



Werbewirkung: WinAd Kitekat®

München, August 2007



Agenda

Steckbrief

Ergebnisse

Fazit

Steckbrief



Methode	Follow Up-Befragung mit forsa.omninet zu den WinAds in ‚Galileo‘ auf ProSieben
Stichprobe	302 deutschsprachige Katzenbesitzer in Deutschland [20-65 Jahre], die nach Aufforderung am 23. Juli 2007 ‚Galileo‘ gesehen haben
Inhalt	Überprüfung der Werbewirkung des WinAd von Kitekat® [Spotserie und Gewinnspielfrage]
Erhebung	23. Juli 2007, im Anschluss an ‚Galileo‘
Institut	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH

WinAd – Die Idee



1. Über einen Cut In wird auf das Gewinnspiel von Kitekat® im folgenden Werbeblock aufmerksam gemacht.
2. Innerhalb des Werbeblocks laufen die sieben Kitekat®-Spots, unterbrochen von anderen Spots.
3. Nach dem Werbeblock läuft die Sendung weiter. Kurz darauf wird den Zuschauern im Rahmen eines Trailer Split die Gewinnspielfrage gestellt – die Lösung soll der Zuschauer dann per SMS einsenden.





Agenda

Steckbrief

Ergebnisse

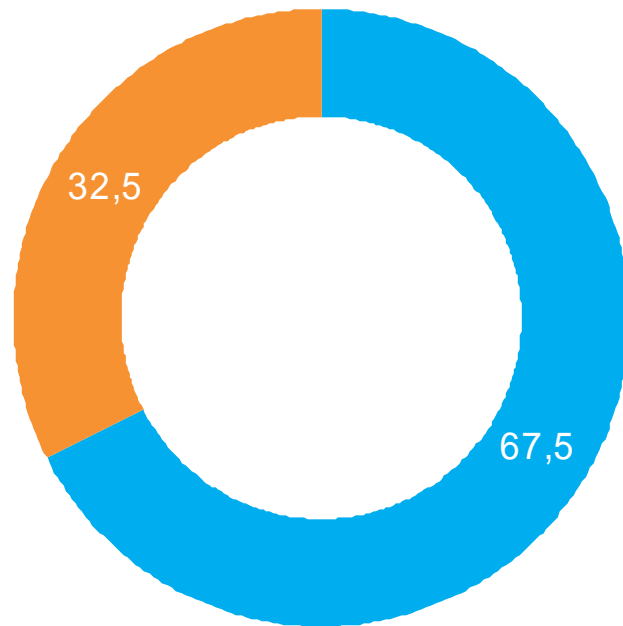
Fazit

Zwei Drittel haben ‚Galileo‘ ganz gesehen



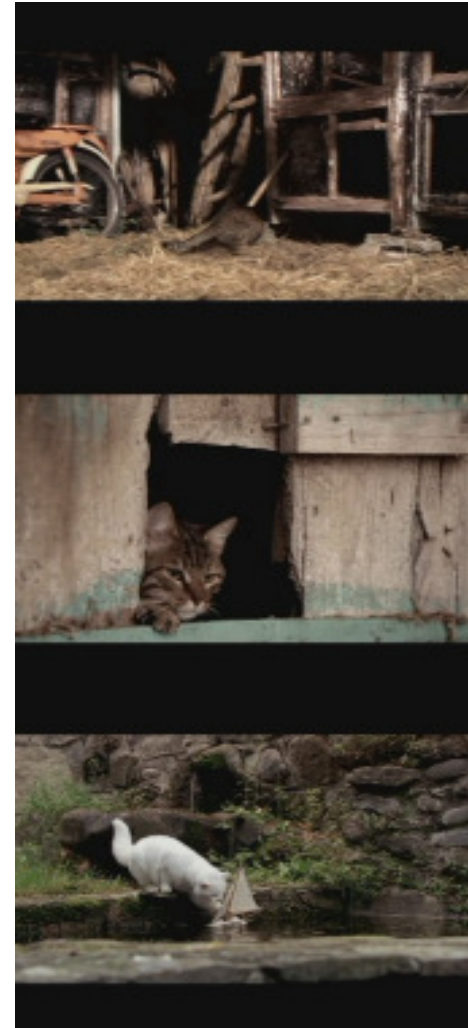
Nutzung der Sendung

Angaben in Prozent



■ vollständig

■ teilweise

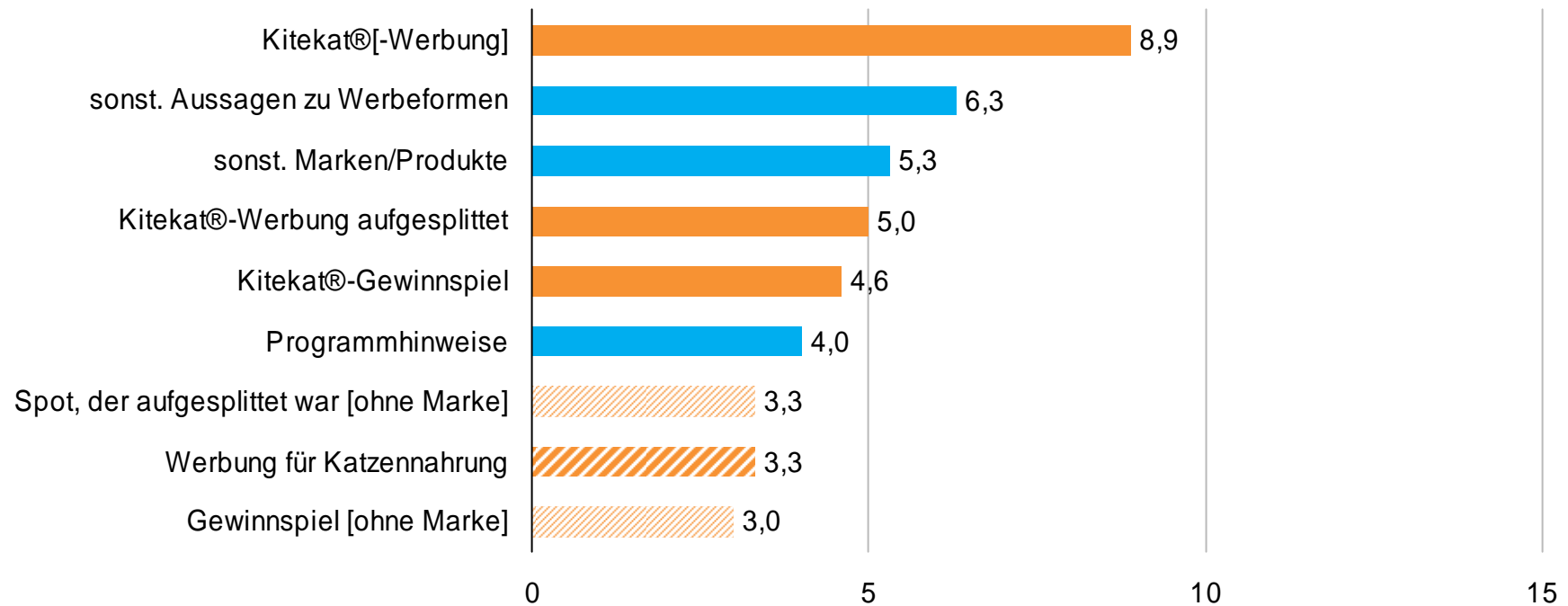


Kitekat® ist Top of Mind!



Top of Mind Awareness*

Angaben in Prozent



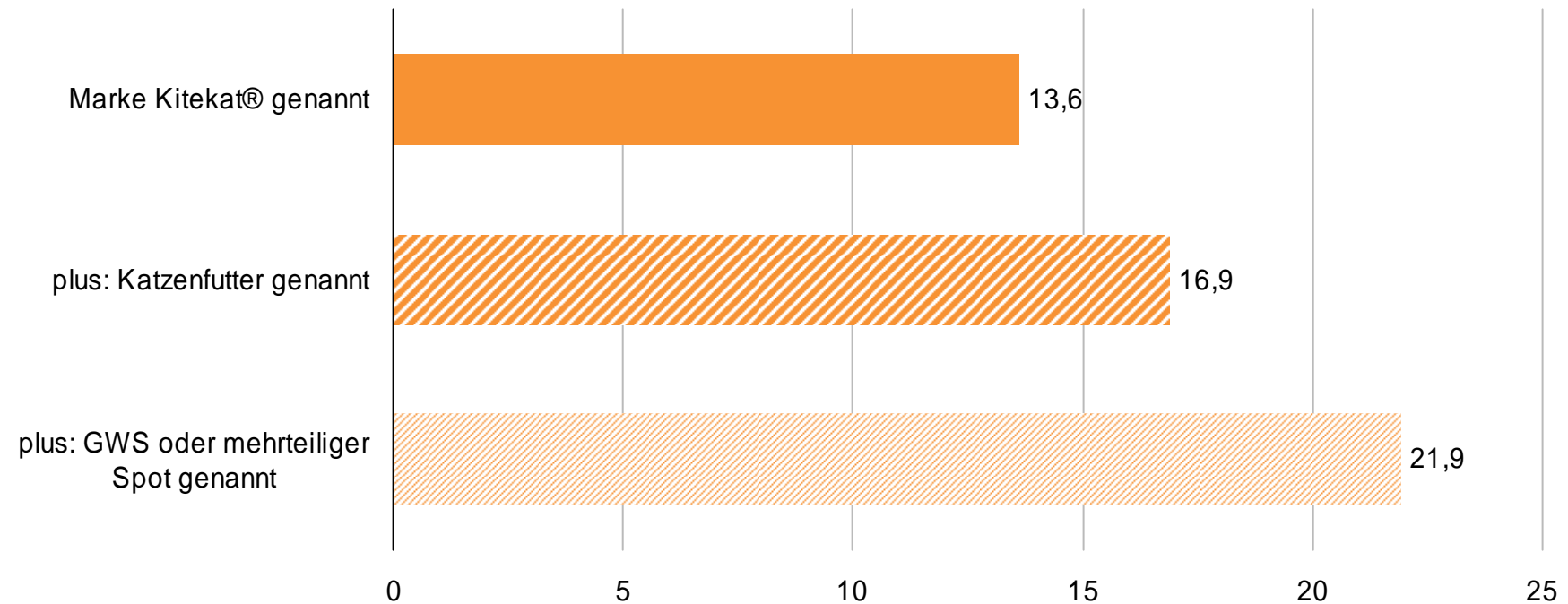
7 * „Ist Ihnen ganz allgemein bei der Werbung oder den Werbeblöcken etwas Besonderes oder Ungewöhnliches aufgefallen?“
Basis: 302 Befragte
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Ungewöhnliche Werbung – hohe Awareness



