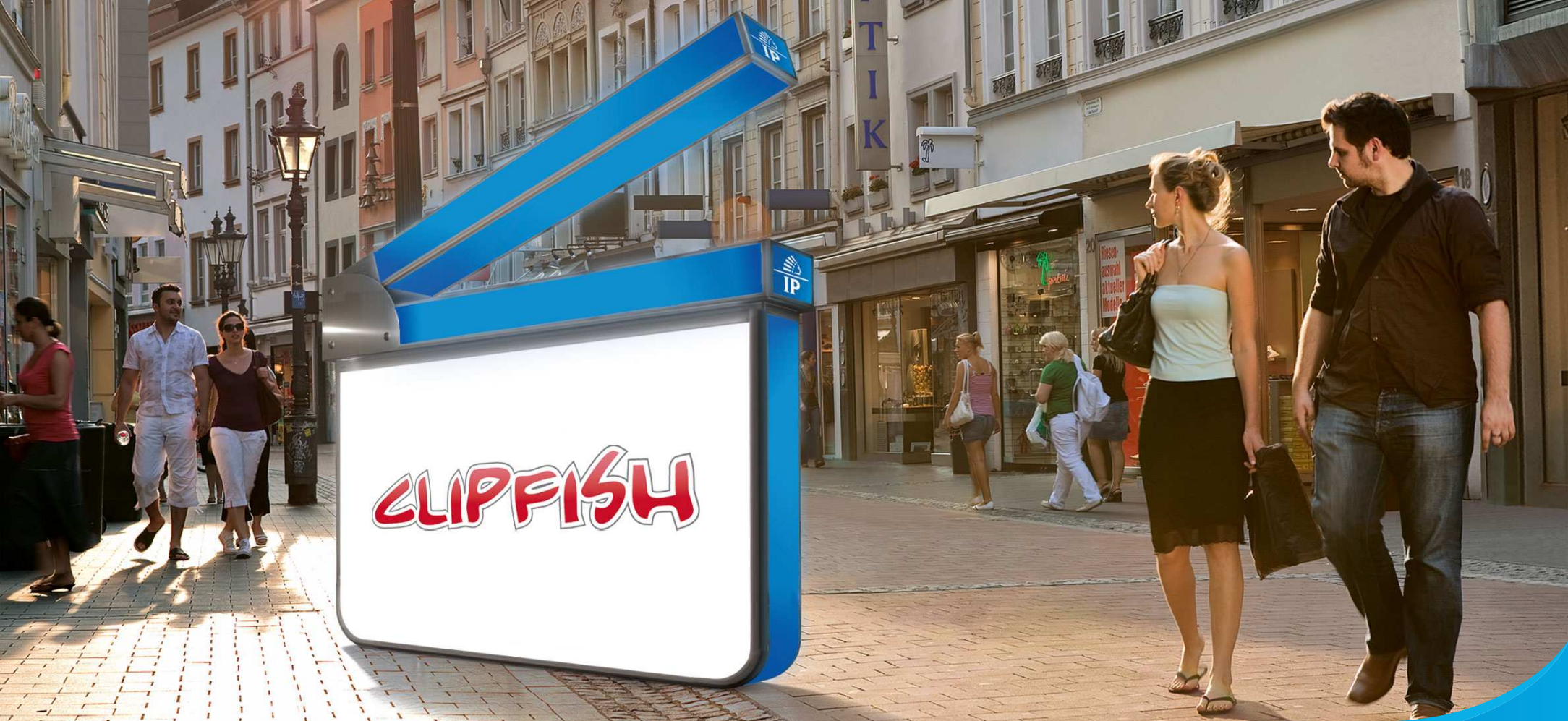
Bewegtbildkampagne pusht Image

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



Fragestellung: Für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Internet gesehen? → Werbeerinnerung für McDonalds nein: Basis n=41, Werbeerinnerung für McDonalds ja: Basis n=72
 Kampagnenbegleitforschung McDonalds, Onsite-Befragung auf Clipfish.de
 Frage: Wir nennen Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf McDonalds zutreffen.
 Antworten Sie bitte anhand der Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu.





