



Germany's next Topmodel III – Begleitforschung

C&A

Unterföhring, Juli 2008



Inhalt

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Fitting

Fazit

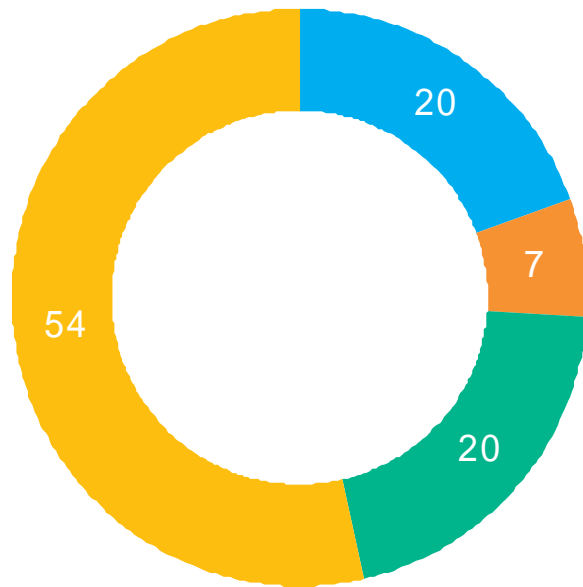
Repräsentative Telefonumfrage – Steckbrief

| | |
|-------------------------|---|
| Grundgesamtheit | Deutschsprachige Frauen 14-49 Jahre in Deutschland |
| Auswahlverfahren | Systematische Zufallsauswahl |
| Erhebungsmethode | Computergestützte Telefoninterviews [CATI] |
| Stichprobe | Nullmessung: n=501 Endmessung: n=1.010 |
| Feldzeit | Nullmessung: 20.-22.02.2008 Endmessung: 06.-16.06.2008 |
| Gewichtung | Gewichtung der Personenstichprobe nach Alter, Region und Bildung |
| Institut | forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH |

Jede Fünfte sah mindestens jede zweite Folge

Sehhäufigkeit GNT III

Angaben in Prozent



- mind. jede 2. Folge
- ca. jede 3. oder 4. Folge
- Seltener
- Nie



4 In den letzten 3 Monaten lief auf ProSieben die dritte Staffel der Sendung „Germany's next Topmodel - by Heidi Klum“ mit der Gewinnerin Jenny Hof. Wie viele Folgen der Sendung haben Sie gesehen?
Basis: Frauen 14-49 Jahre [n=1.010]
Quelle: forsa. | SevenOne Media, Juni 2008