Top of Mind Awareness*

Angaben in Prozent



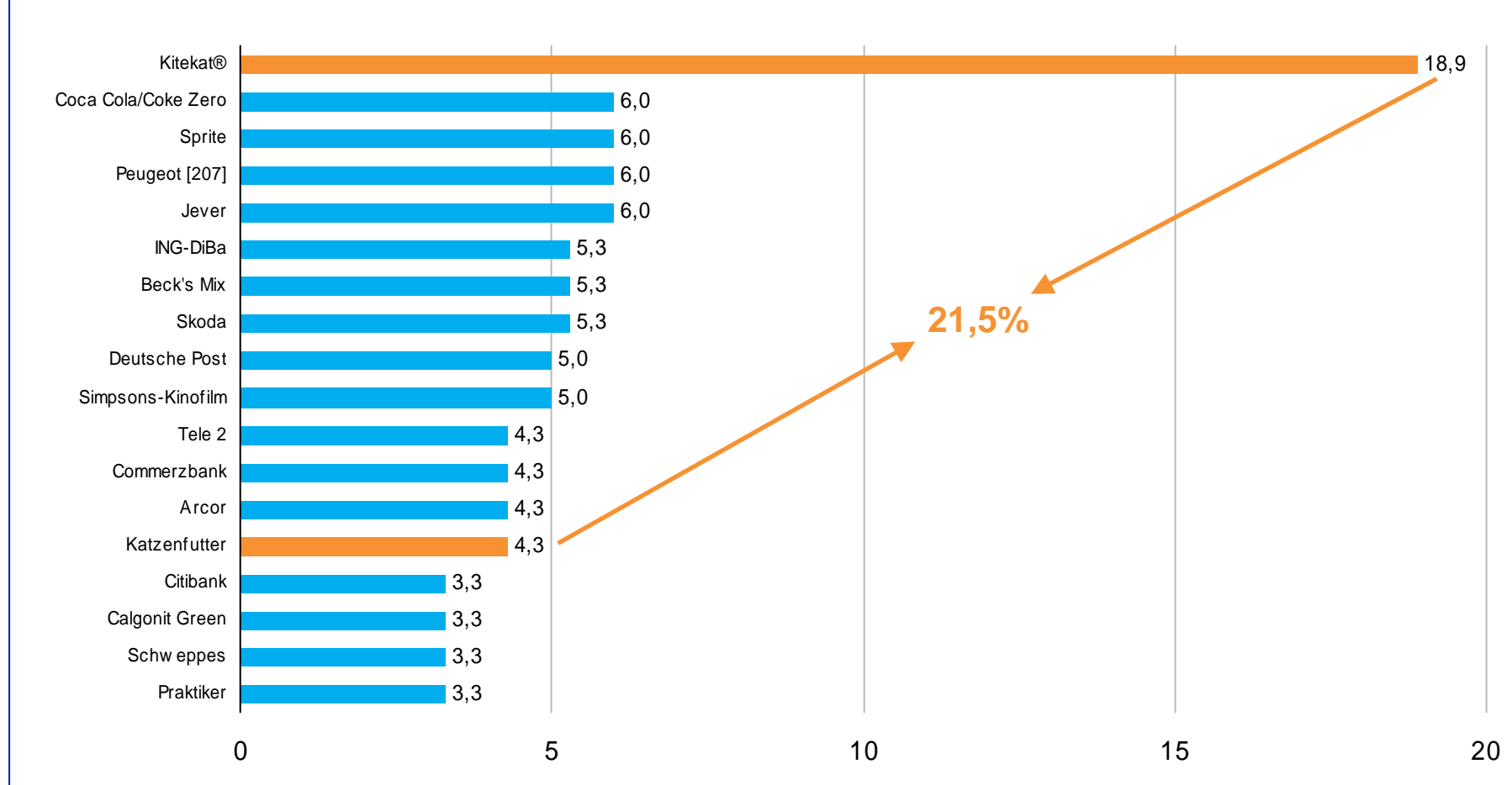
8 * „Ist Ihnen ganz allgemein bei der Werbung oder den Werbeblöcken etwas Besonderes oder Ungewöhnliches aufgefallen?“
Basis: 302 Befragte
Quelle: forsa. / SevenOne Media

WinAd-Spot liegt ganz klar in Führung



Ungestützte Werbeerinnerung*

Angaben in Prozent



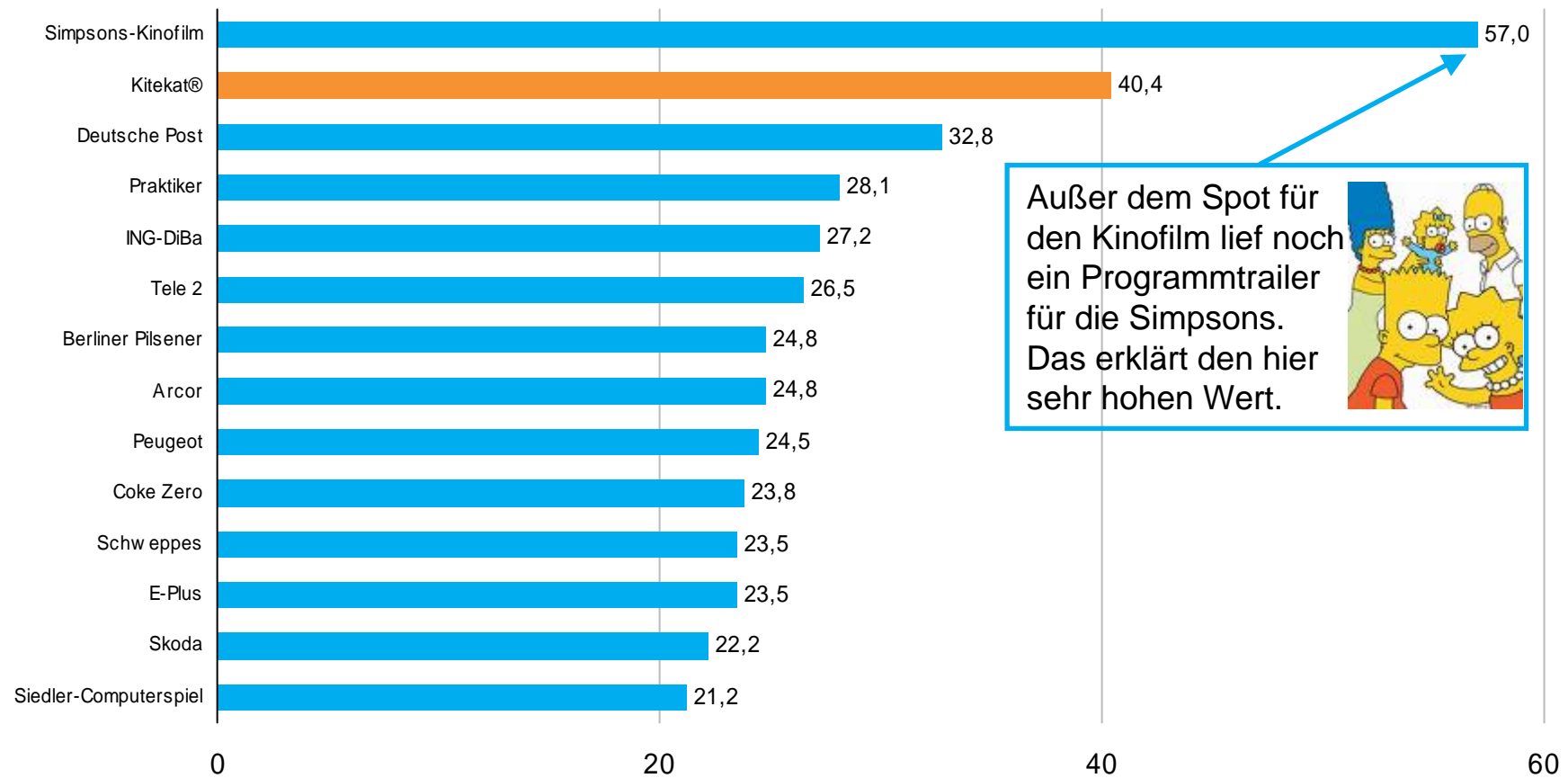
9 *Nennungen über 3 Prozent
Basis: 302 Befragte
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Auch gestützt deutlicher WinAd-Vorteil



