



# DSDS macht Cab zum Superstar

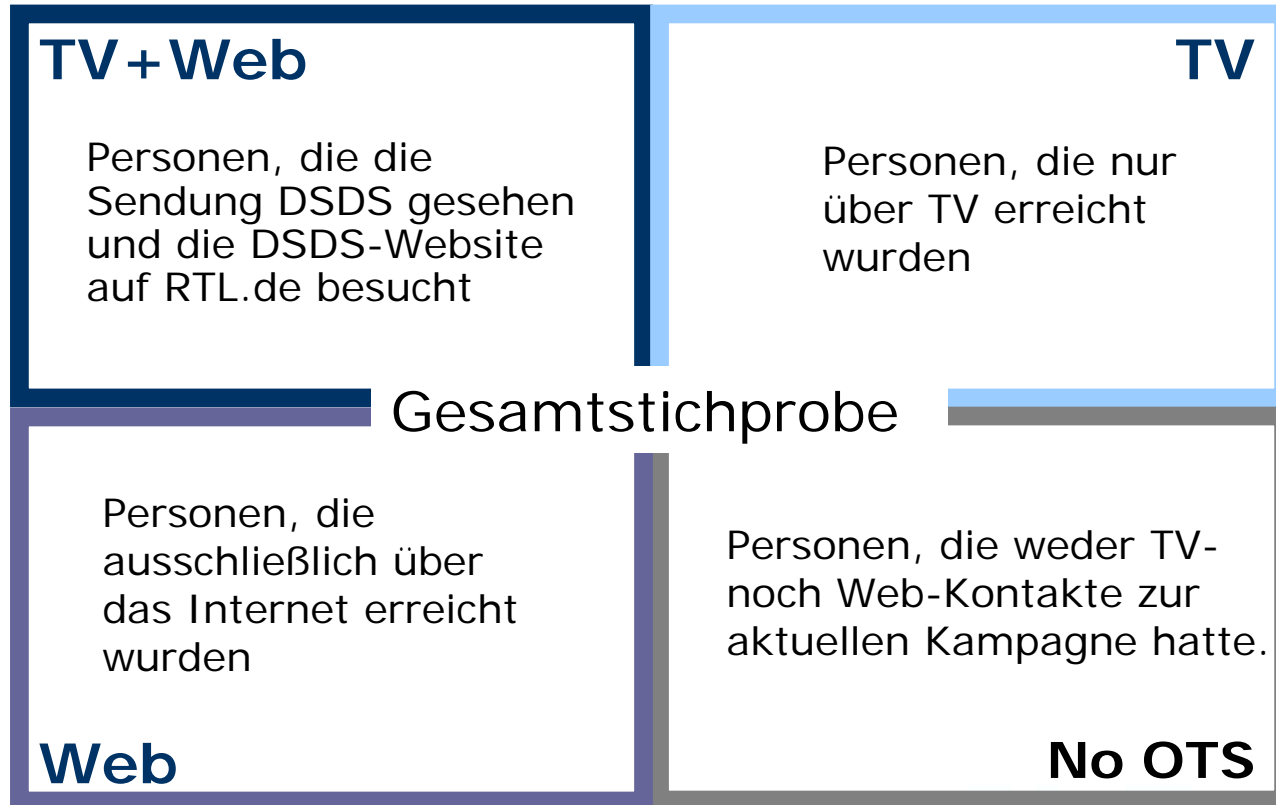
## Crossmedia Sponsoring-Begleitstudie

Köln, den 11. Mai 2004

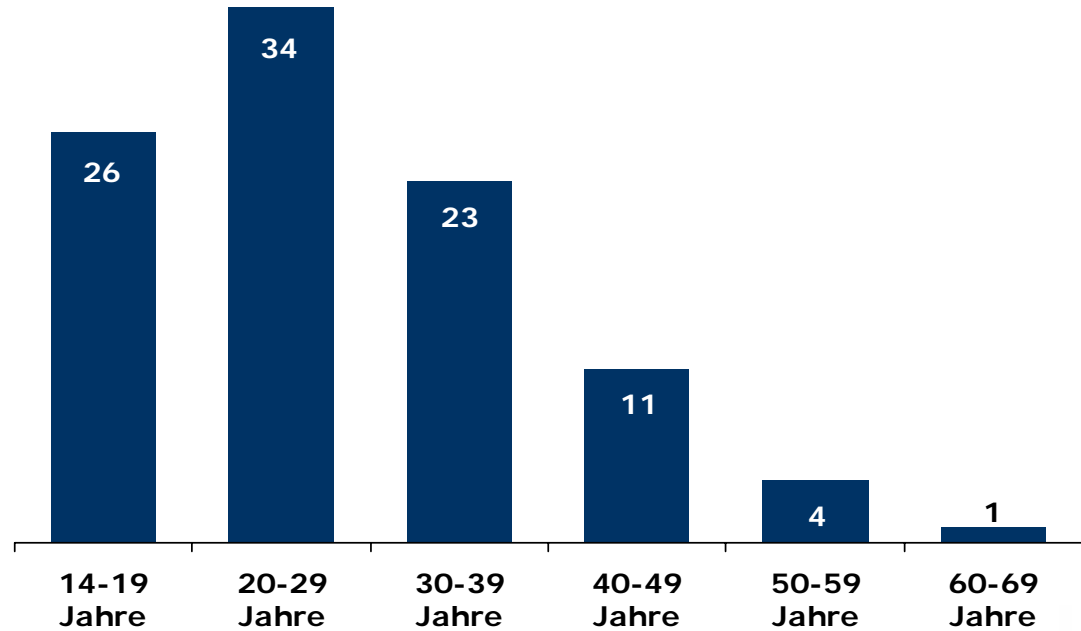
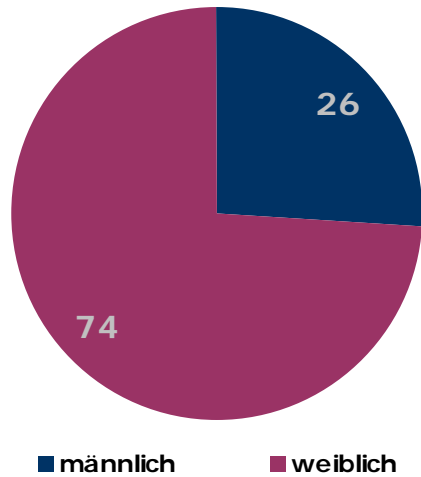