Inhalt

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

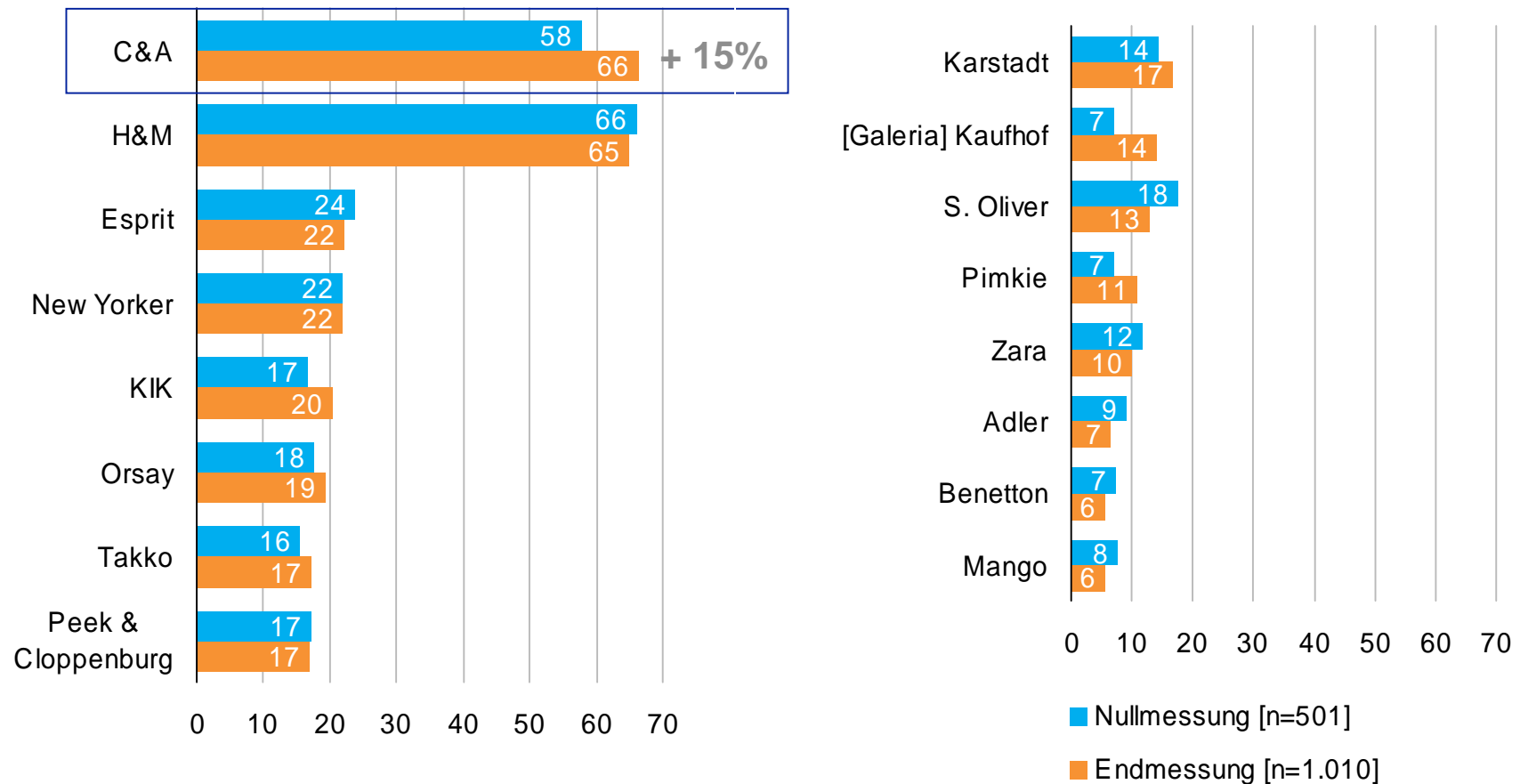
Fitting

Fazit

Spontane Markenbekanntheit steigt ...

Ungestützte Markenbekanntheit

Angaben in Prozent



6 „Es gibt ja eine Vielzahl von Geschäften, in denen man Kleidung kaufen kann. Im Folgenden geht es um Modeketten, d.h. Bekleidungshäuser, die deutschlandweit Filialen haben. Welche solcher Modegeschäfte kennen Sie, und sei es nur dem Namen nach?“
 Basis: Frauen 14-49 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

... besonders in der jüngeren Zielgruppe

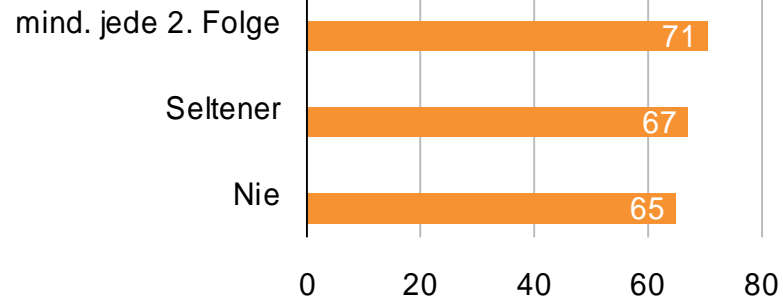
Ungestützte Markenbekanntheit C&A

Angaben in Prozent

Alter



Sehhäufigkeit GNT III



■ Endmessung [n=1.010] ■ Nullmessung [n=501]