Gestützte Werbeerinnerung der Top 14-Spots

Angaben in Prozent

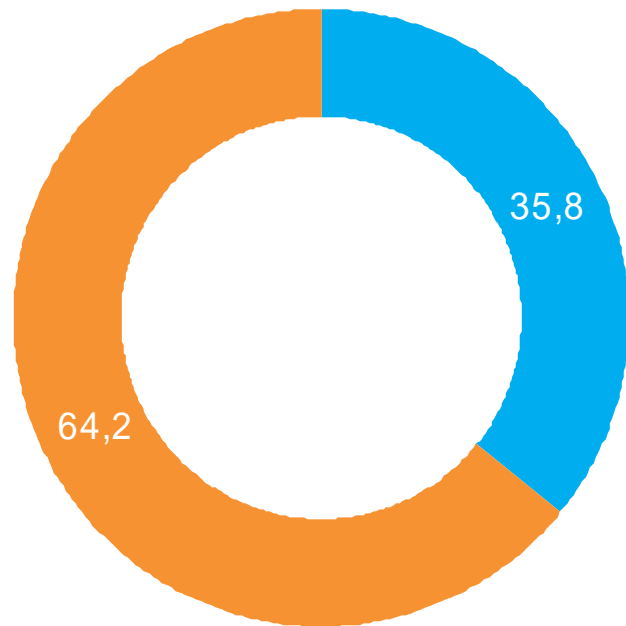


36 Prozent erinnern sich an das Gewinnspiel



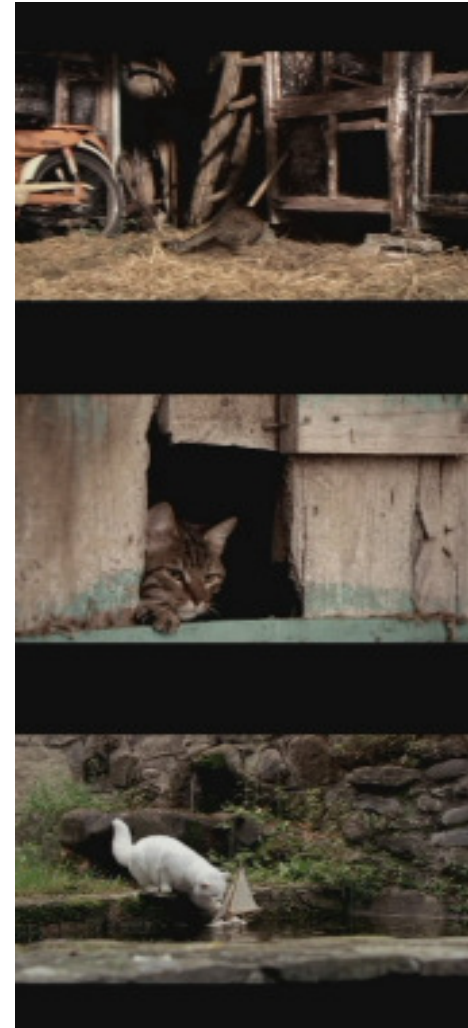
Allgemeine Erinnerung an das Gewinnspiel

