



# Ariel Wassersparkampagne – Begleitforschung

Unterföhring, September 2008



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

Fazit

# Steckbrief

<b>Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Frauen zwischen 20 und 49 Jahren in Deutschland, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsauswahl im Rahmen des forsa.omninet-Panels
<b>Erhebungsmethode</b>	Inhouse-Onlinebefragung per Set-Top-Box am TV-Bildschirm anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n=500 Endmessung: n=769
<b>Feldzeit</b>	Nullmessung: 24.-29.06.2008 Endmessung: 04.-13.08.2008
<b>Gewichtung</b>	Gewichtung der Personenstichprobe nach Alter, Region und Bildung
<b>Institut</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

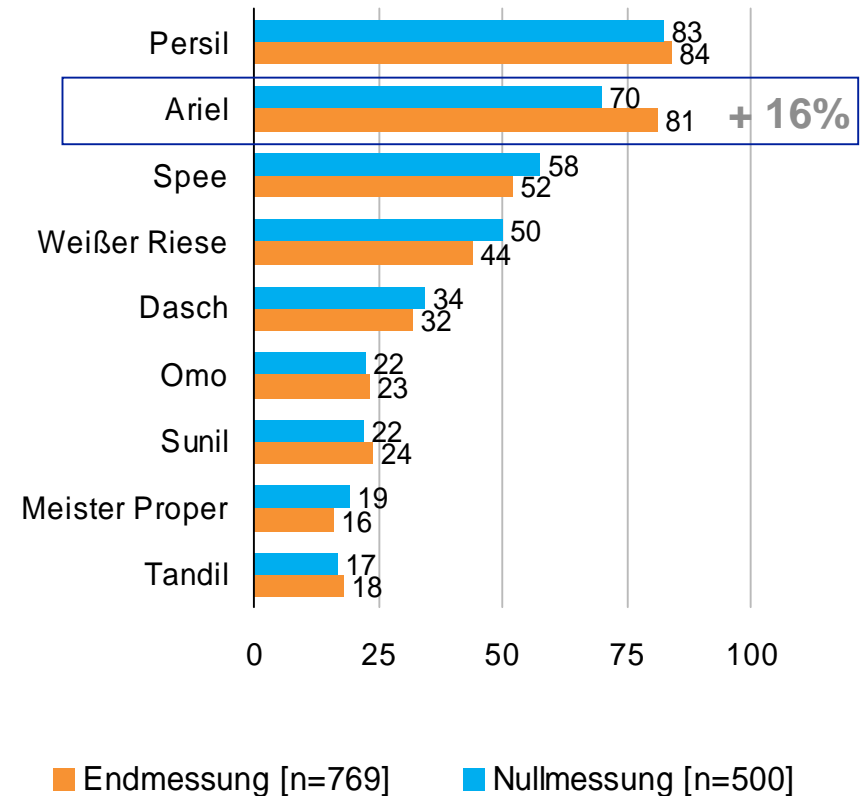
Fazit

# Deutlicher Zuwachs der spontanen Bekanntheit



## Ungestützte Markenbekanntheit

Angaben in Prozent [Nennungen über 10%]



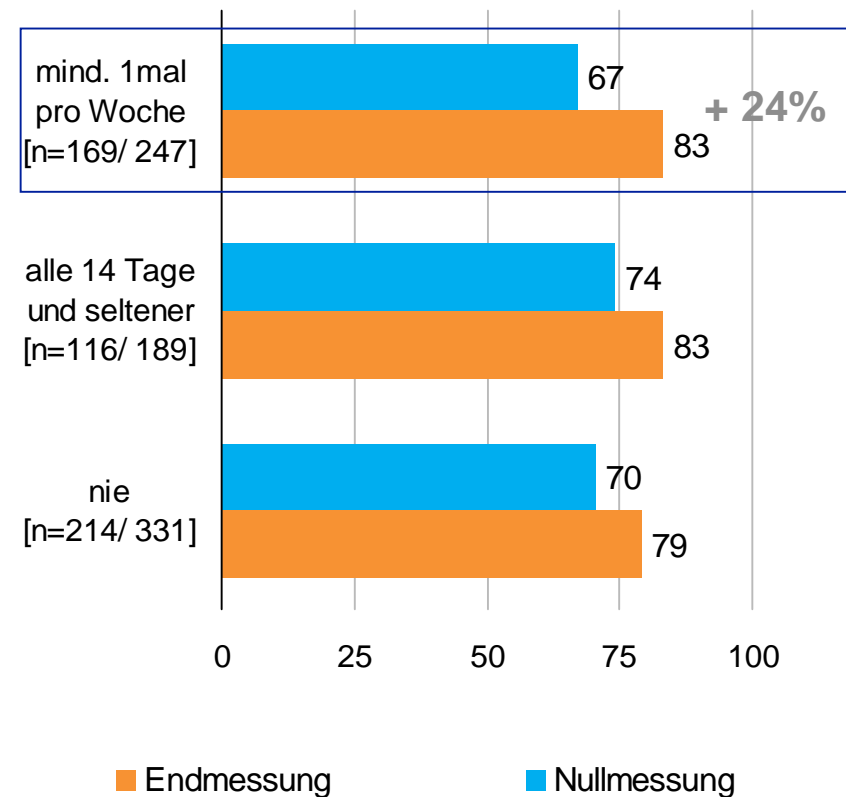
5 „Welche Vollwaschmittel kennen Sie, und sei es auch nur dem Namen nach? Bitte schreiben Sie alle Marken auf, die Ihnen spontan einfallen.“  
 Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# Stärkster Anstieg bei FFS-Seherinnen