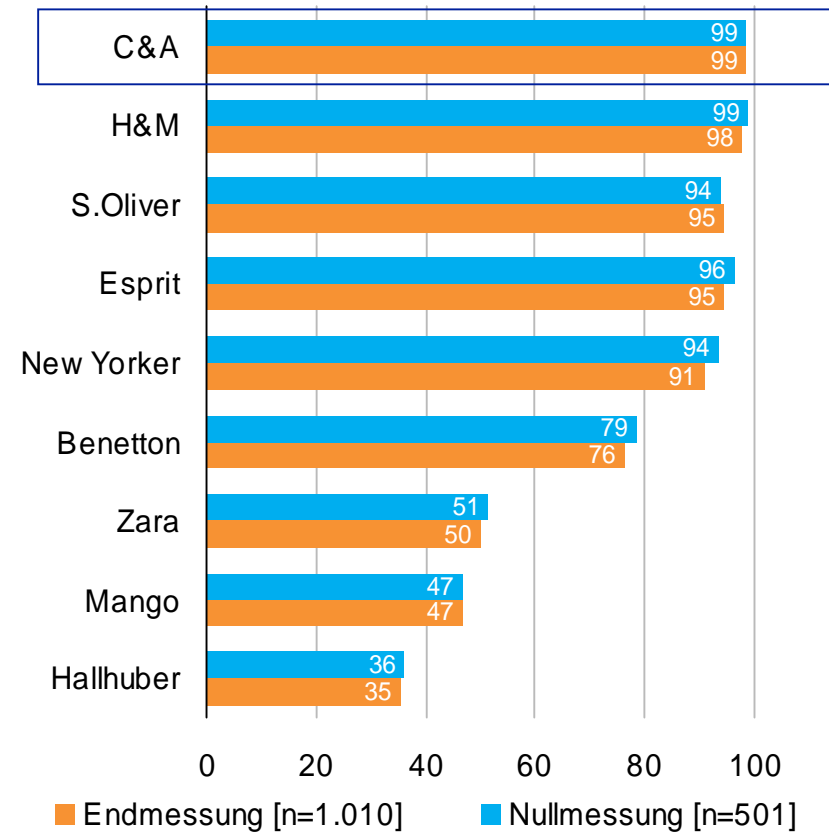
7 „Es gibt ja eine Vielzahl von Geschäften, in denen man Kleidung kaufen kann. Im Folgenden geht es um Modeketten, d.h. Bekleidungshäuser, die deutschlandweit Filialen haben. Welche solcher Modegeschäfte kennen Sie, und sei es nur dem Namen nach?“
Basis: Frauen 14-49 Jahre
Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Gestützt: Fast alle kennen C&A



Gestützte Markenbekanntheit

Angaben in Prozent



8 „Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Ich nenne Ihnen nun eine Reihe von Modegeschäften, und Sie sagen mir bitte jeweils, ob sie diese kennen, und sei es auch nur dem Namen nach?“
 Basis: Frauen 14-49 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008