# Basics zur Crossmedia-Begleitstudie

Die Gesamtstichprobe wurde unterteilt in folgende Gruppen:



# Geschlecht & Alter der Befragten in %



Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004 , Basis: Erw. 14+, n=898 Befragte



# Sponsoring Cab

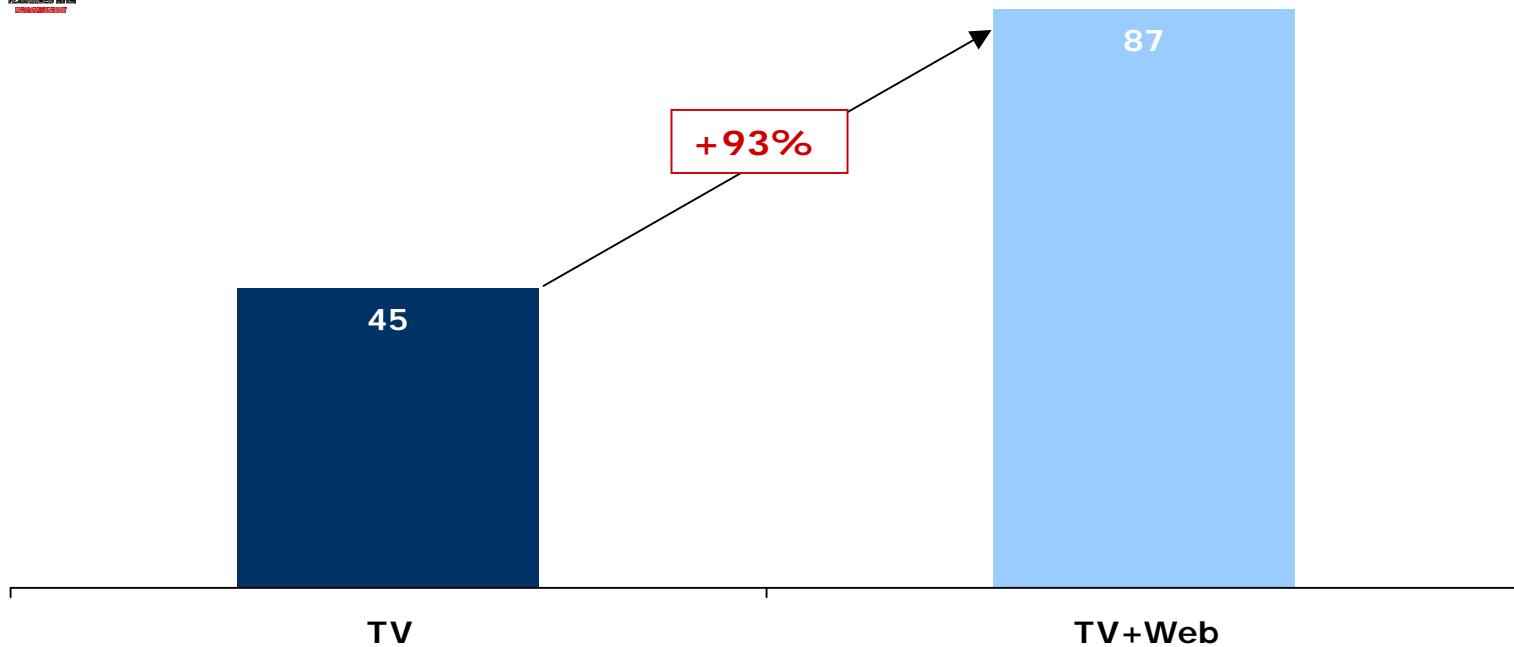
Köln, den 11. Mai 2004



# Gestützte Sponsoren-Awareness



in %



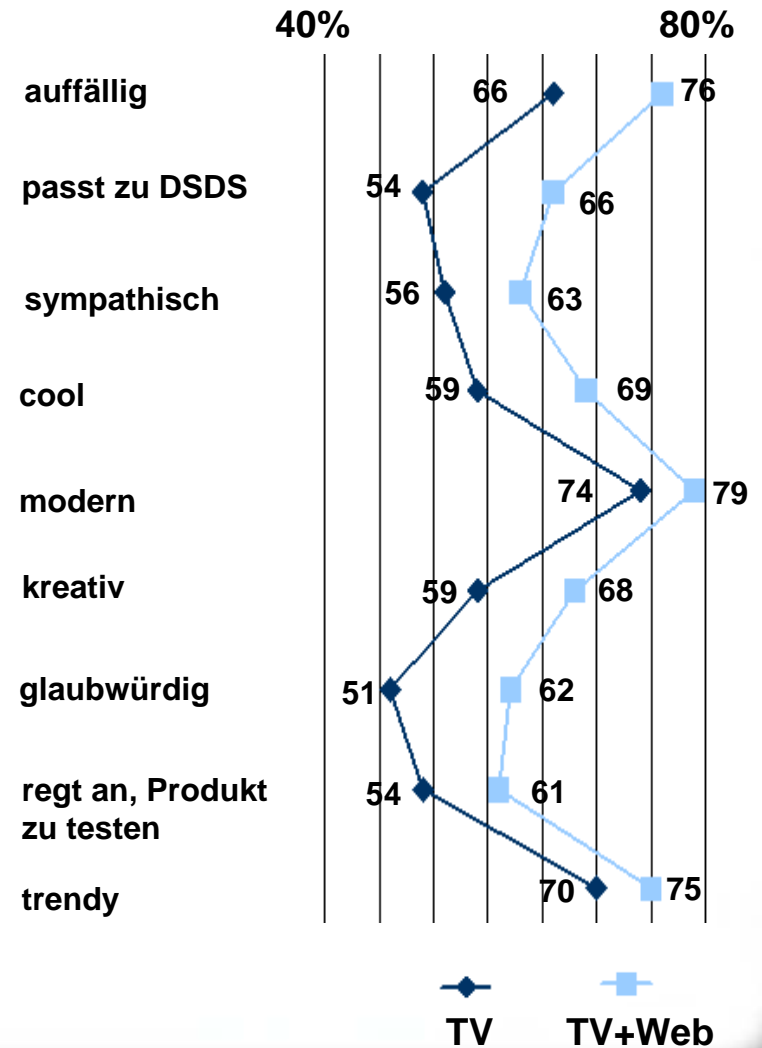
Der bereits sehr gute Werbewirkungseffekt von TV kann im Zusammenspiel mit Online auf 87% Sponsoren-Awareness gesteigert werden!

Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004  
Welche dieser Firmen bringen Sie mit der Sendung „Deutschland sucht den Superstar (DSDS)“ in Verbindung?

# Beurteilung Cab-Sponsorings

Skala von „trifft überhaupt nicht zu“  
[0%] bis „trifft voll und ganz zu“  
[100%]

Darstellung der Mittelwerte



Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

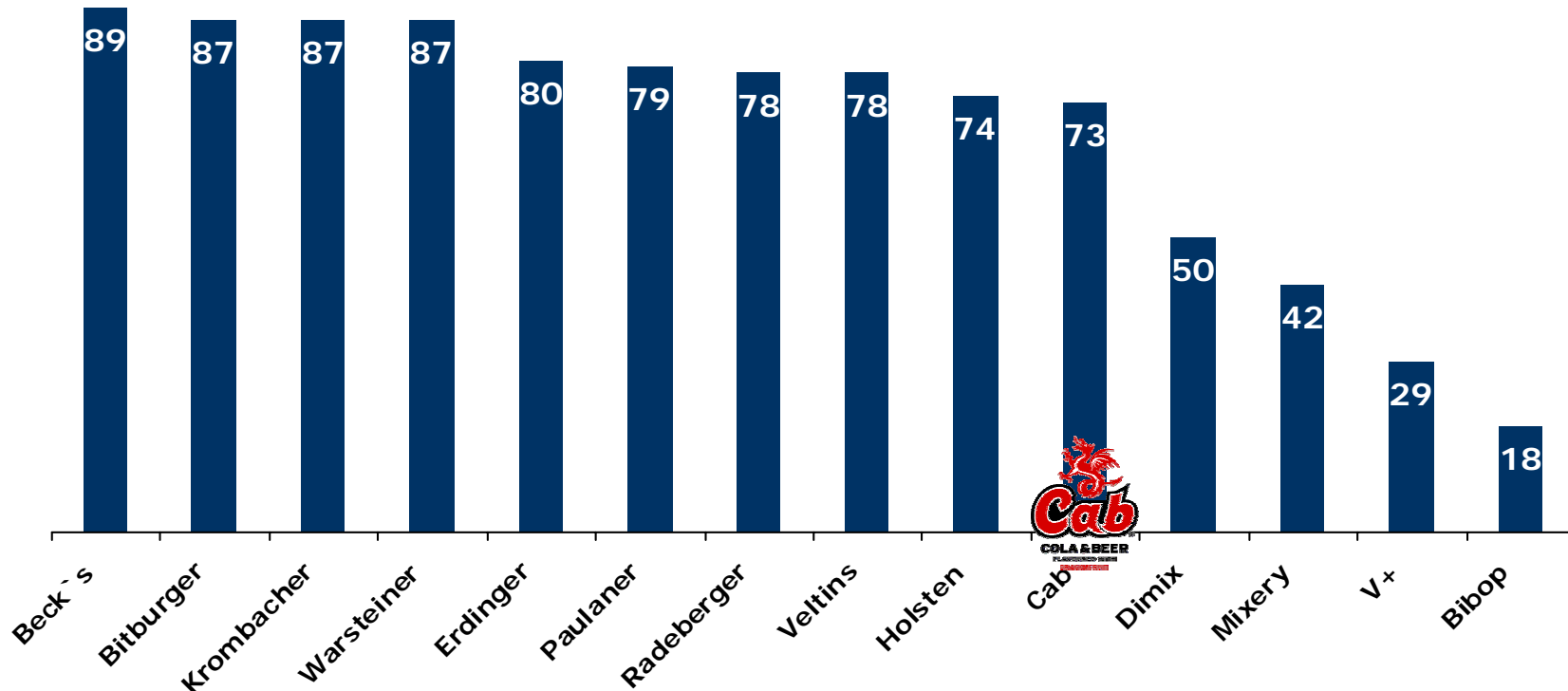


# Die Marke Cab

Köln, den 11. Mai 2004



# Gestützte Markenbekanntheit, Gesamt in %



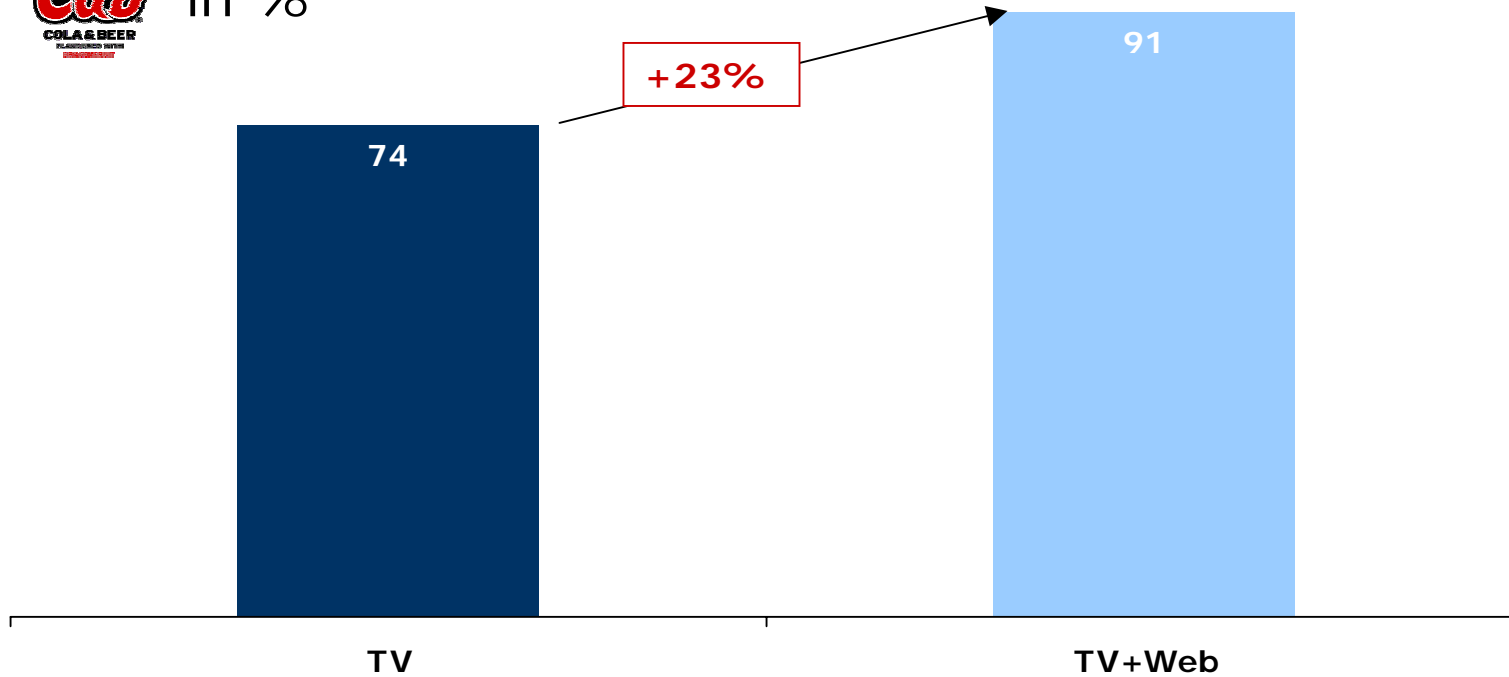