## Ungestützte Markenbekanntheit Ariel

Angaben in Prozent [nach Nutzung Sat.1 FFS]

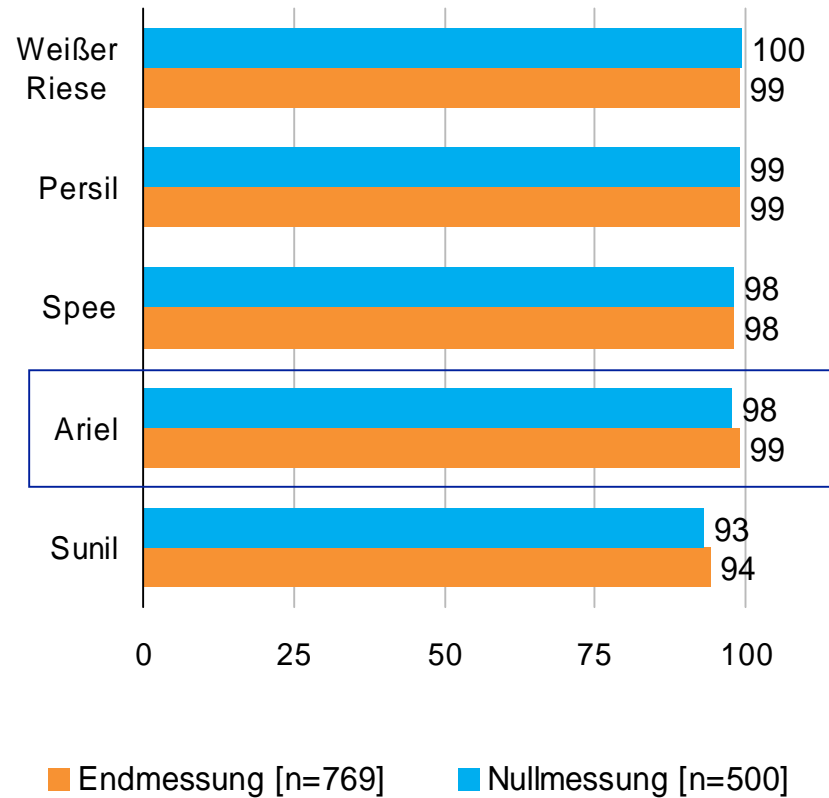


6 „Welche Vollwaschmittel kennen Sie, und sei es auch nur dem Namen nach? Bitte schreiben Sie alle Marken auf, die Ihnen spontan einfallen.“  
Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# Nahezu jede kennt die großen Marken

