

sehen und entscheide **n-tv** Der Nachrichtensender

Umfrage Novoferm - Werbewirkung

5. Welle; Januar 2005

Umfrage Novoferm 2005 - Ausgangslage

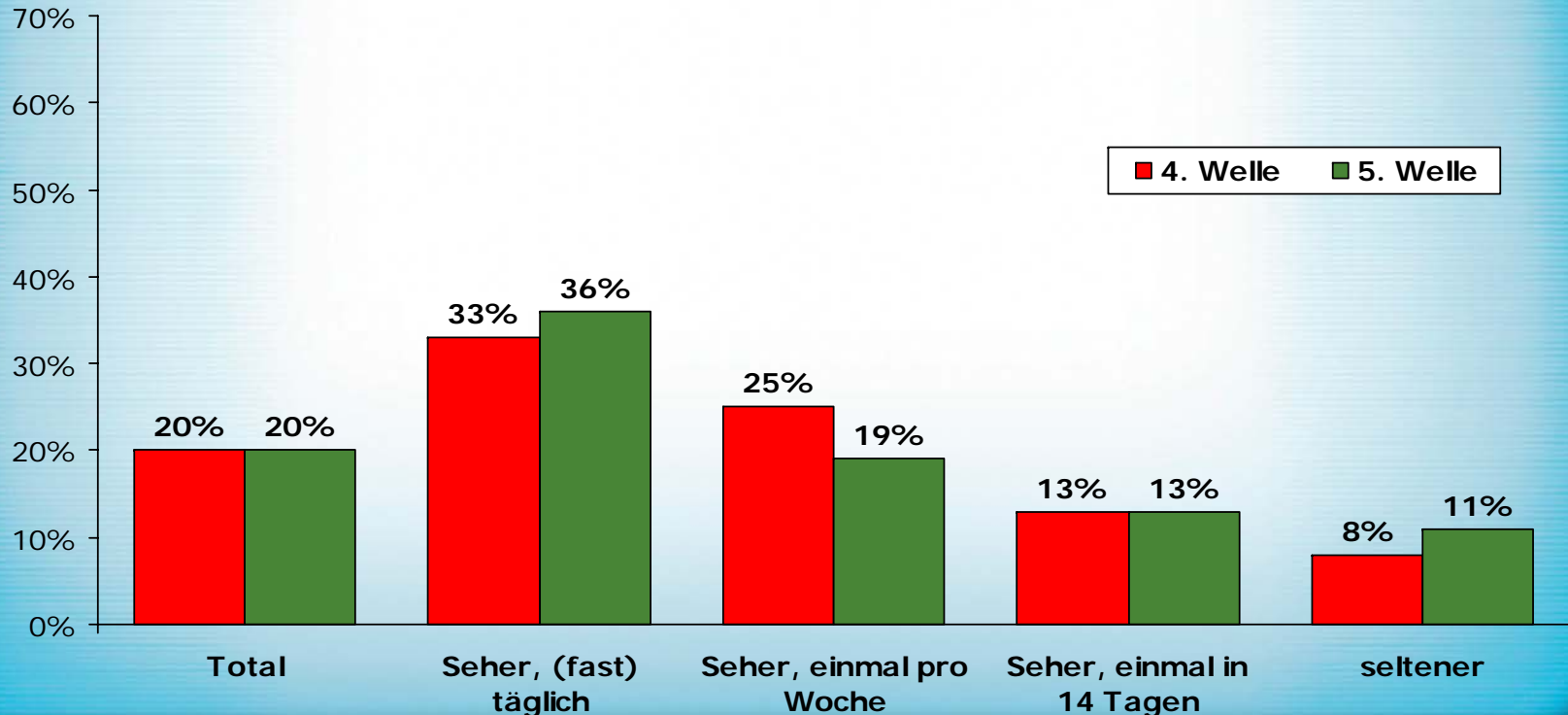
- Novoferm sponsert seit August 1998 die Fußball-Berichterstattung auf n-tv.
- Seit Januar 2001 präsentiert Novoferm die gesamte Sportberichterstattung auf n-tv.
- Im Januar 2005 wurde die 5. Telefonbefragung für Novoferm durchgeführt.
Fragestellungen:
 - Inwieweit nehmen n-tv Zuschauer den Sponsor Novoferm wahr?
 - Wie hoch ist die Bekanntheit des Sponsors?
- Der Fragebogen wurde zwischen der IP Deutschland, der beratenden Agentur Sponsorcom und dem Institut TNS Emnid GmbH & Co. KG abgestimmt.

