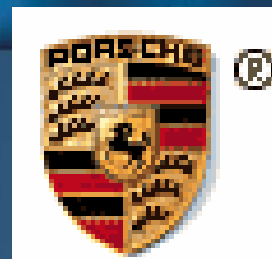




Begleitstudie Porsche



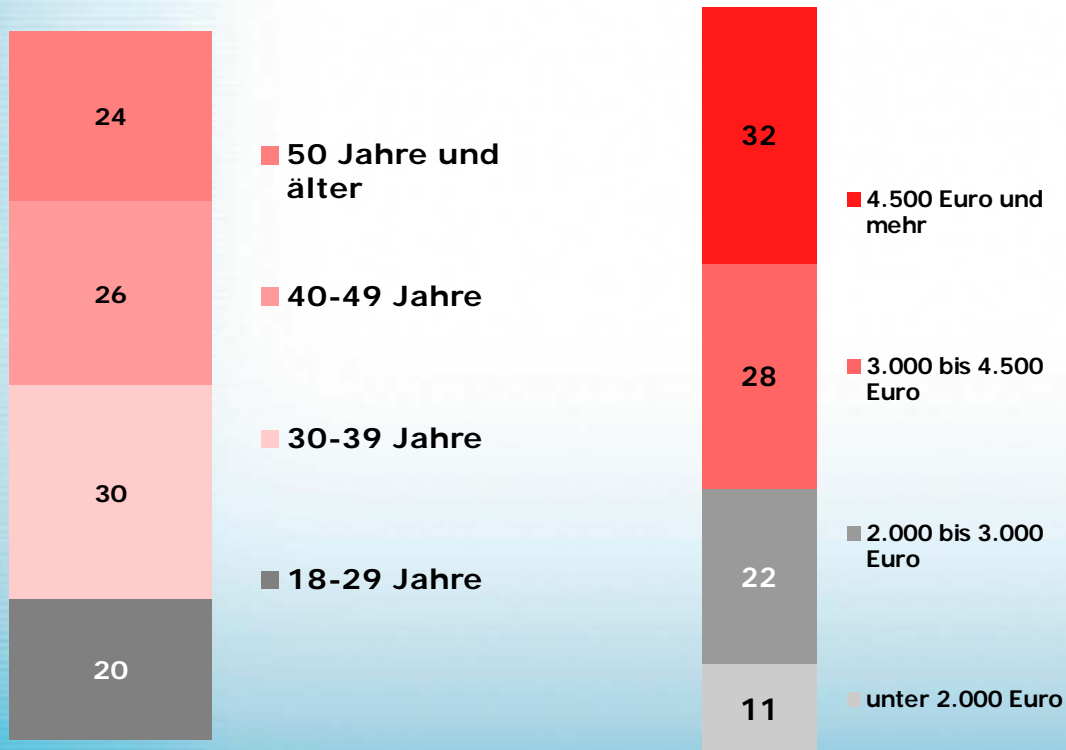
PORSCHE



Grundgesamtheit	Seher von n-tv sowie User von n-tv.de, Personen ab 18 Jahren mit Führerschein und mind. 5.000 gefahrene km pro Jahr
Auswahlverfahren	Rotierende Zufallsauswahl; seitenrepräsentative Ergebnisse Globalpark: Popup-Fragebogen (Frequency Cap 1/24h)
Stichprobenumfang	Eine Messung, n= 491
Erhebungszeitraum	Welle 1 07.12.-14.12.2005, TV-Spot Cayenne

Soziodemographie

- n-tv Seher bzw. User sind überwiegend männlich
- haben ein sehr hohes Bildungsniveau



Angaben in %

Basis: Gesamt, n = 491

n-tv Seher-Definition

Angaben in %

Wie oft sehen Sie den Sender
n-tv?