Cab steigt mit dem DSDS-Sponsoring direkt in die Liga der großen Biermarken ein.

Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004, Basis: Erw. 14+, n=898 Befragte  
Welche der folgenden Marken von Bier und Biermischgetränken kennen Sie?

# Gestützte Markenbekanntheit



in %



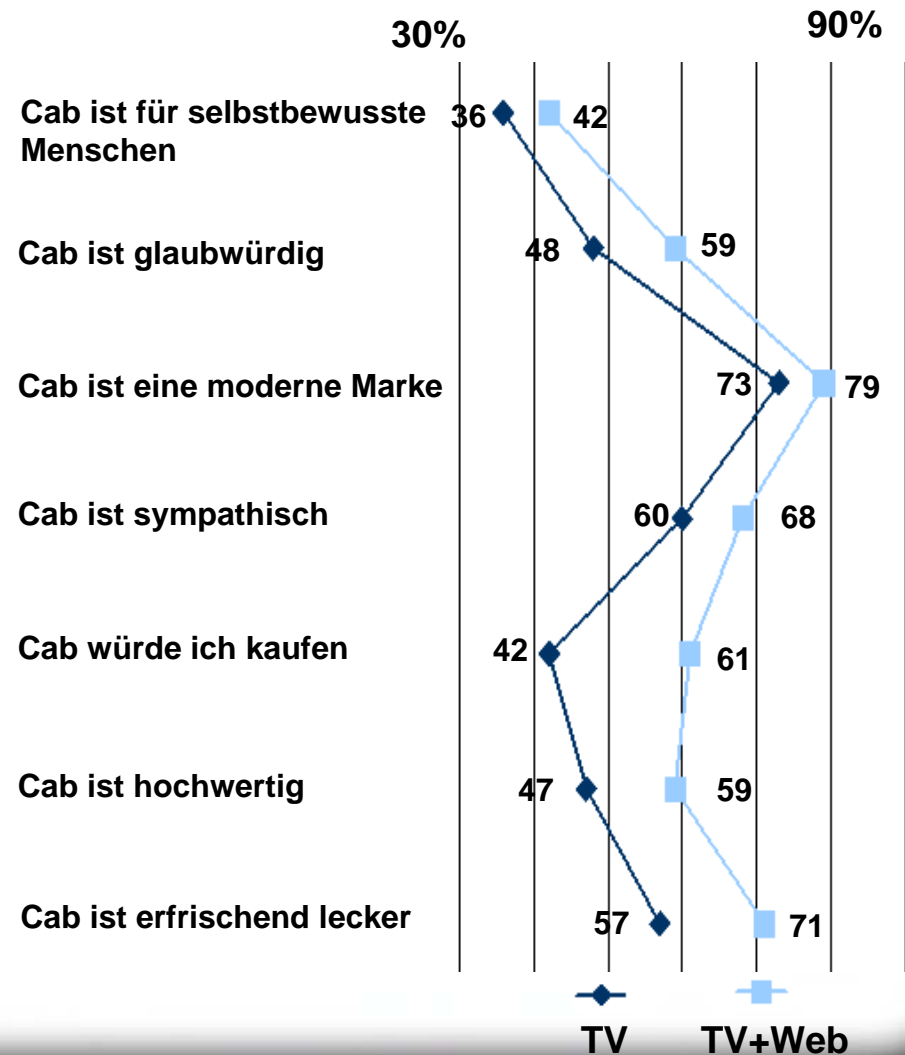
Nach Crossmedialen Kontakten mit DSDS kennen 91% die Marke Cab.

Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004  
Welche der folgenden Marken von Bier und Biermischgetränken kennen Sie?