## Gestützte Markenbekanntheit

Angaben in Prozent

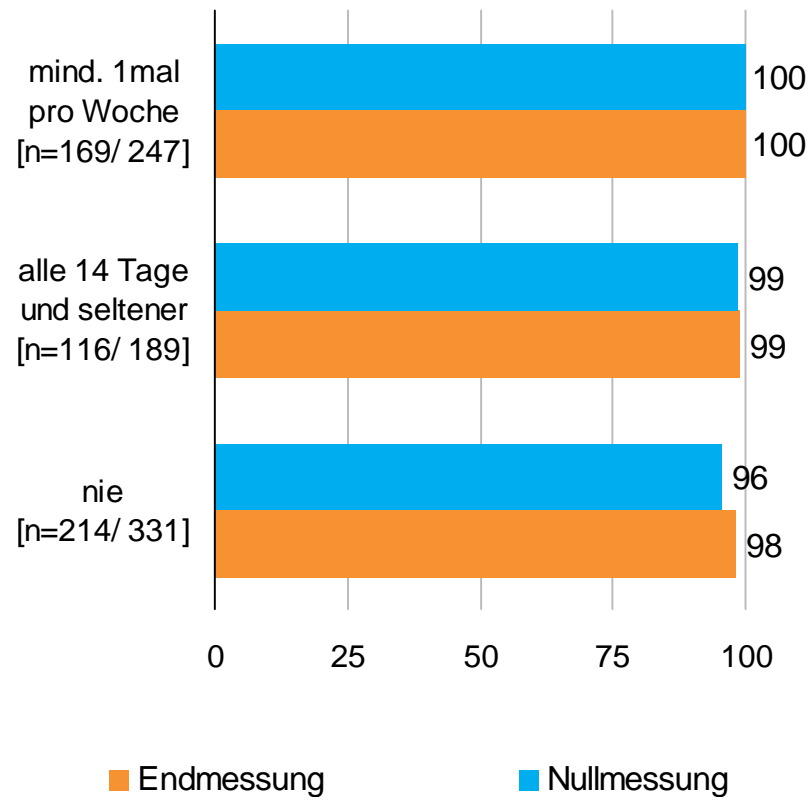


7 „Hier sehen Sie einige Marken von Waschmitteln. Bitte geben Sie an, welche Marken Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.“  
Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# Alle regelmäßigen Seherinnen kennen Ariel

## Gestützte Markenbekanntheit Ariel

Angaben in Prozent [nach Nutzung Sat.1 FFS]



8 „Hier sehen Sie einige Marken von Waschmitteln. Bitte geben Sie an, welche Marken Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.“  
Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