Angaben in Prozent



■ Ja

■ Nein/weiß nicht

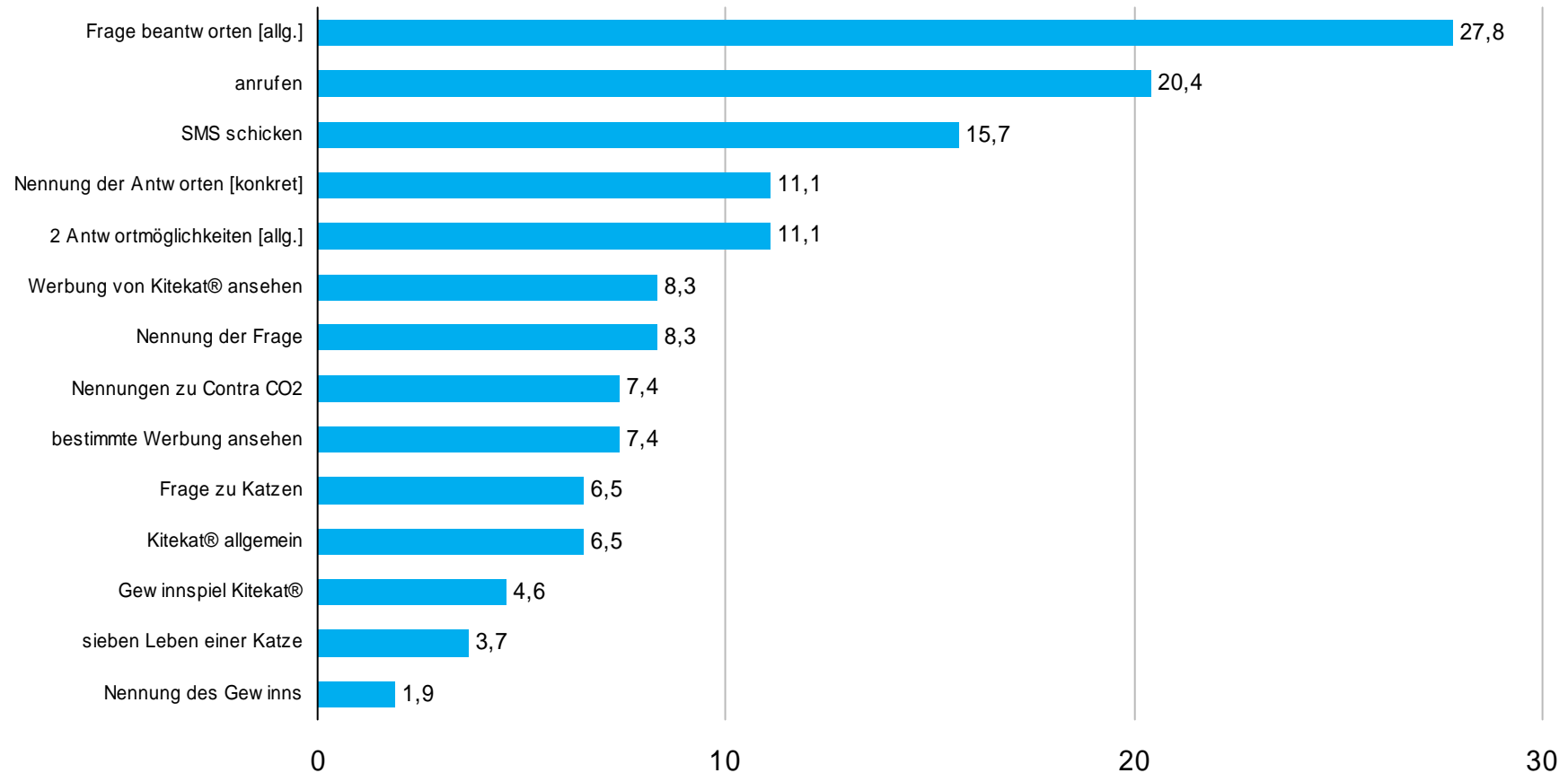


Auch Details werden gut erinnert



Beschreibung des Gewinnspiels*

Angaben in Prozent



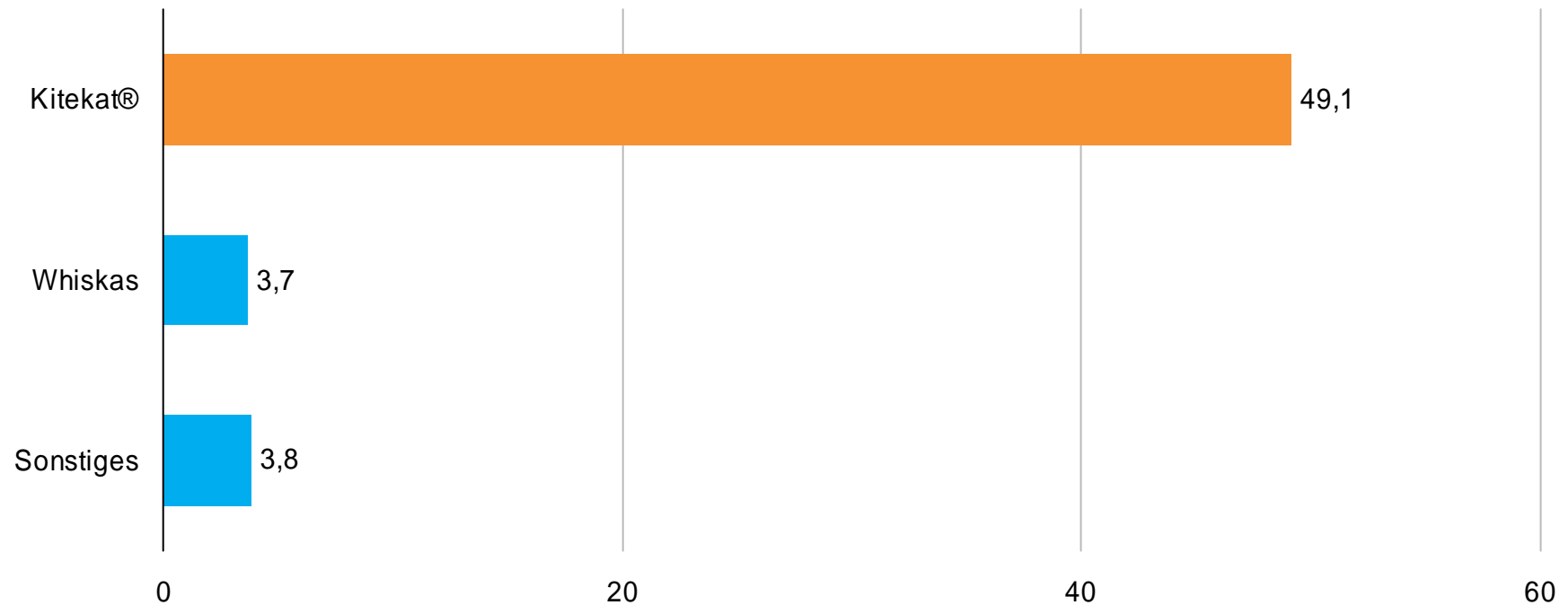
12 * „Beschreiben Sie bitte möglichst genau, was die Aufgabe war.“
Basis: 108 Befragte, die sich an das Gewinnspiel erinnern
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Spontane Markenerinnerung extrem hoch