# Markenimage Cab

Skala von „trifft überhaupt nicht zu“  
[0%] bis „trifft voll und ganz zu“  
[100%]

Darstellung der Mittelwerte



Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

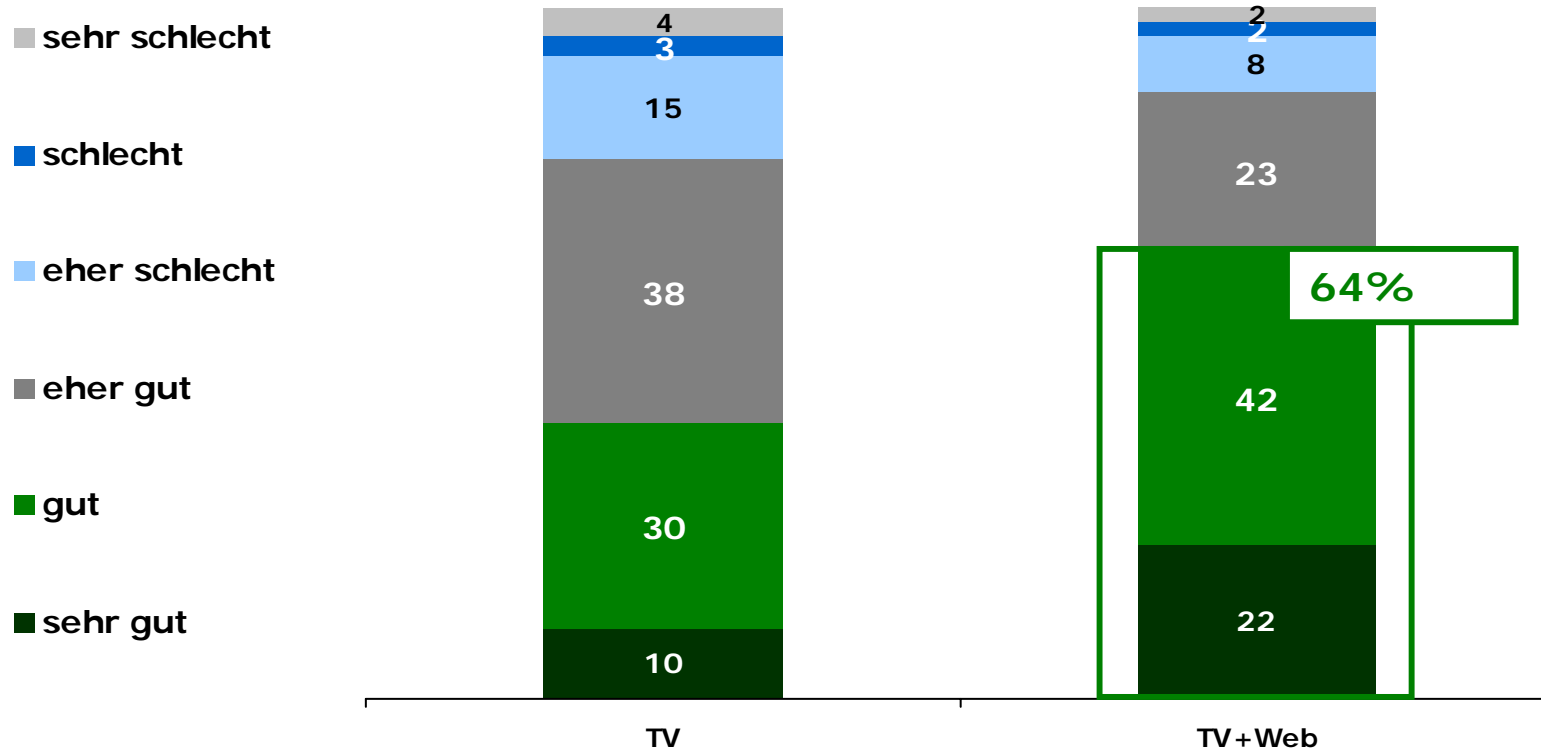


# Brand FIT Cab zu RTL und zu DSDS

Köln, den 11. Mai 2004



# Wie gut passt Cab zum Sender RTL, in %

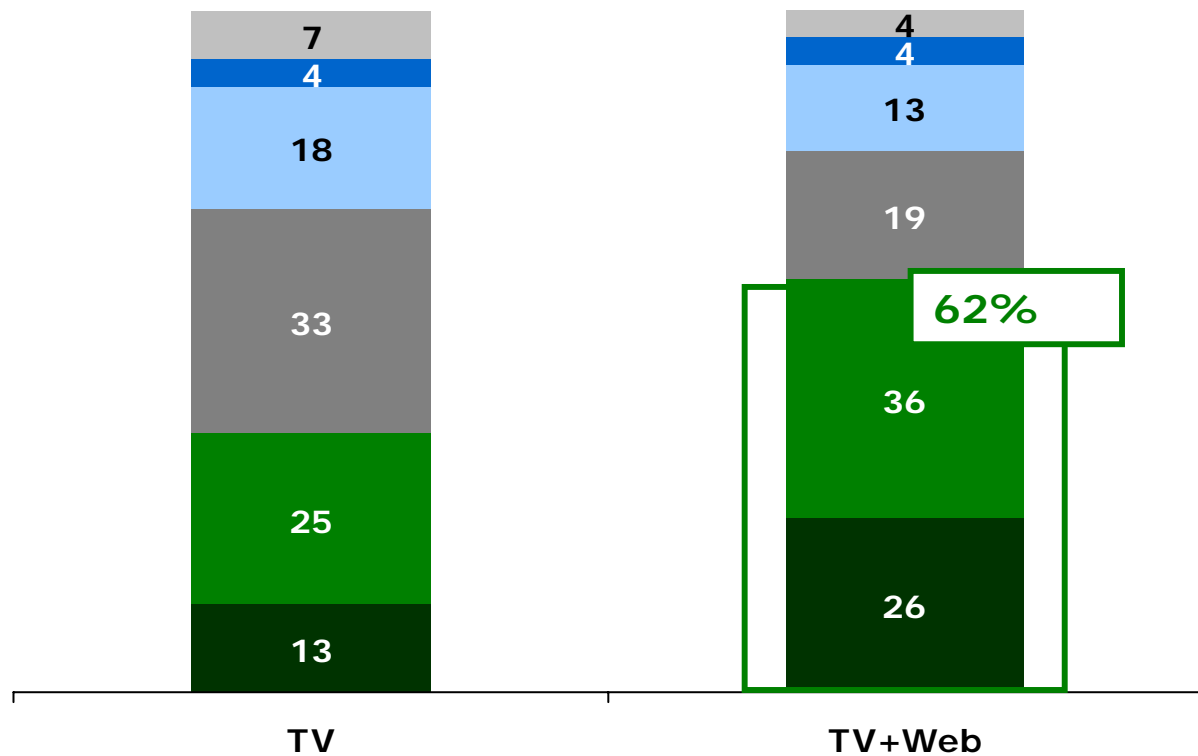


Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

Wie gut passt Cab Ihrer Meinung nach zum Sender RTL?