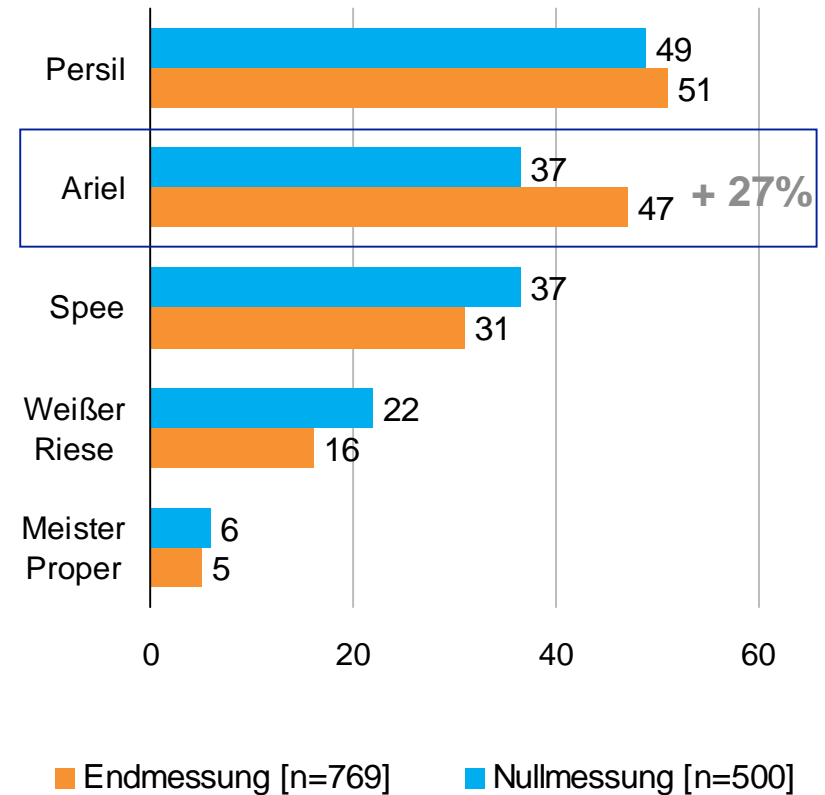
Fazit

# Werbeerinnerung für Ariel steigt deutlich



## Ungestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent [Nennungen über 5%]



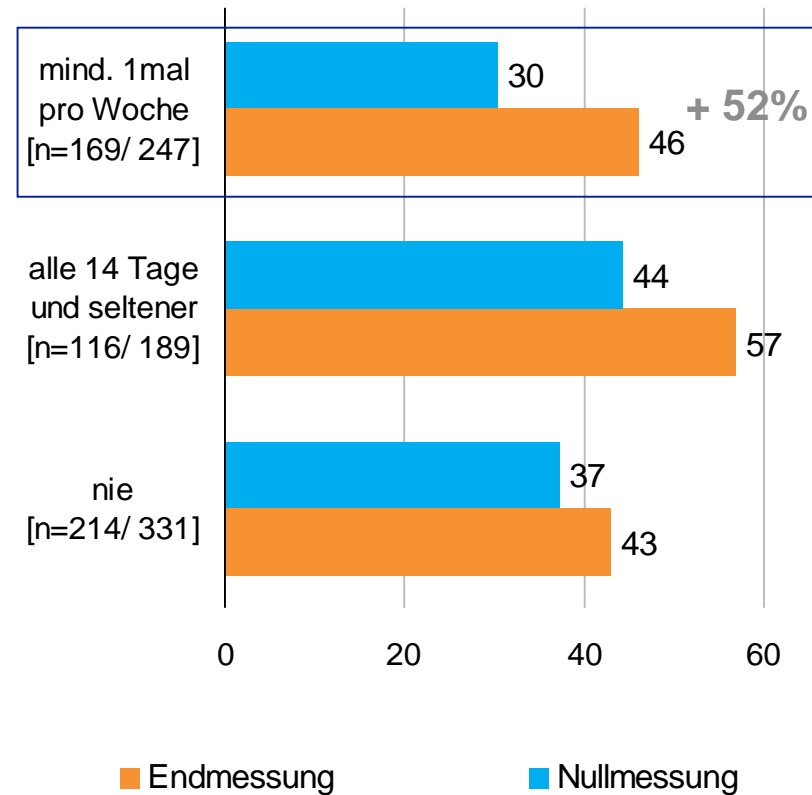
10 „Und für welche Waschmittelmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“  
 Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# Höchste Zuwächse bei den Seherinnen



## Ungestützte Werbeerinnerung Ariel

Angaben in Prozent [nach Nutzung Sat.1 FFS]

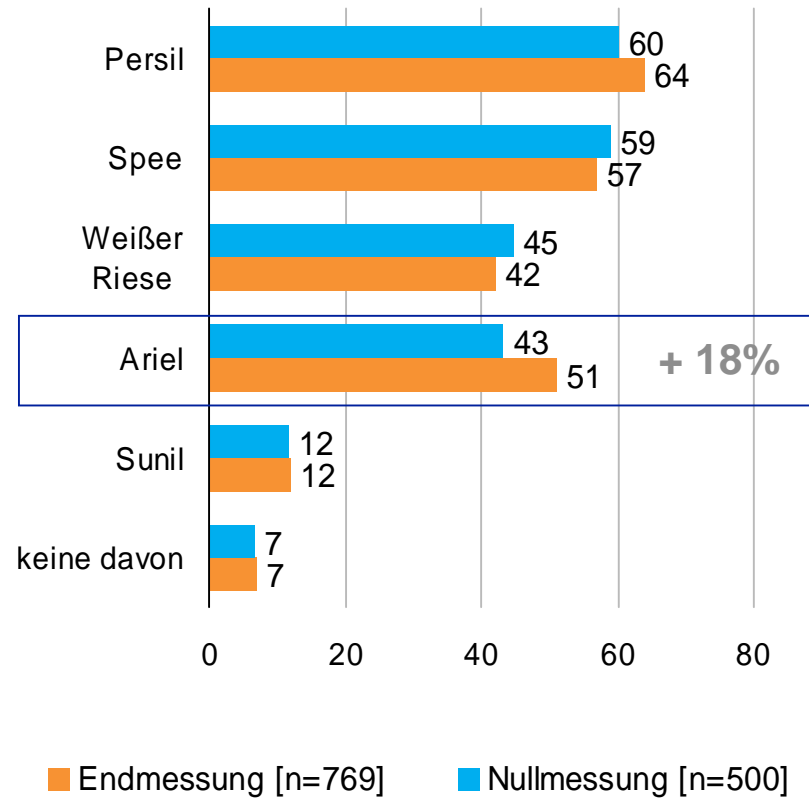


11 „Und für welche Waschmittelmarken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“  
 Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# Gestützt kennt jede Zweite Ariel-Werbung

## Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent

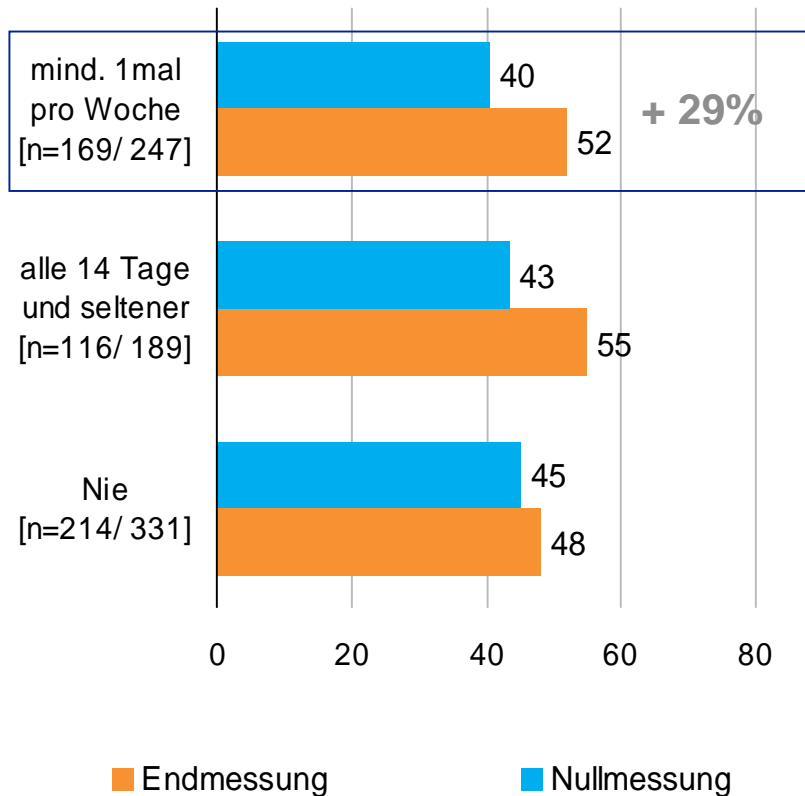


12 „Und für welche dieser Marken haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“  
 Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# Starker Zuwachs bei den FFS-Zuschauerinnen

## Gestützte Werbeerinnerung Ariel

Angaben in Prozent [nach Nutzung Sat.1 FFS]

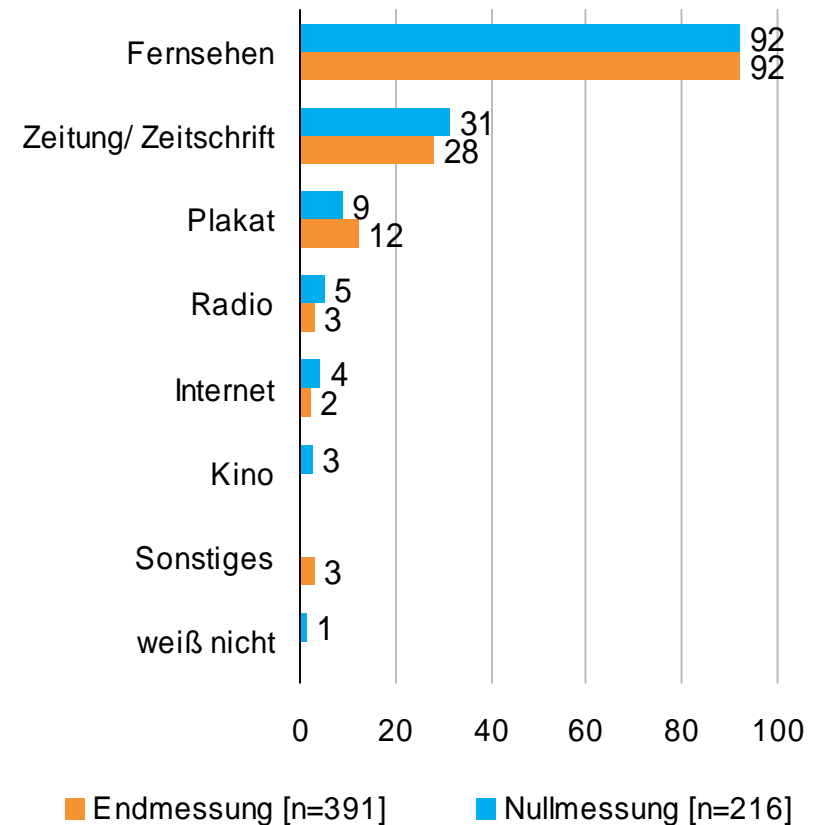


# Fernsehen ist klar Werbemedium Nr.1



## Erinnerte Werbemedien Ariel

Angaben in Prozent



14 „In welchem Medium haben Sie Werbung für Ariel gesehen, gelesen oder gehört?“

\*aufgrund geringer Fallzahl nur Tendenzaussage möglich

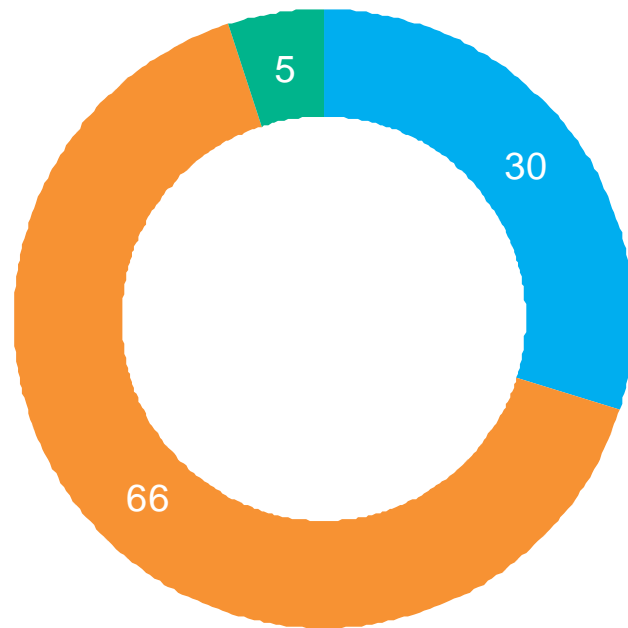
Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen und sich an Werbung für Ariel erinnern

Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# 30 Prozent kennen die Aktion

## Erinnerung Aktion ungestützt

Angaben in Prozent [Endmessung]



- ja
- nein
- weiß nicht/ keine Angabe



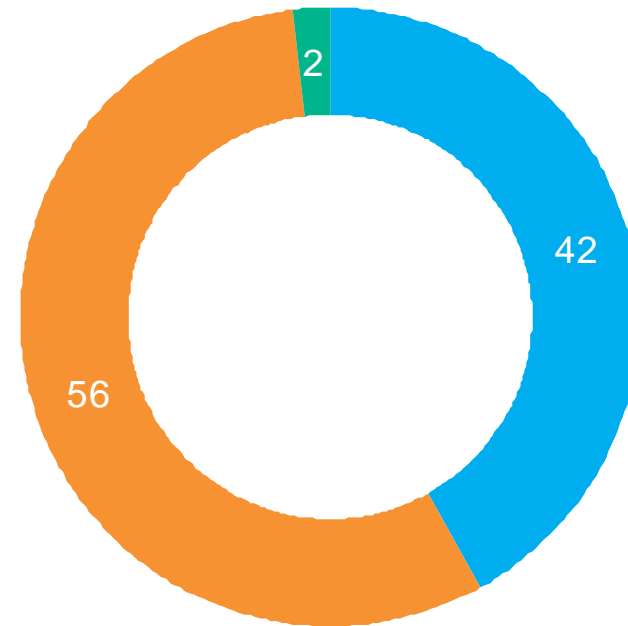
15 „Im „Frühstücksfernsehen“ lief in den letzten Wochen eine Aktion von Ariel zum Thema Wassersparen. In einer Gewinnspielaktion und kurzen Filmen ging es um Tipps und Informationen rund ums Wassersparen. Haben Sie diese Aktion bemerkt?“  
Basis: 267 Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 und mind. alle 14 Tage das Frühstücksfernsehen sehen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008

# Bildgestützt über 40 Prozent Wiedererkennung



## Erinnerung Aktion bildgestützt

Angaben in Prozent



■ ja  
■ nein  
■ weiß nicht/ keine Angabe

16 „Sie sehen hier noch ein paar Bilder und Ausschnitte dieser Aktion. Nachdem Sie diese Bilder gesehen haben: können Sie sich an diese Aktion erinnern?“  
Basis: 267 Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 und mind. alle 14 Tage das Frühstücksfernsehen sehen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