Ungestützte Erinnerung an den WinAd-Werbespot

Angaben in Prozent

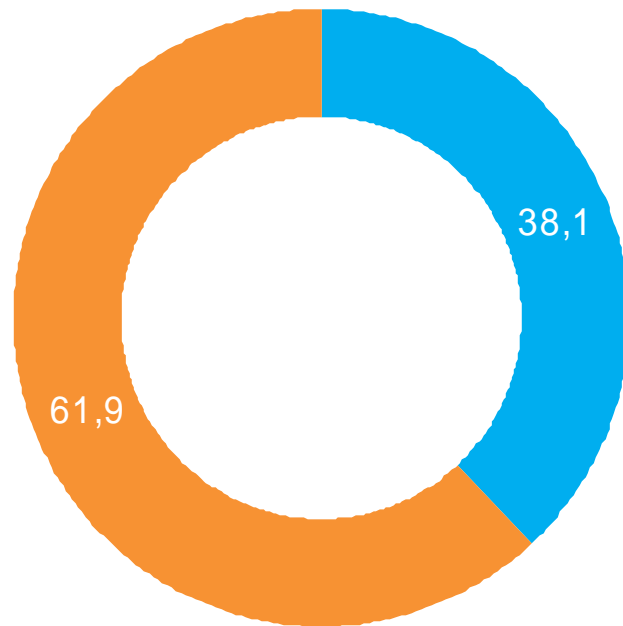


Gestützt erinnern sich fast 40 Prozent



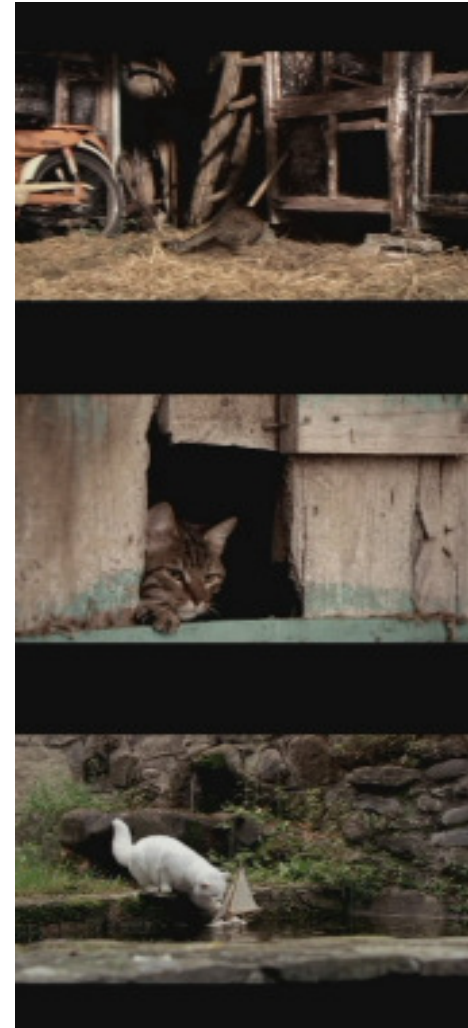
Gestützte [und allgemeine] Erinnerung an das Gewinnspiel*