# Wie gut passt Cab zu DSDS, in %

- sehr schlecht
- schlecht
- eher schlecht
- eher gut
- gut
- sehr gut



Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

Wie gut passt Cab Ihrer Meinung nach zur Sendung Deutschland sucht den Superstar?

# Warum passt Cab zur Sendung DSDS?

Offene Nennungen / gruppiert

Passt zur  
Sendung / Passt  
zum Sender  
allgemein

Spricht junge Leute  
an / Junge Leute  
werden aufmerksam  
auf Cab

Sind beide  
zeitgemäß /  
Trendy /  
Modern

Sprechen dieselbe  
Zielgruppe an /  
Beide für jüngere

Ist trendy /  
Funky

Ist cool /  
Erfrischend /  
Spritzig /  
Frisch

Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

# Warum passt Cab zur Sendung DSDS?

## Beispielstatements der Befragten

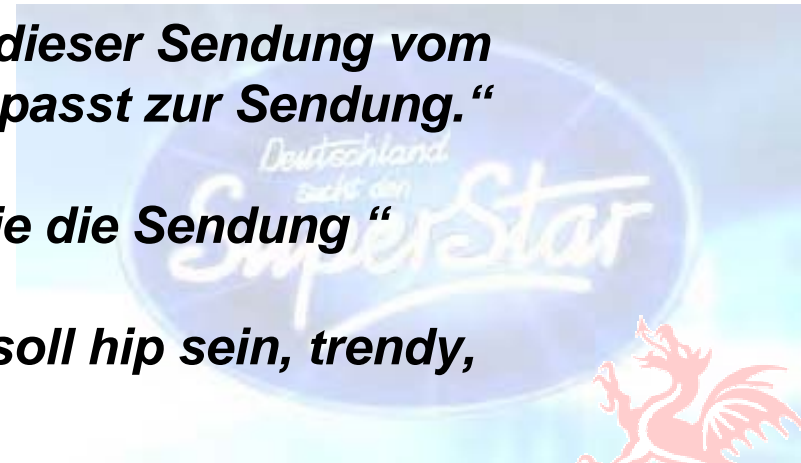
**„Cab ist cool, trendy und passt zu dieser Sendung vom Layout auch her., / „Das Mädchen passt zur Sendung.“**

**„Es [Cab] ist modern und flippig wie die Sendung“**

**„Es ist immer noch relativ neu, es soll hip sein, trendy, genau wie die Sendung.“**

**„Die Werbung vermittelt den Eindruck, dass vor allem junge Leute dieses Getränk mit Begeisterung trinken. In der Sendung gibt es nur junge dynamische Leute, zu denen dieses Getränk passt.“**

**„Da man Samstagsabend vor dem Fernseher sitzt und dabei CAB trinken kann :) .“**



Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

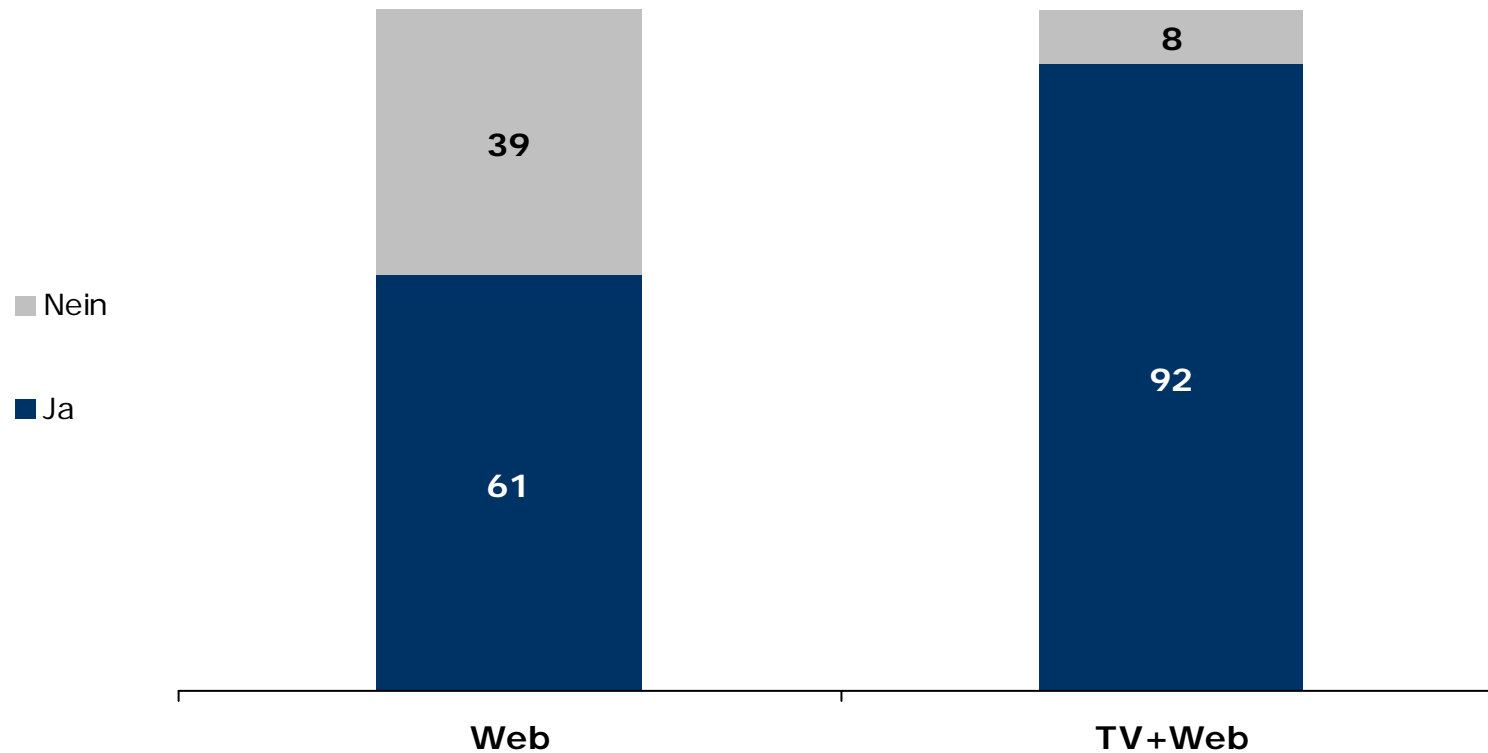


# Die DSDS Seite auf RTL.de

Köln, den 11. Mai 2004



# Website erfüllt die Erwartungen der User



Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

Nachdem Sie DSDS online besucht haben: Erfüllen die Inhalte auf der Website Ihre Erwartungen?