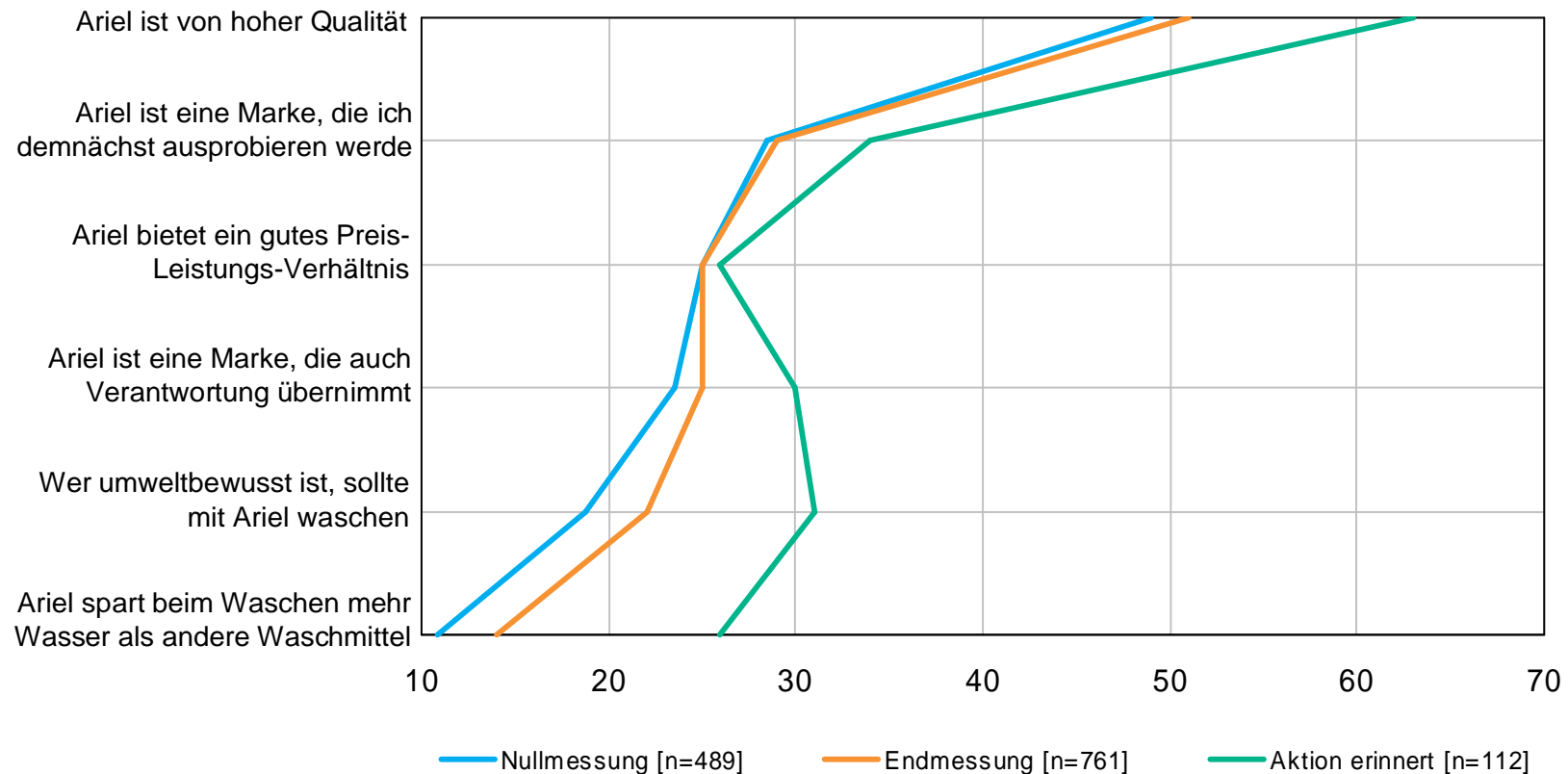
Image

Fazit

# Deutlich besseres Image, wenn Aktion bekannt

## Image Ariel

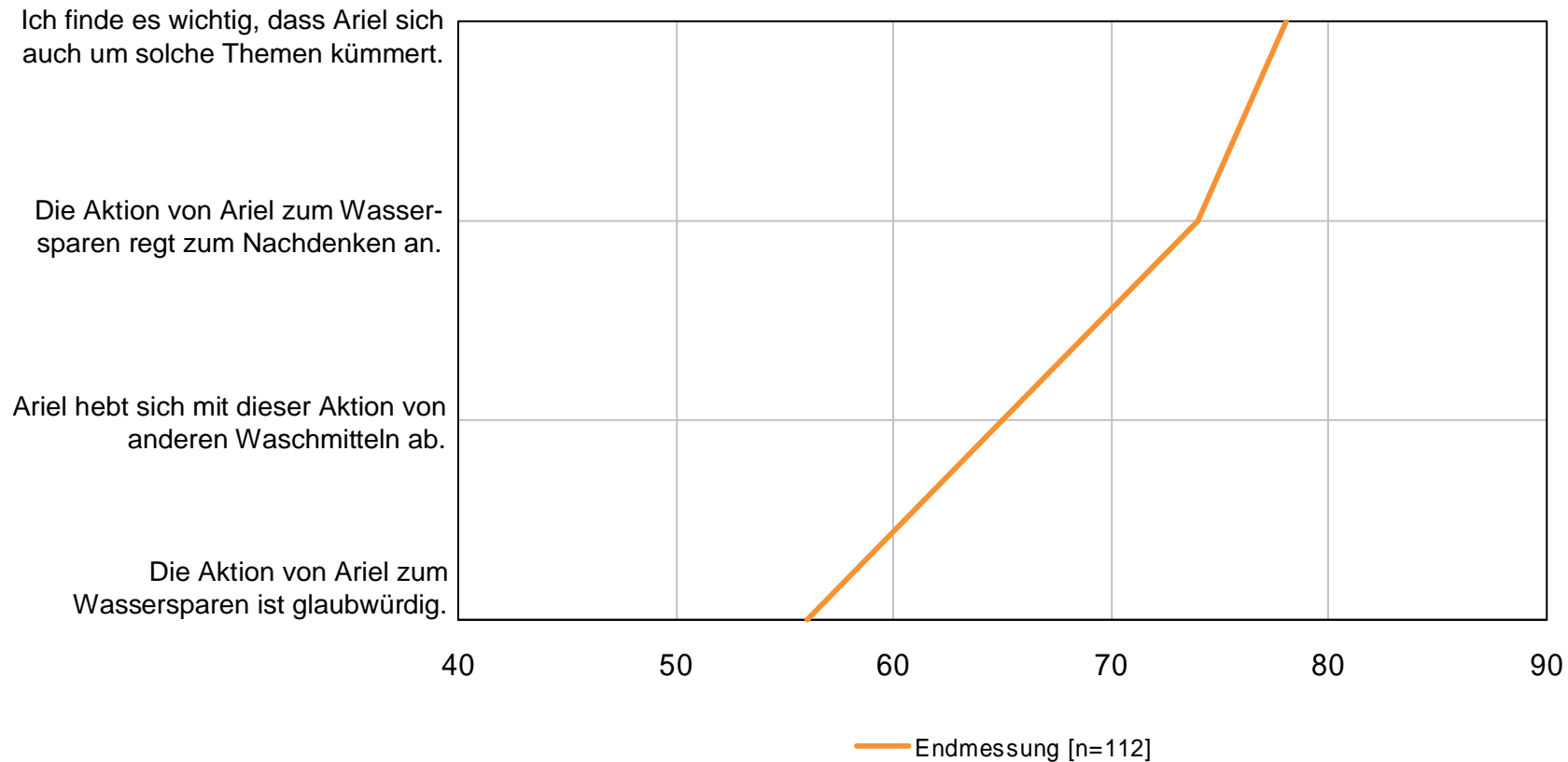
Angaben in Prozent [Top Two: stimme voll und ganz zu/stimme zu]