Umfrage Novoferm 5. Welle – Untersuchungssteckbrief

- Untersuchungsziel: Werbewirkungsanalyse Sponsoring Novoferm
- Auftraggeber: IP Deutschland
- Grundgesamtheit: Dt. Bevölkerung ab 14 Jahren
- Stichprobe: 1.010 Befragte / Personen, die n-tv sehen, gewichtet nach deren Nutzung:
 - 25% (fast) täglich
 - 25% mind. einmal pro Woche
 - mind. 25% einmal in 14 Tagen
 - 25% selten / nie
- Interview-Methode: Befragung per Telefon
- Erhebungszeitraum: 11.01. - 13.01.2005
- Institut: TNS Emnid, Bielefeld

Sponsorenwahrnehmung bei Sportbeiträgen

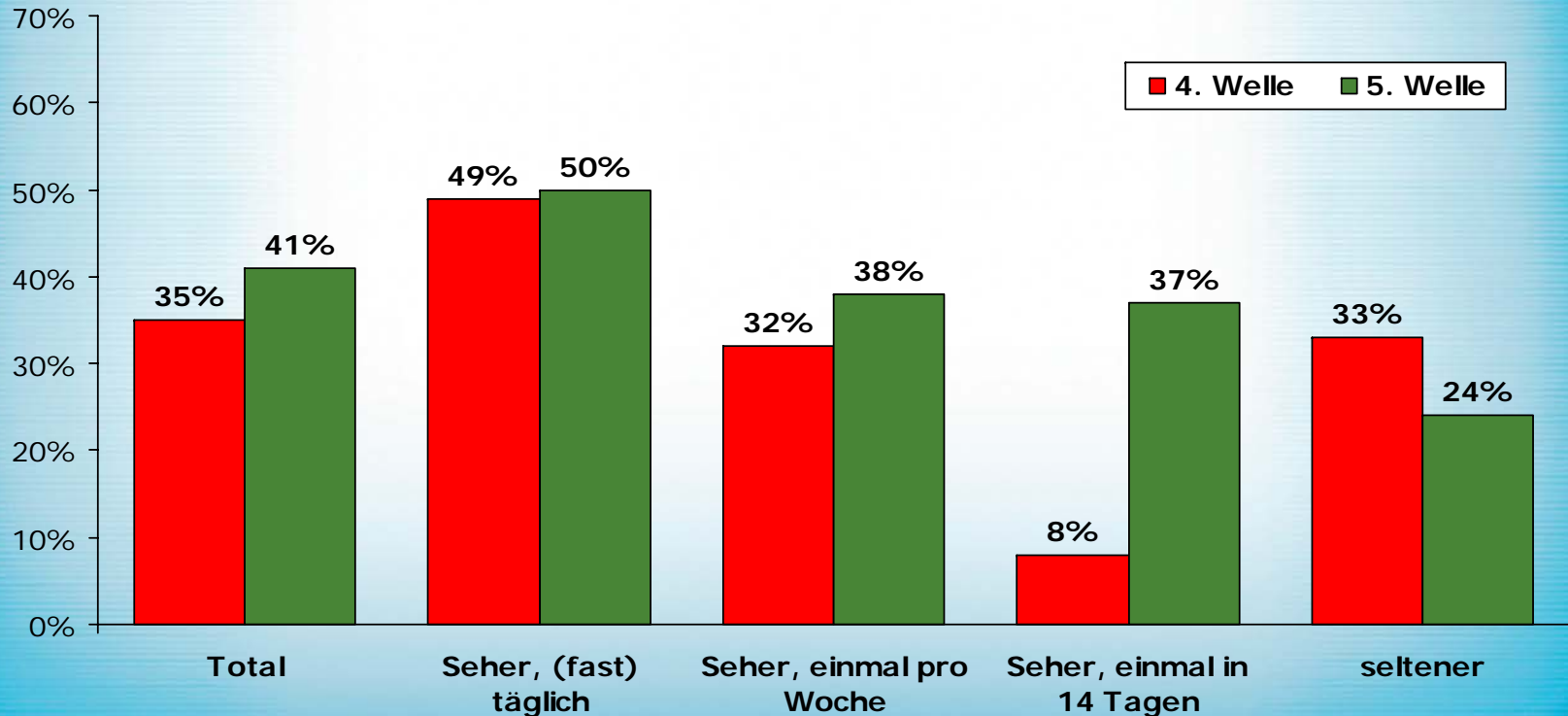
- Die Bekanntheit des Sponsoring bei n-tv Sportnachrichten ist bei den Sehern, täglich, um 3% gestiegen



Frage: Der Nachrichtensender n-tv zeigt auch Sport. Sei es als Kurzbeiträge in den n-tv Nachrichtensendungen oder in längeren Beiträgen. Vor den Sportbeiträgen wird der Name einer Firma genannt, die diese Sportbeiträge sponsert. Ist Ihnen bisher schon einmal aufgefallen, dass die Sportbeiträge auf n-tv von einer Firma begleitet werden?