# Gründe für Nutzung der DSDS Internetseiten (offene Nennungen)

Zusatzinformationen,  
die bei der Show nicht  
genannt werden

Infos über die  
Kandidaten zu  
bekommen/  
Private  
Informationen

Um up-to-date  
zu sein/ Auf dem  
neusten Stand zu  
sein

Weil ich die Sendung  
verpasst habe/ Altes  
Material sehen

Kommentare/  
Chat/ Foren

Bildergalerie/ Bilder  
anschauen/ Webcam

# DSDS Website Beurteilung

Die DSDS Seite liefert mir wichtige Zusatzinformationen zu den Kandidaten.

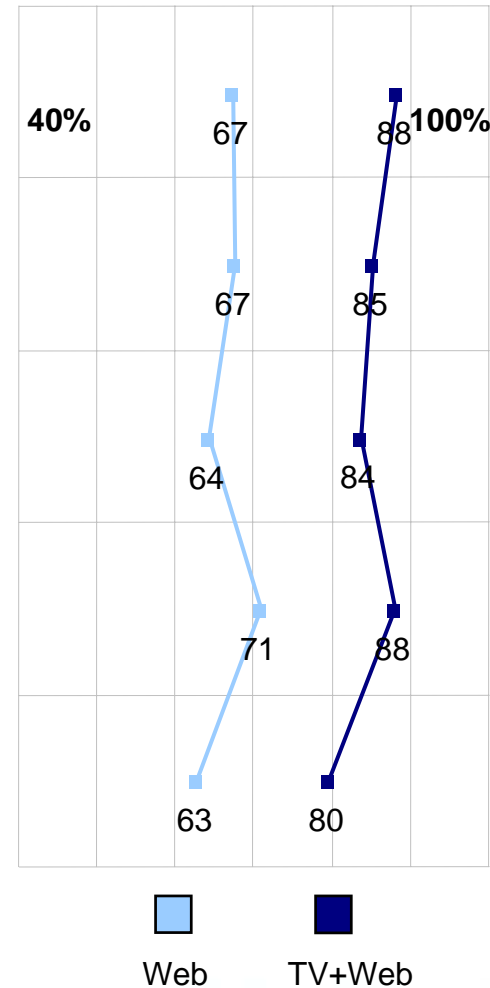
Die DSDS -Website gibt mir die Möglichkeit, Highlights vergangener Sendungen anzusehen.

Die DSDS-Seite ist unverzichtbar für echte Fans.

Die DSDS-Website zeigt mir immer aktuell, was gerade los ist.

Die DSDS-Website liefert mir interessante Zusatzinformationen zu Jury und Moderatoren.

Darstellung der Mittelwerte



Quelle: Dialego Cab-Studie 03/2004

....inwieweit diese Aussagen Ihrer Meinung zur DSDS-Website entsprechen. Skala von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“



# Kaufverhalten

Köln, den 11. Mai 2004



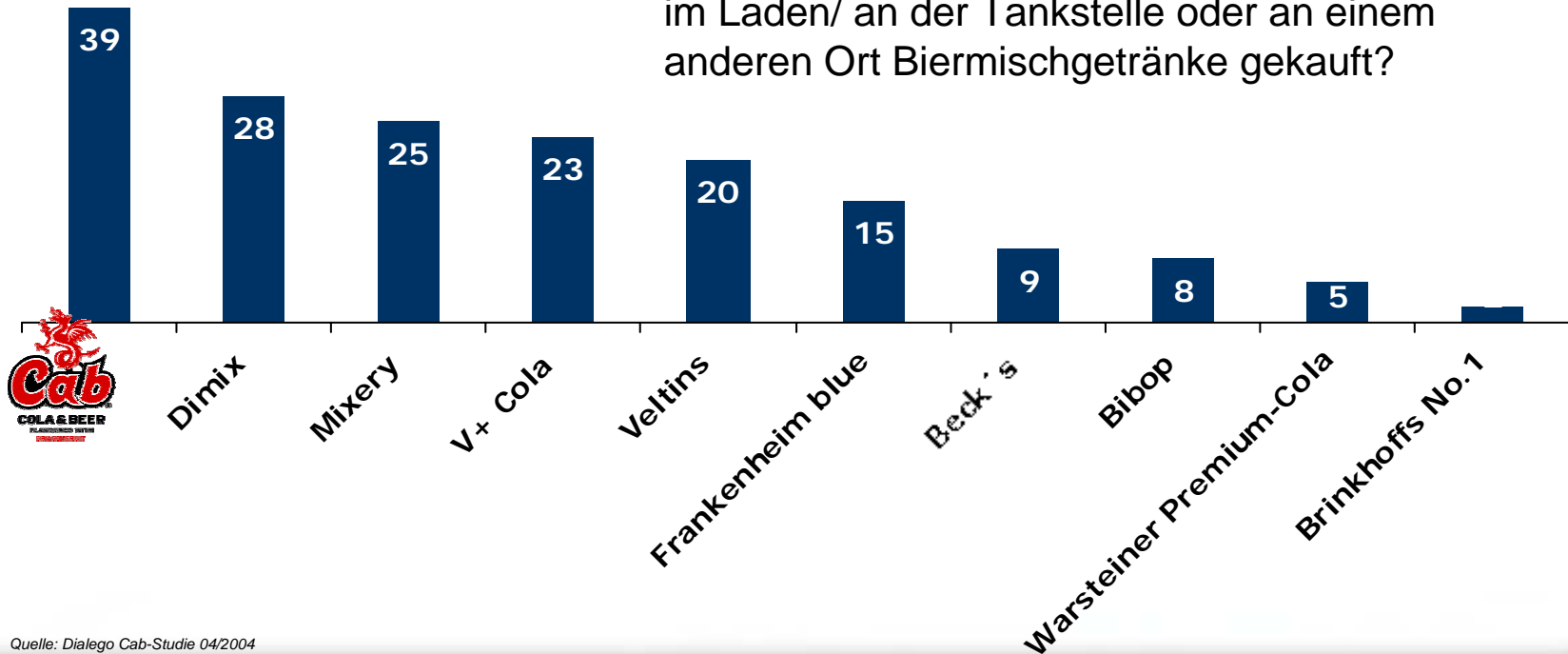
## 4 Wochen nach dem großen Finale...