Inhalt

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

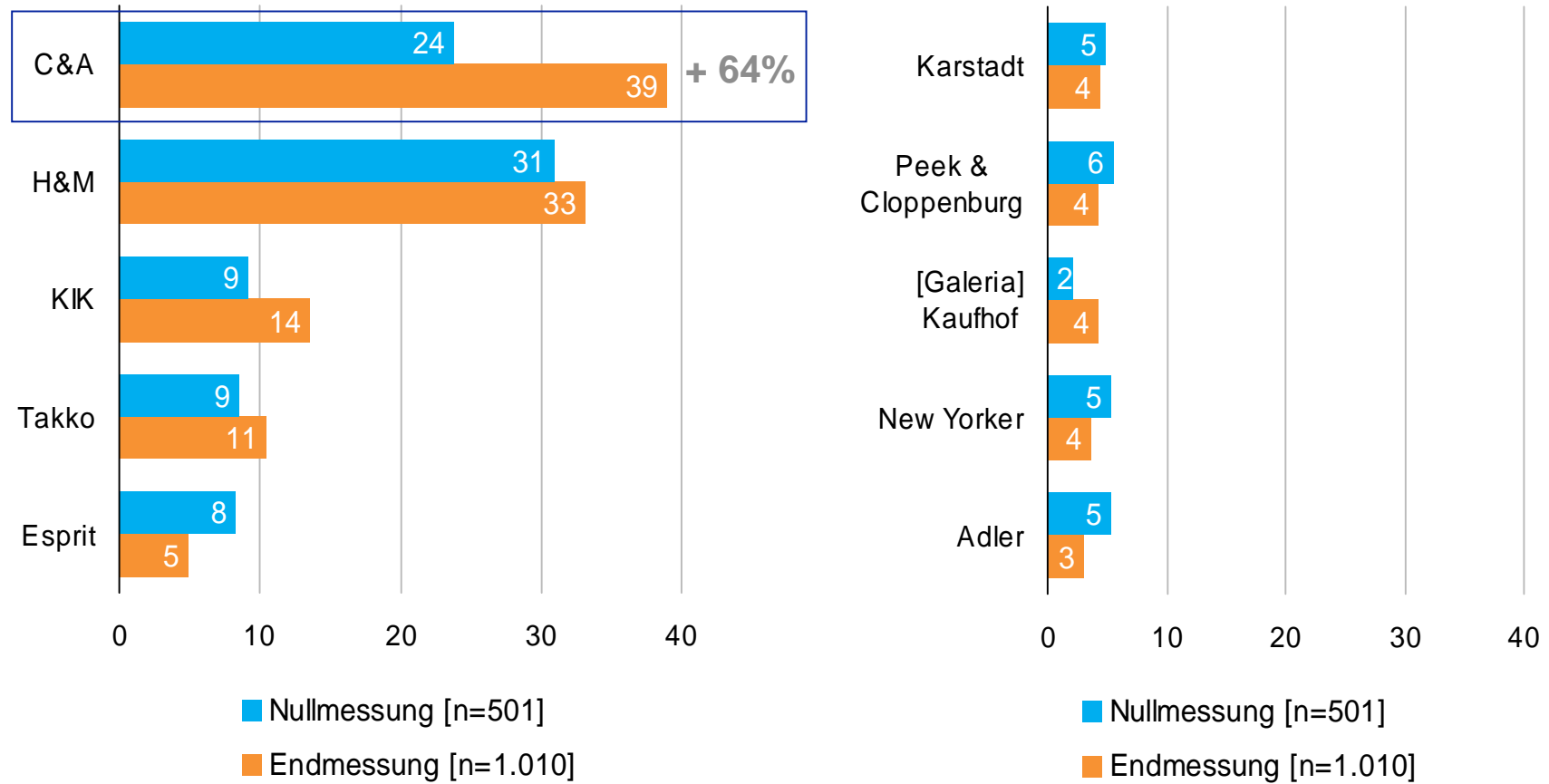
Fitting

Fazit

GNT steigert spontane Werbeerinnerung deutlich

Ungestützte Werbeerinnerung

Top Ten der Endmessung
Angaben in Prozent



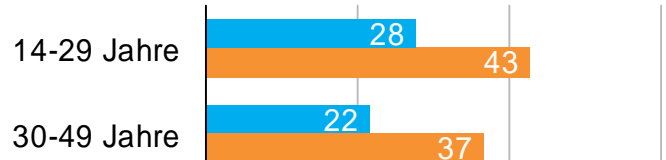
10 „Und für welche Modegeschäfte haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“
Basis: Frauen 14-49 Jahre
Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Höchste Werte bei den GNT-Zuschauerinnen

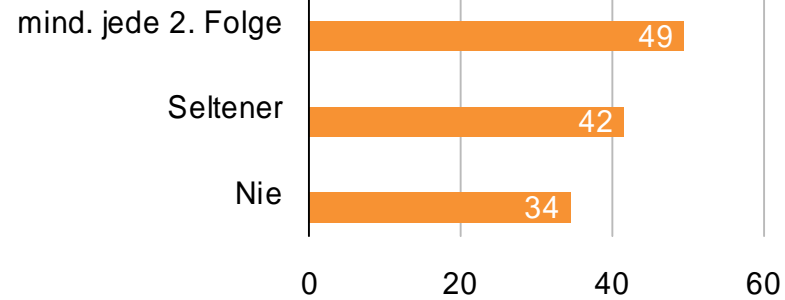
Ungestützte Werbeerinnerung C&A

Angaben in Prozent

Alter



Sehhäufigkeit GNT III



■ Endmessung [n=1.010] ■ Nullmessung [n=501]