Ungestützte Sponsorenwahrnehmung Novoform

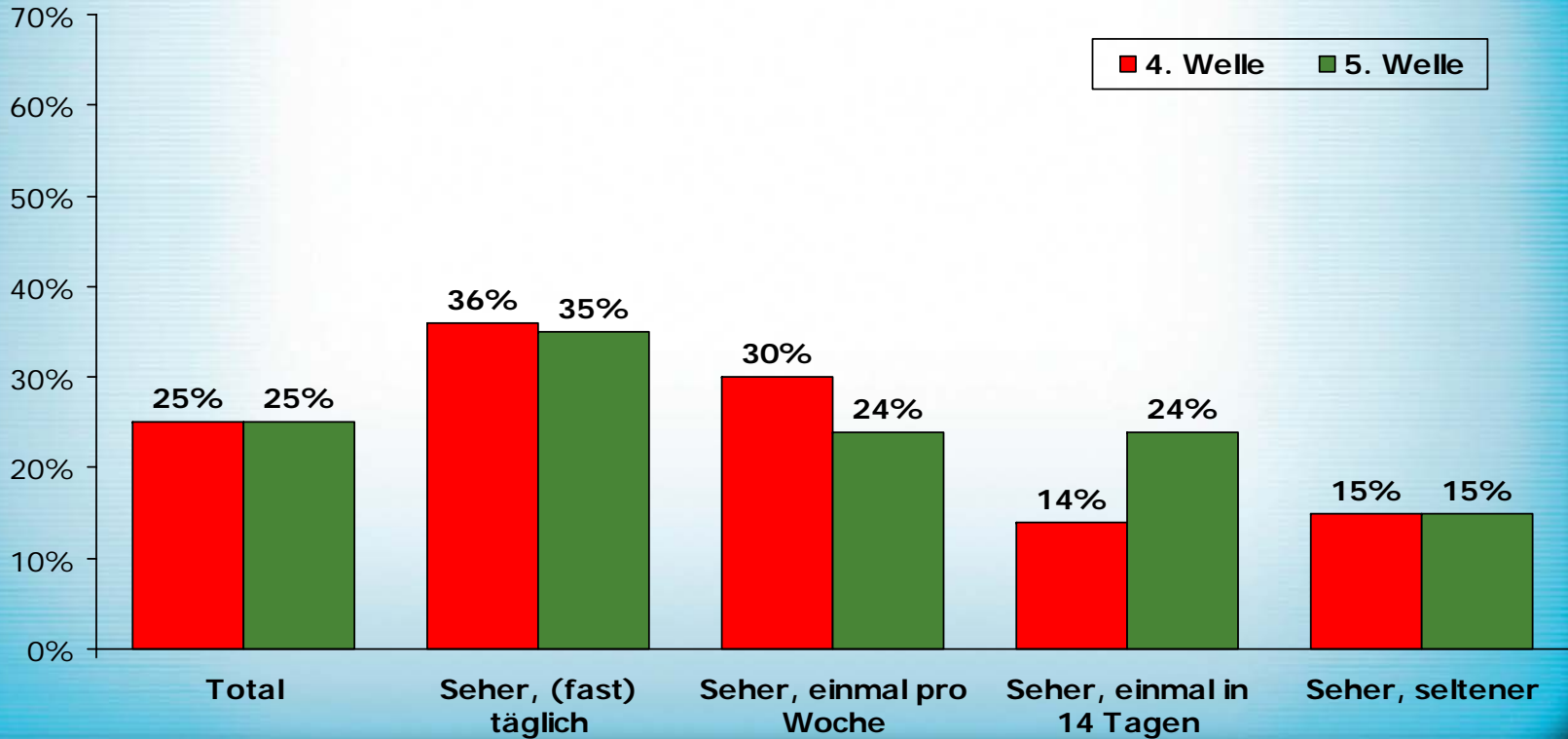
„Ja, und zwar Novoform“



Frage: Ist Ihnen der Name dieser Firma aufgefallen?