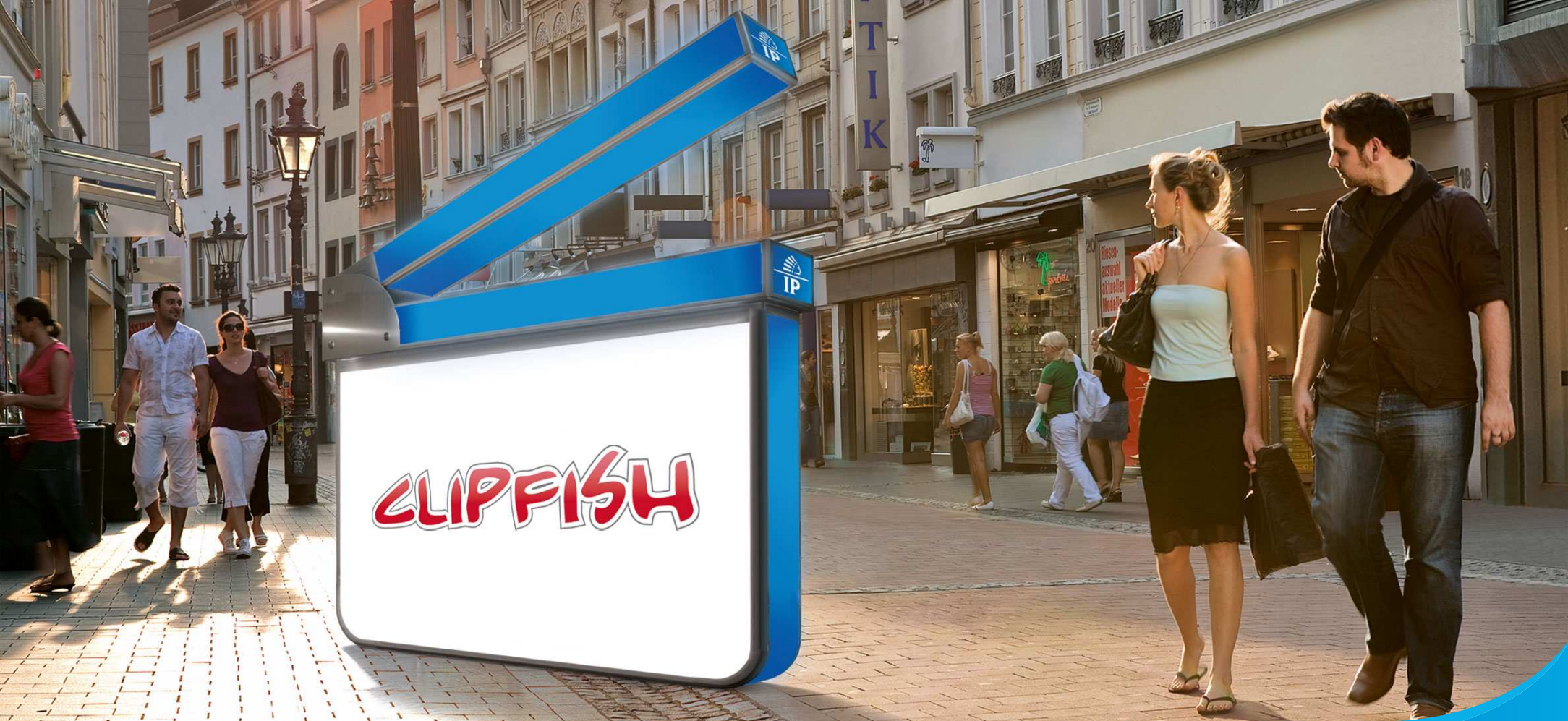
Fazit



Fazit

- Ein junges und vorwiegend männliches Publikum surft auf Clipfish.de.
- Clipfish.de ist wöchentliches Pflichtprogramm.
- Die Bewegtbildkampagne fällt auf! 70% der Befragten hatten den Spot bemerkt.
- Viele Kontakte = mehr Werbewirkung: je häufiger die Befragten Clipfish.de besucht hatten, umso höher war die Wahrnehmung von McDonalds.
- Werbung auf Clipfish.de ist hoch akzeptiert. Außerdem hebt sich Clipfish.de dank des Angebotes positiv von anderen Videoportalen ab.
- McDonalds steht für Modernität und Zuverlässigkeit. 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

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

sandra.schmidt@ip-deutschland.de