# Ariels Engagement als wichtig eingestuft

## Image Wasserspar-Aktion

Angaben in Prozent [Top Two: stimme voll und ganz zu/stimme zu]



19 „Was halten Sie von der Aktion von Ariel zum Thema Wassersparen? Wie sehr treffen diese Aussagen Ihrer Meinung nach darauf zu?“  
Basis: Frauen zwischen 20 und 49 Jahren, die 4 bis 7 Mal pro Woche Sat.1 sehen und sich gestützt oder ungestützt an die Wassersparaktion erinnern  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August 2008



# Agenda

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Image

Fazit

# Ein höchst erfolgreiches Engagement!

## **Markenbekanntheit**

Die spontane Markenbekanntheit von Ariel in der Zielgruppe steigt im Laufe der Aktion um 16 Prozent auf über 80 Prozent an. Besonders stark ist der Zuwachs bei regelmäßigen Seherinnen des Sat.1 Frühstücksfernsehens. Gestützt liegt die Bekanntheit ohnehin bei nahezu 100 Prozent.

## **Werbeerinnerung**

Die ungestützte Werbeerinnerung steigt ebenfalls deutlich auf rund 50 Prozent an und liegt damit fast auf dem Niveau der gestützten Werbeerinnerung. Dies ist bemerkenswert und zeigt, wie präsent Arielwerbung bei den Zuschauerinnen ist. Top Werbemedium ist das Fernsehen. Die konkrete Aktion kennen 30, bildgestützt sogar 40 Prozent.

## **Image**

Ariel wird vor allem als Marke von hoher Qualität gesehen. Das Image hat sich im Laufe der Aktion leicht verbessert. Besonders gute Werte erzielt die Marke bei denen, die sich an die Aktion erinnern. Starke Ausschläge zeigen sich dabei vor allem bei den Statements zu Verantwortung und Umweltbewusstsein. Dies belegt, dass die Aktion tatsächlich Akzente gesetzt und die Marke mit dem Thema Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht hat. Die Aktion selber wird als wichtig erachtet und regt zum Nachdenken an.

### **SevenOne Media GmbH**

Beta-Straße 10 i  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 [0] 89/95 07 – 40  
Fax +49 [0] 89/95 07 – 43 99  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)  
[info@sevenonemedia.de](mailto:info@sevenonemedia.de)

### **SevenOne Media Austria**

Theobaldgasse 19  
A-1060 Wien  
Tel. +43 [0] 1/3 68 77 66 – 0  
Fax +43 [0] 1/3 68 77 66 – 3 99  
[www.sevenonemedia.at](http://www.sevenonemedia.at)  
[info@sevenonemedia.at](mailto:info@sevenonemedia.at)

### **SevenOne Media [Schweiz] AG**

Zürichstrasse 147  
CH-8700 Küsnacht ZH  
Tel. +41 44 914 84 00  
Fax +41 44 914 84 99  
[www.sevenonemedia.ch](http://www.sevenonemedia.ch)  
[info@sevenone.ch](mailto:info@sevenone.ch)

### **SevenOne Interactive GmbH**

Beta-Straße 10 i  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 [0] 89/95 07 – 40  
Fax +49 [0] 89/95 07 – 46 15  
[www.sevenoneinteractive.de](http://www.sevenoneinteractive.de)  
[info@sevenoneinteractive.de](mailto:info@sevenoneinteractive.de)