Angaben in Prozent



■ Ja

■ Nein/weiß nicht

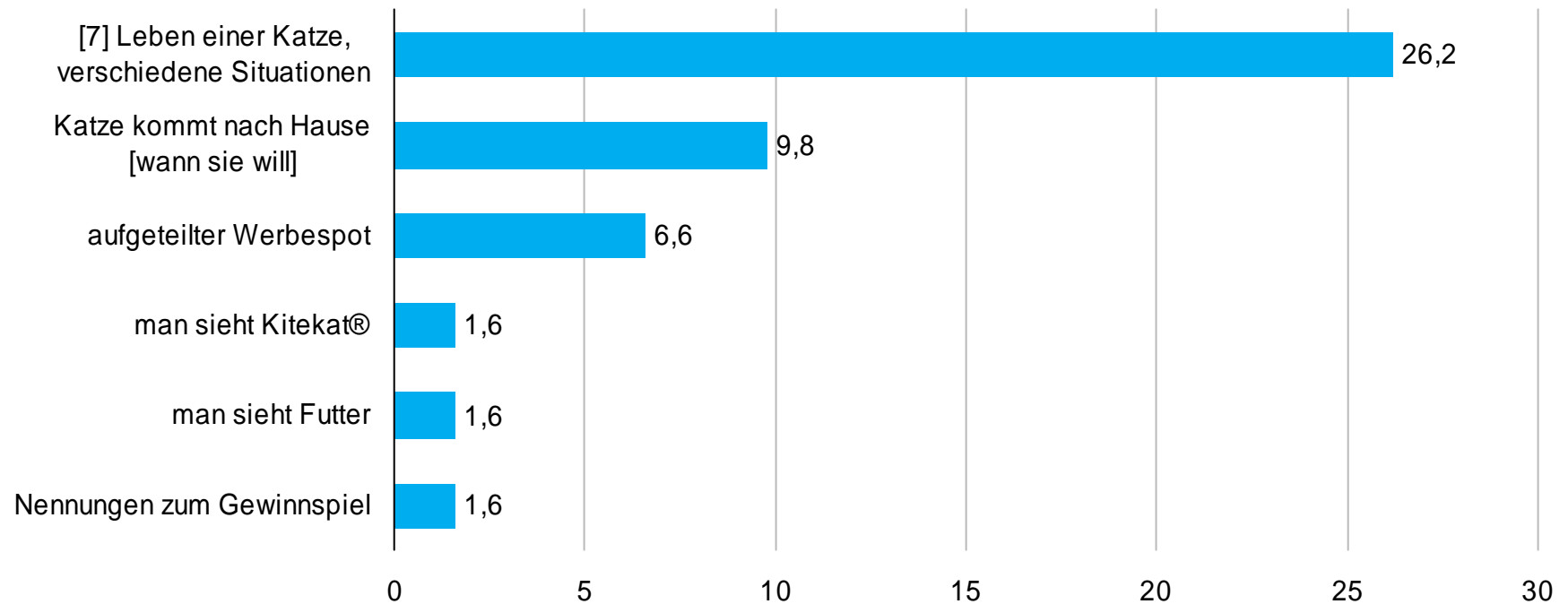


Prinzip des Spots wurde verstanden



Beschreibung des Spots

Angaben in Prozent

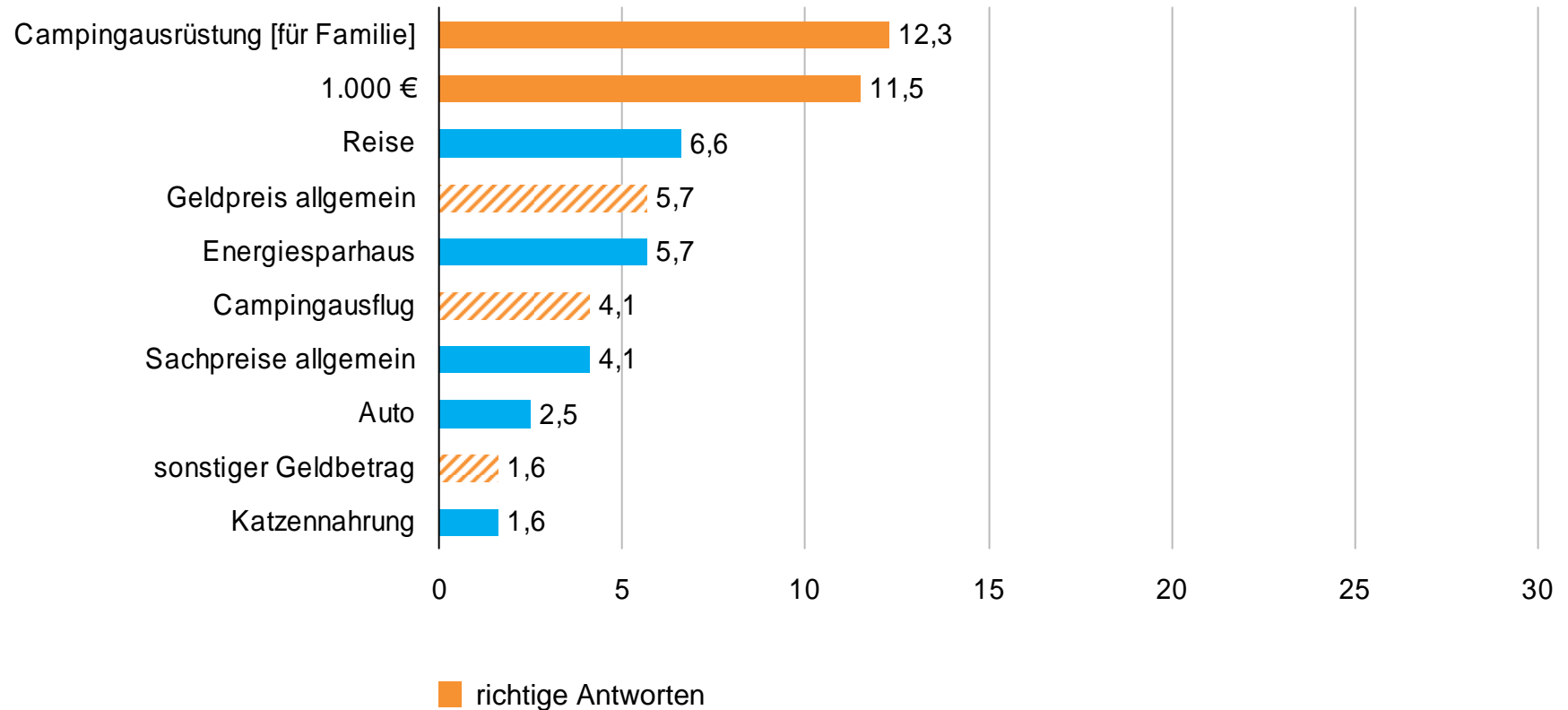


Beide Gewinne bleiben in Erinnerung



Ungestützte Erinnerung des Preises

Angaben in Prozent

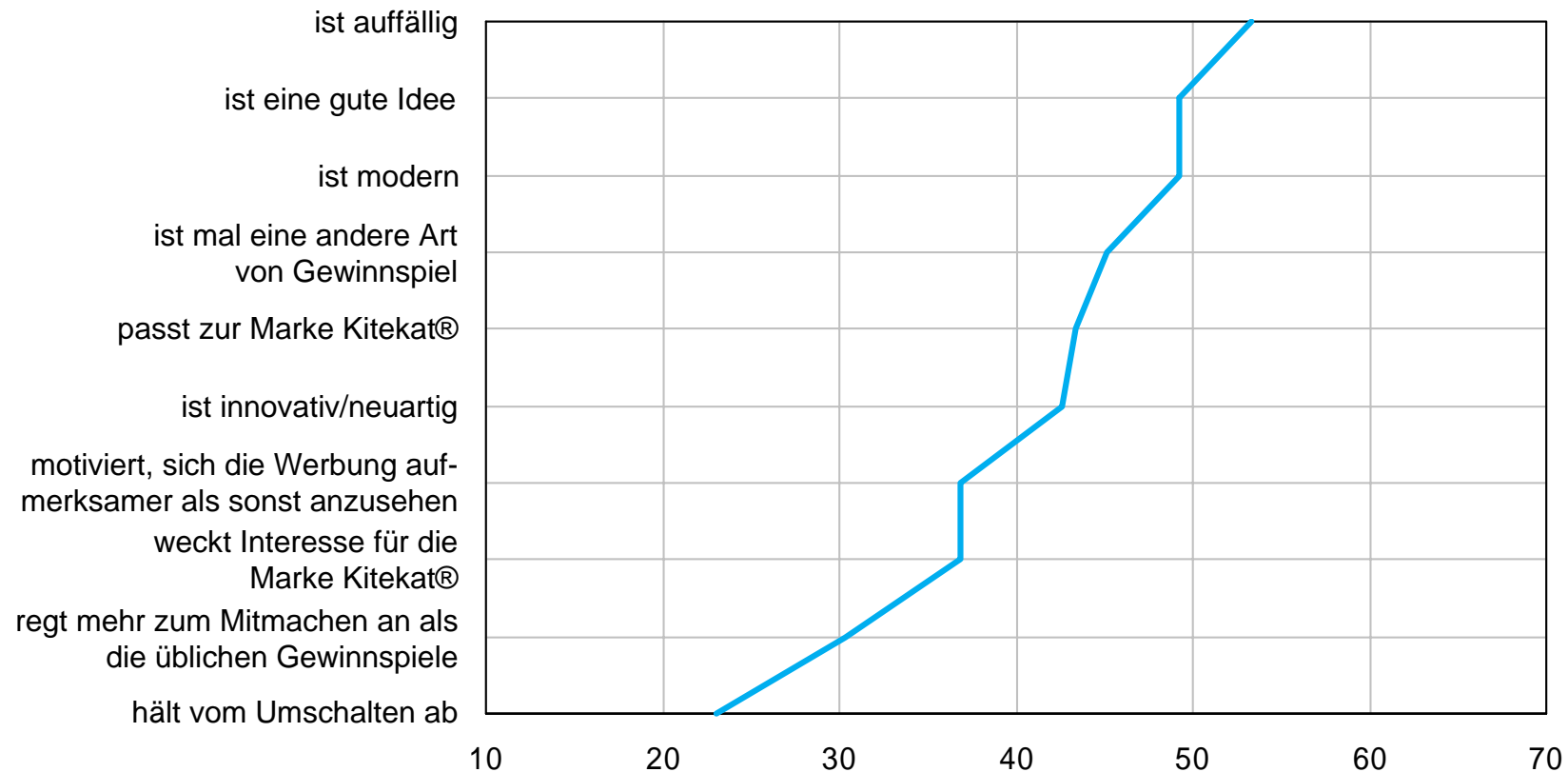


WinAd: Auffällig, eine gute Idee und modern



Profil WinAd: Dieses Gewinnspiel...

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

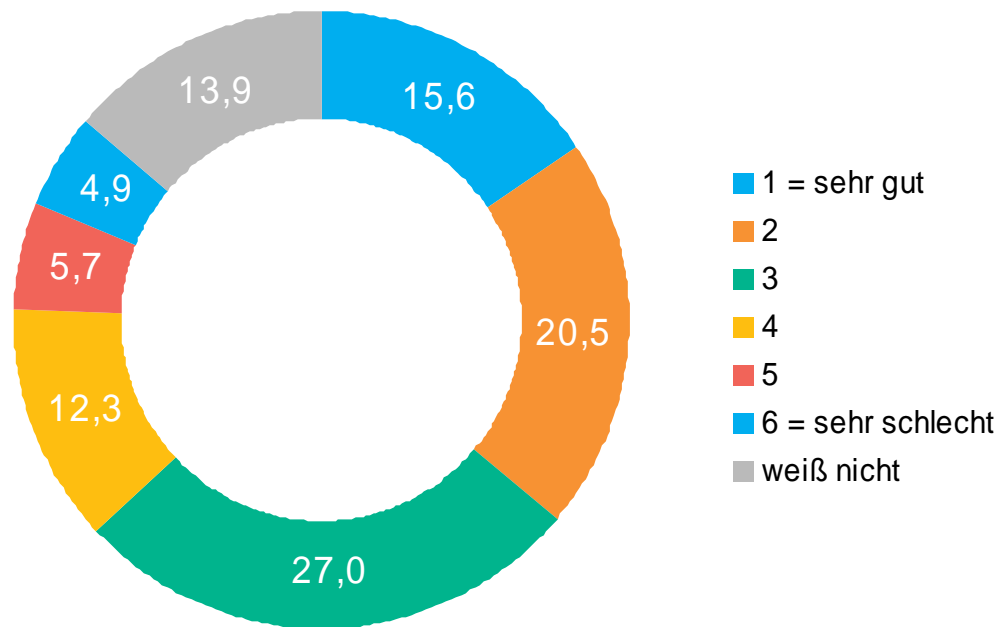


Gute Noten für eine Werbung



Bewertung des Gewinnspiels

Angaben in Prozent





Agenda

Steckbrief

Ergebnisse

Fazit

WinAd – ein rundum gelungenes Konzept!



Top of Mind Awareness top!

Schon bei der offenen Frage nach etwas Besonderem bei der Werbung nennen mehr als 20 Prozent die Marke Kitekat®, den episodenhaften Spot, Katzenfutter oder das WinAd. 13,6 Prozent nennen bereits hier spontan die Marke Kitekat®.

Hohe Werbeerinnerung für die WinAd Marke

Bei der Werbeerinnerung schneidet Kitekat® hervorragend ab. Bei der ungestützten Erinnerung liegt Kitekat® mit fast 20 Prozent mit Abstand in Führung, die gestützte Erinnerung liegt bei 40 Prozent. Der Spot profitiert deutlich von dem Gewinnspiel, an das sich 36 Prozent erinnern.

Auch Details werden behalten

Personen, die sich an das WinAd erinnern, haben oft noch im Kopf, dass es um verschiedene „Leben“ einer Katze ging. Viele können Details wie die Fragestellung oder die Antwortvorgaben nennen. Auch die beiden Gewinne bleiben den Zuschauern in den Köpfen.

Spontane Markenawareness sensationell

Jeder Zweite weiß ungestützt, dass der WinAd-Spot Kitekat® bewarb – ein großartiges Ergebnis.

Attraktives Profil der Webform

Das WinAd ist vor allem „auffällig“, „eine gute Idee“ und „modern“. 36 Prozent bewerten das Gewinnspiel sehr gut oder gut – für eine Webform ein sehr gutes Ergebnis.

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

Alsterkamp 23

D-20149 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