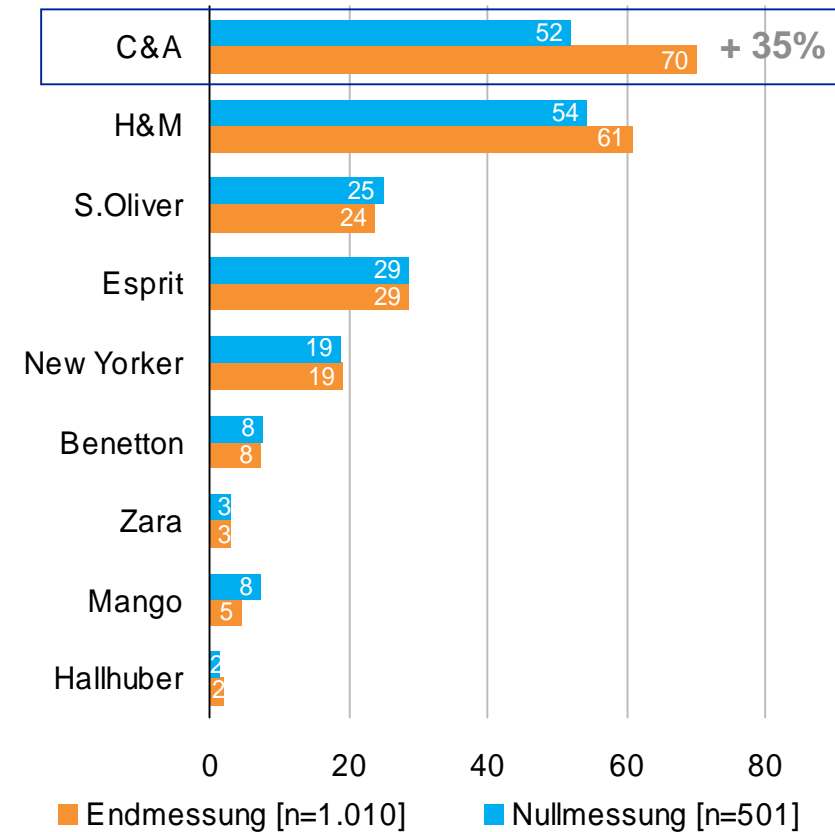


Auch gestützte Werbeerinnerung legt deutlich zu



Gestützte Werbeerinnerung C&A

Angaben in Prozent

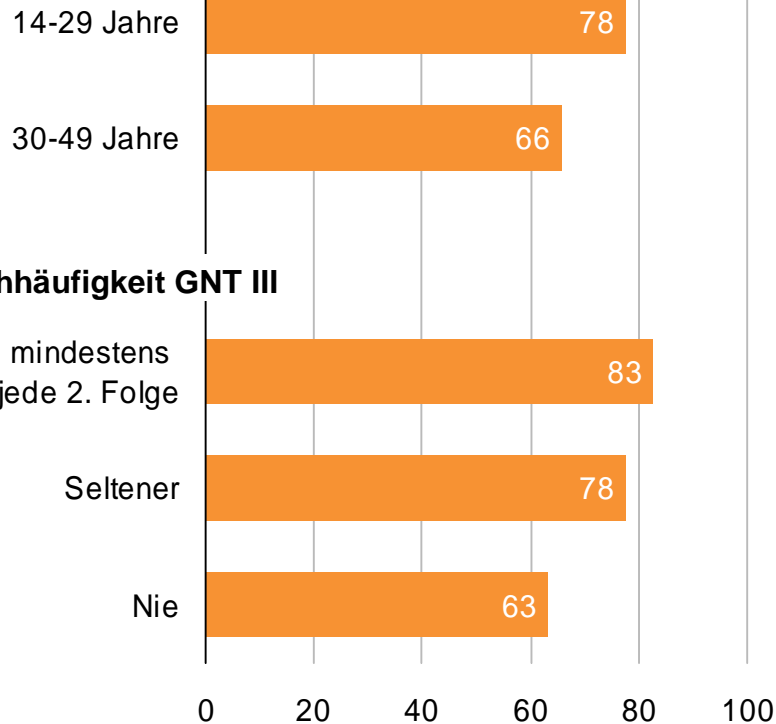


GNT-Fans und Jüngere erinnern sich häufiger

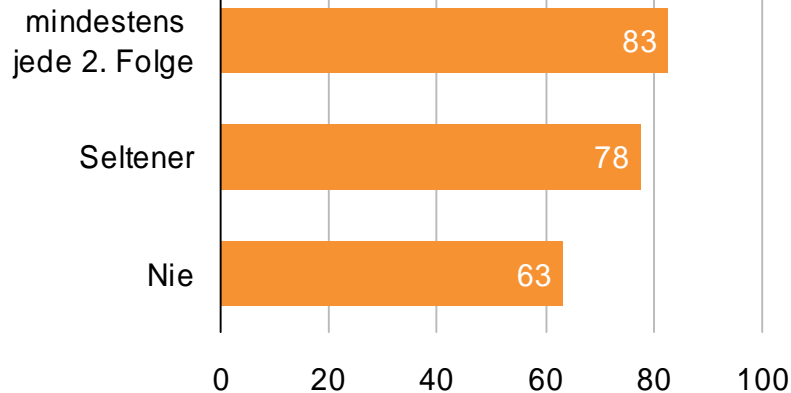
Gestützte Werbeerinnerung C&A

Angaben in Prozent

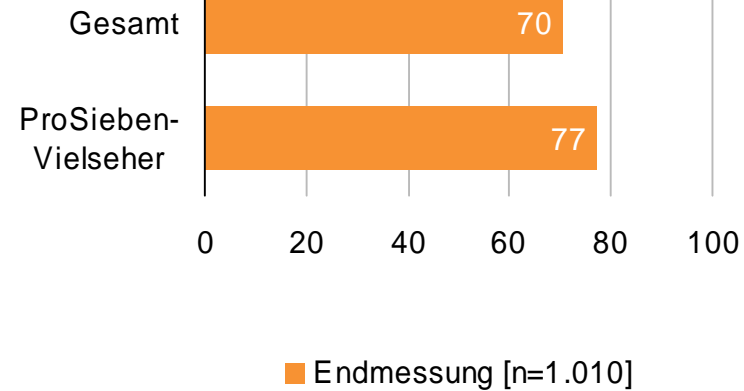
Alter



Sehhäufigkeit GNT III