Wahrnehmung der Werbemittel - eingebliederter Slogan

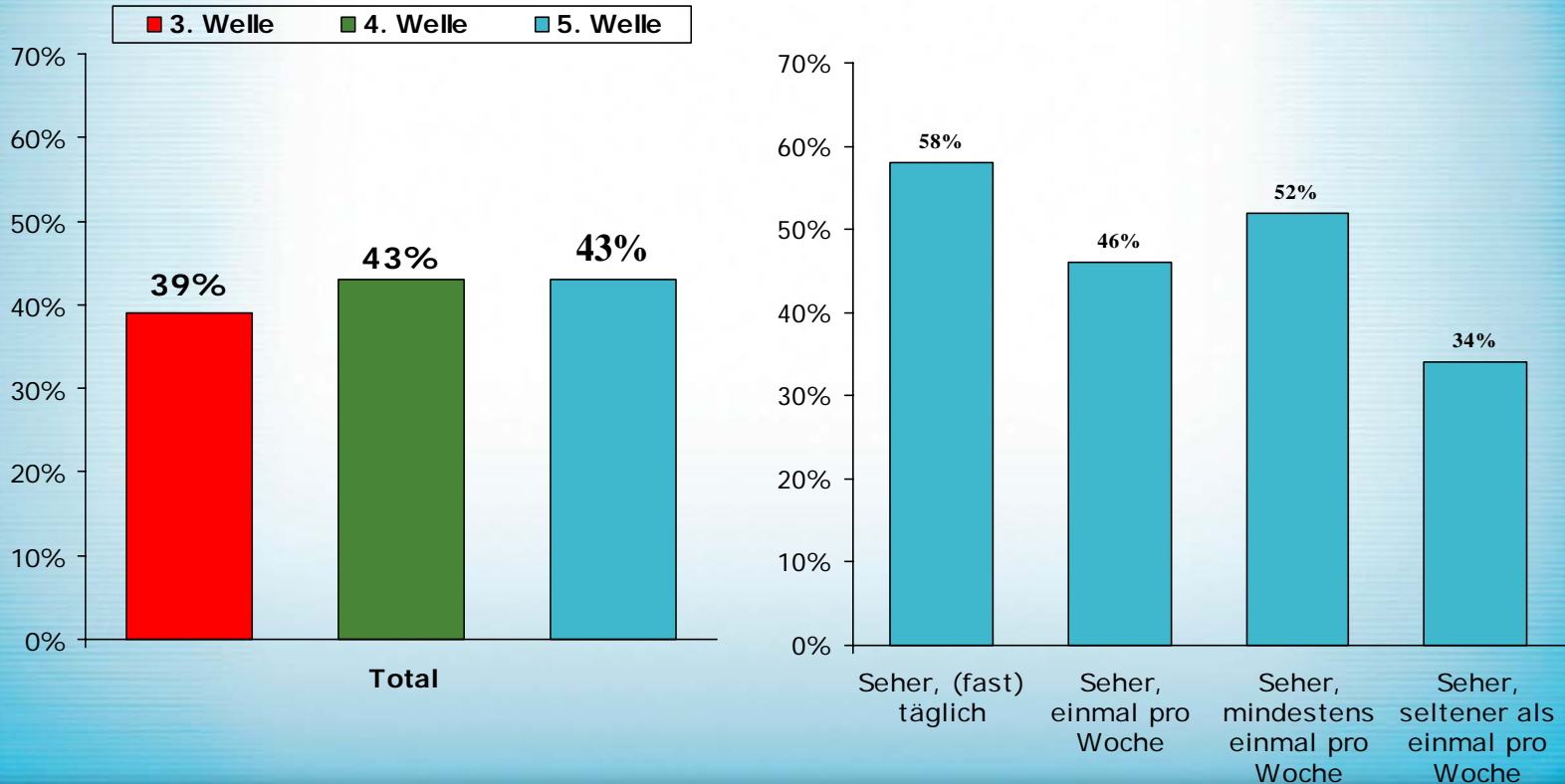
- Der Bekanntheitsgrad von „Wir machen das Tor“ bleibt stabil.