... wurden die Befragten noch einmal kontaktiert und zu einer kurzen Nachbefragung gebeten.

# Kaufverhalten gestützt, Gesamt in %

Käufer von Biermischgetränken:

Bitte betrachten Sie jetzt einmal die untere Liste:  
Von welchen Biermischgetränke-Marken und -  
Herstellern haben Sie in den letzten 4 Wochen  
im Laden/ an der Tankstelle oder an einem  
anderen Ort Biermischgetränke gekauft?

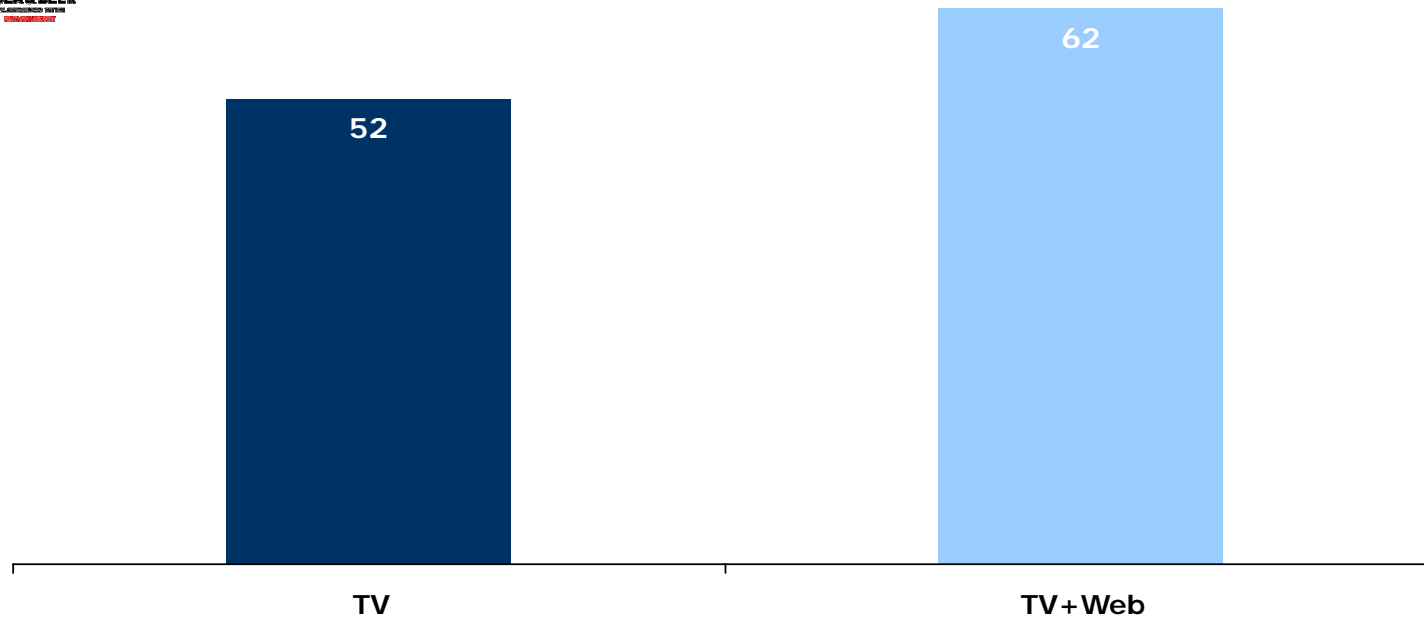


Quelle: Dialego Cab-Studie 04/2004

# Kaufverhalten gestützt nach Gruppen



in %



Biermischgetränke-Käufer: von den über TV-erreichten Befragten hat jeder zweite Cab zu Cab gegriffen, die Crossmedial erreichte Zielgruppe hat zu 62% Cab gekauft!

Quelle: Dialego Cab-Studie 04/2004

# Fazit

- Cab wurde als Sponsor extrem gut wahrgenommen.
- Der Sponsorenauftritt wird sehr positiv bewertet und Cab wird dadurch zu einer Marke, die man kaufen würde.
- Cab steigt bei der Markenbekanntheit in den Bereich der bekannten Biermarken ein. Bei der durch DSDS crossmedial erreichten Zielgruppe liegt die Markenbekanntheit bei 91%!
- Cab konnte nicht nur gute „Kaufwahrscheinlichkeits“-Werte erzielen, sondern die Nachmessung zeigte: Cab wird gekauft!

# Ihre Ansprechpartner

## **IP NEWMEDIA GmbH**

Am Coloneum 1

50829 Köln

fon 0221 - 780 6201

fax 0221 - 780 6209

[www.ip-newmedia.de](http://www.ip-newmedia.de)

Doris Eckardt (Sales Manager)

fon 0221 – 780 6240

[doris.eckardt@ip-newmedia.de](mailto:doris.eckardt@ip-newmedia.de)

## **Ansprechpartner Forschung:**

Cornelia Krebs (Abteilungsleiterin Mediaanalyse)

IP Deutschland GmbH

Aachener Straße 1042 a

50858 Köln

Telefon: + 49 (0) 221/ 5886-470

Telefax: + 49 (0) 221/ 5886-459

Mobil: + 49 (0) 163/5886-470

[cornelia.krebs@ip-deutschland.de](mailto:cornelia.krebs@ip-deutschland.de)

[www.ip-deutschland.de](http://www.ip-deutschland.de)



**Danke für Ihre Aufmerksamkeit**