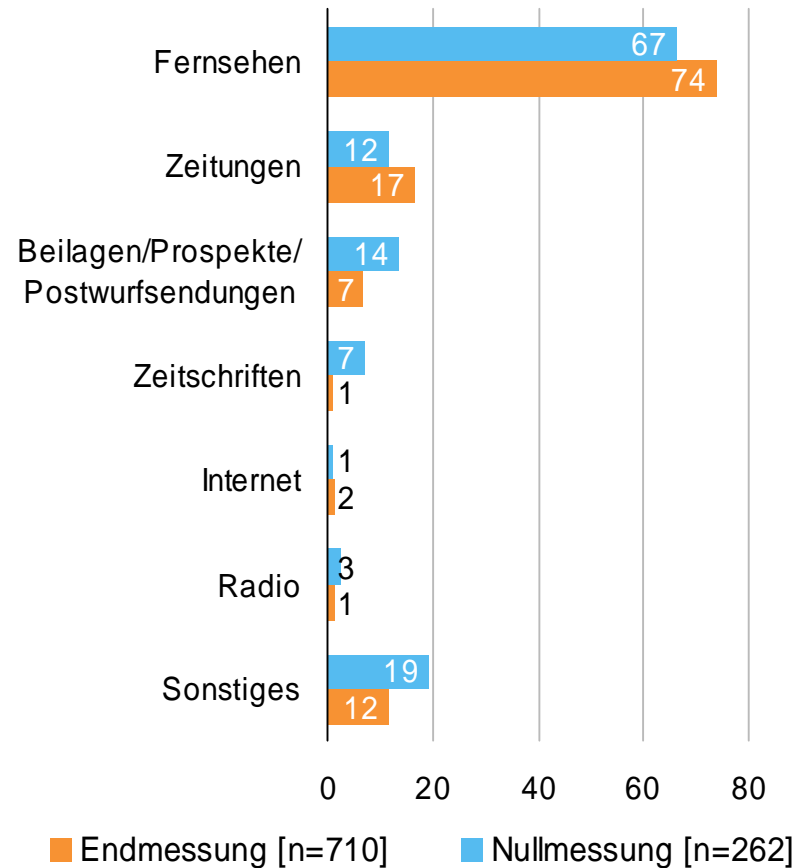
ProSieben-Vielseher [4-7mal/Woche]



Fernsehen ist klar Werbemedium Nr.1

Erinnerte Werbemedien C&A

Angaben in Prozent



14 „Sie sagten ja, Sie erinnern sich an Werbung für C&A. Wo haben Sie diese Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die sich an Werbung für C&A erinnern
Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008