Frage: Ich lese Ihnen nun einige Werbeslogans vor. Bitte sagen Sie mir, ob Sie diese schon einmal gehört haben:
„Wir machen das Tor“

Markenbekanntheit Novoferm

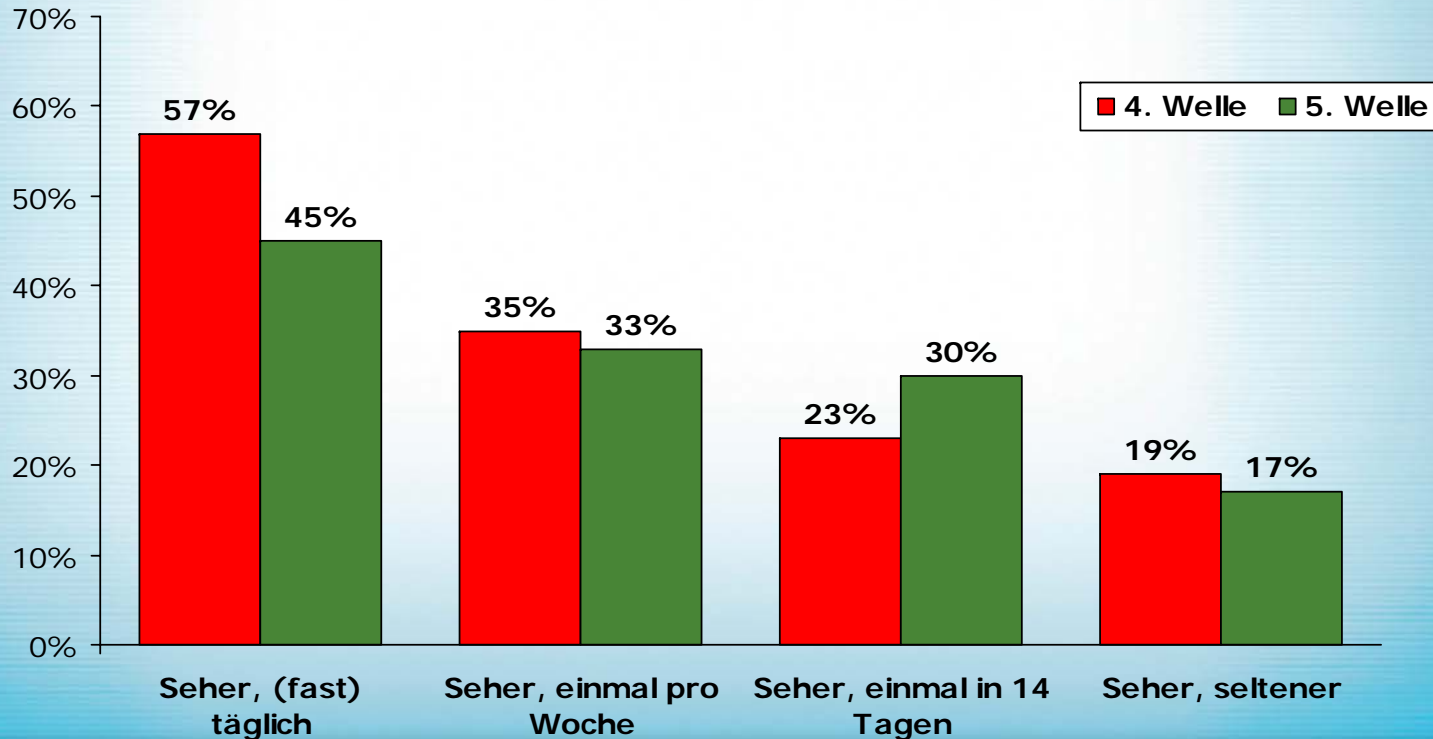
- Fast 2 Drittel der n-tv Stammseher kennen Novoferm



Frage: Kennen Sie Novoferm, wenn auch nur dem Namen nach?

Bekanntheit des Tätigkeitsfeld von Novoferm

- Knapp die Hälfte der (fast) täglichen Zuschauer ordnen Novoferm dem Geschäftsbereich Garagentore richtig zu



Frage: Wenn Sie den Namen Novoferm hören, was glauben Sie, in welchem der folgenden Geschäftsbereiche ist Novoferm tätig?

Ergebnisse

- Durch den kontinuierlichen Sponsoringeinsatz kann Novoferm die Markenerinnerung bei den n-tv Zuschauern auf hohem Niveau halten
- das n-tv Sport-Sponsoring nimmt jeder Dritte regelmäßige n-tv Zuschauer wahr, wovon 50% der (fast) täglichen Seher Novoferm als Sponsoren herausstellt
- 50 % der (fast) täglichen Zuschauer assoziieren mit Novoferm den Geschäftsbereich Garagentore
- (Insbesondere in den qualitativen Zielgruppen - jung, besserverdienend – steigert Novoferm den Bekanntheitsgrad)