Inhalt

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

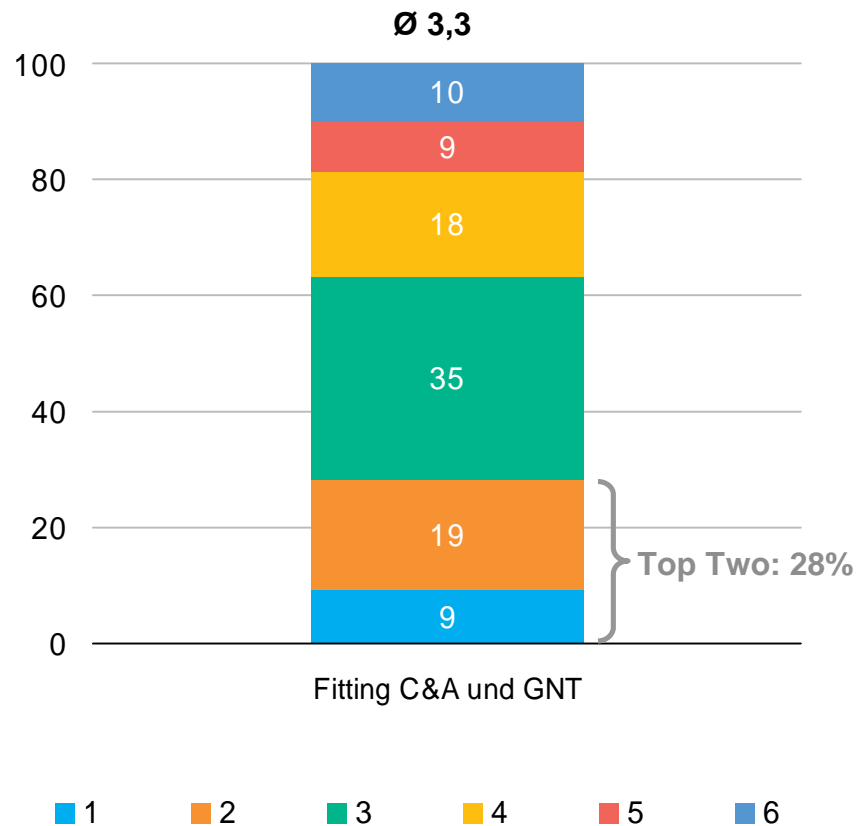
Fitting

Fazit

Mehrheit findet: C&A und GNT passen zusammen

Fitting C&A und GNT

Angaben in Prozent



16 „Nun kommen wir noch einmal zurück zu den Modehäusern. Sie sagten ja, sie kennen C&A. Im Rahmen einer Kooperation mit der Sendung „Germany's next Topmodel“ gab es bei C&A eine Sonderkollektion zu kaufen. Außerdem gewann die Siegerin der Sendung einen Modelvertrag mit C&A. Wie gut passt Ihrer Meinung nach C&A zur Sendung „Germany's next Topmodel“? Bitte vergeben Sie dafür eine Schulnote, wobei 1 für „sehr gut“ und 6 für „sehr schlecht“ steht. Basis: Frauen 14-49 Jahre, denen C&A bekannt ist [n=997] Quelle: forsa. | SevenOne Media, Juni 2008



Inhalt

Steckbrief

Markenbekanntheit

Werbeerinnerung

Fitting

Fazit

C&A während der 3. Staffel GNT dauerhaft präsent

- **C&A ist präsent:** die ungestützte Markenbekanntheit von C&A steigt während der 3. Staffel von ‚Germany’s next Topmodel‘ von 58 auf 66 Prozent.
- Auch die **Werbeerinnerung** profitiert deutlich. Nach der Staffel haben 70 Prozent der Frauen Werbung für C&A im Kopf. Topmodel-Fans erzielen noch höhere Werte.
- **Fernsehen** wird eindeutig als Haupt-Werbemedium identifiziert.
- Über 60 Prozent sind der Meinung, C&A und ‚Germany’s next Topmodel‘ **passen zusammen.**





Sales Region Düsseldorf

Zollhof 11

D-40221 Düsseldorf

Tel. +49 [0]2 11/4 96 94 – 0

Fax +49 [0]2 11/4 96 94 – 20

Sales Region Hamburg

Moorfuhrtweg 17

D-22301 Hamburg

Tel. +49 [0] 40/44 11 16 – 0

Fax +49 [0] 40/44 11 16 – 66

Sales Region Frankfurt

Rotfeder-Ring 11

D-60327 Frankfurt/Main

Tel. +49 [0] 69/27 40 01 – 0

Fax +49 [0] 69/27 40 01 – 30

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

info@sevenonemedia.de