■ täglich

41

Heavy Seher

■ mehrmals
pro Woche

39

Light Seher

■ etwa 1
Mal pro
Woche

9

■ seltener

11

Basis: Gesamt, n = 936, Diff. Zu 100% = k.A



Werbeerinnerung & Bewertung

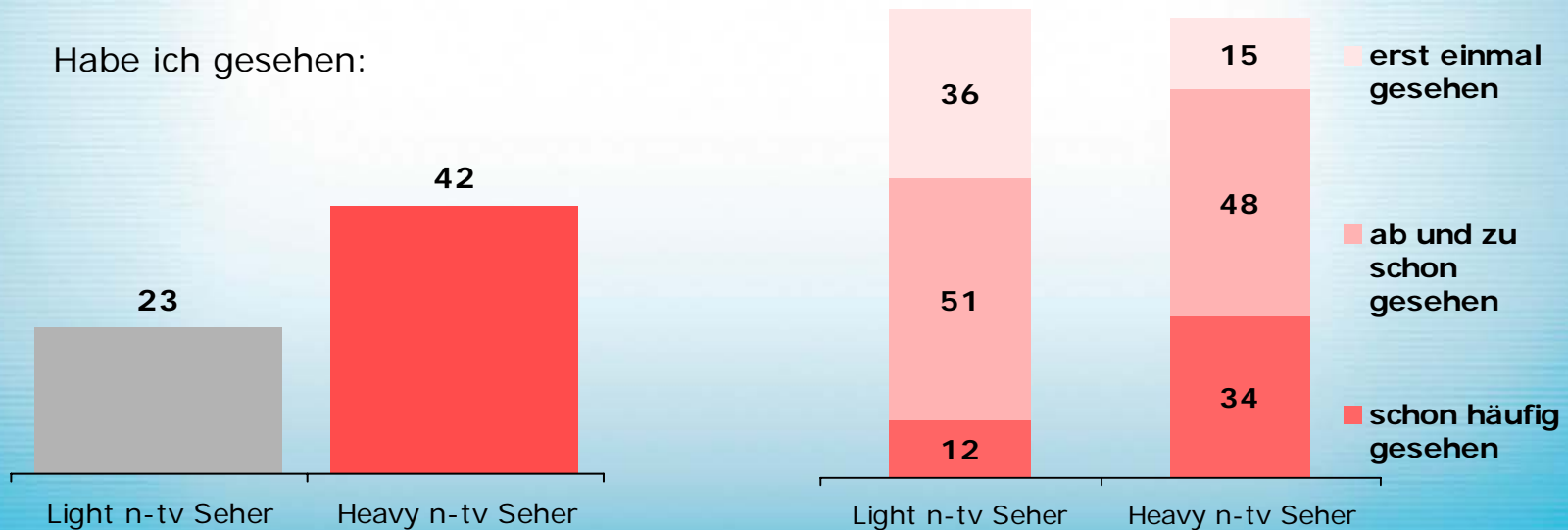
Werbemittel wahrgenommen

Angaben in %

Porsche war in letzter Zeit mit diesem Werbespot für das Modell Cayenne bei n-tv zu sehen. Haben Sie diese Werbung gesehen?



Habe ich gesehen:

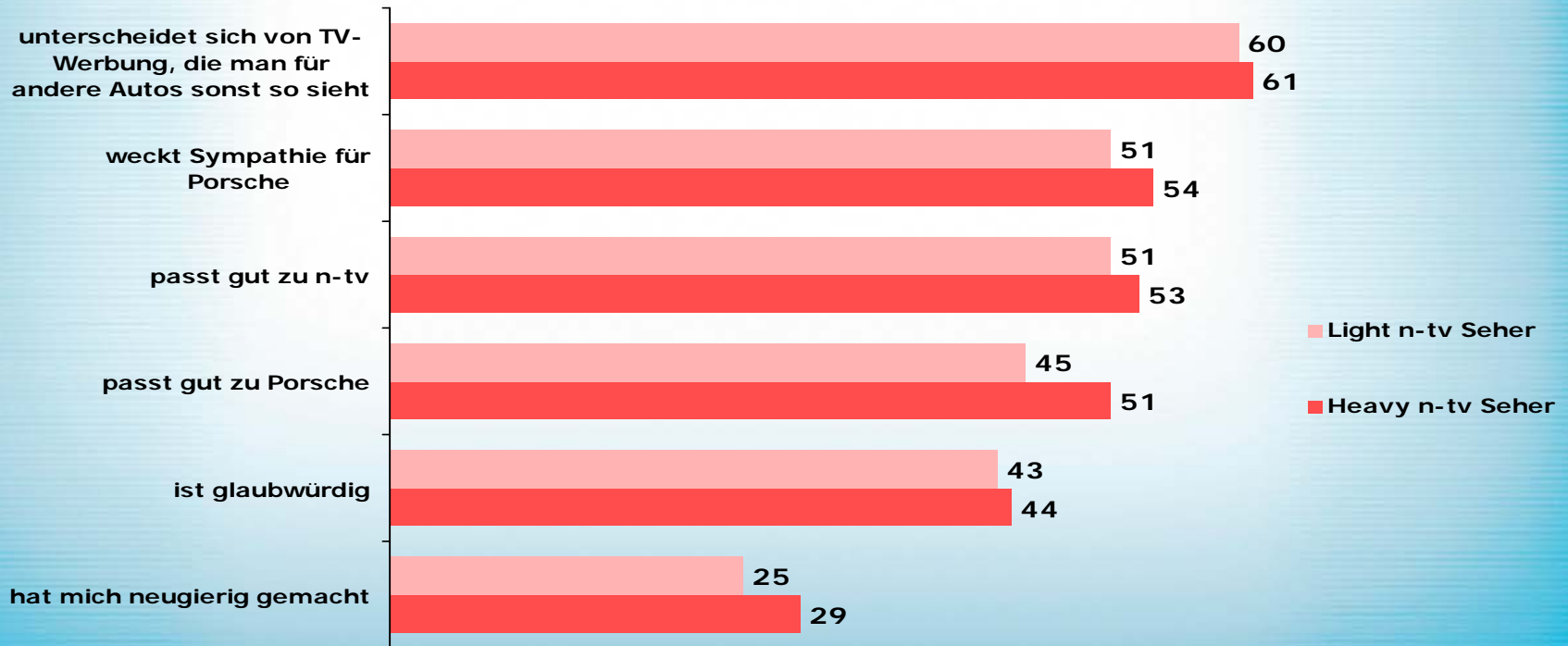


Basis: Gesamt abb. 1, Basis Spot gesehen bei Abb.2

Bewertung des Werbeauftritts

Top 2, Angaben in % (Spot aus TV bekannt)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt des Porsche Cayenne zu? Vergeben Sie bitte eine 1 für "stimme voll und ganz zu" und eine 4 für "stimme überhaupt nicht zu". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

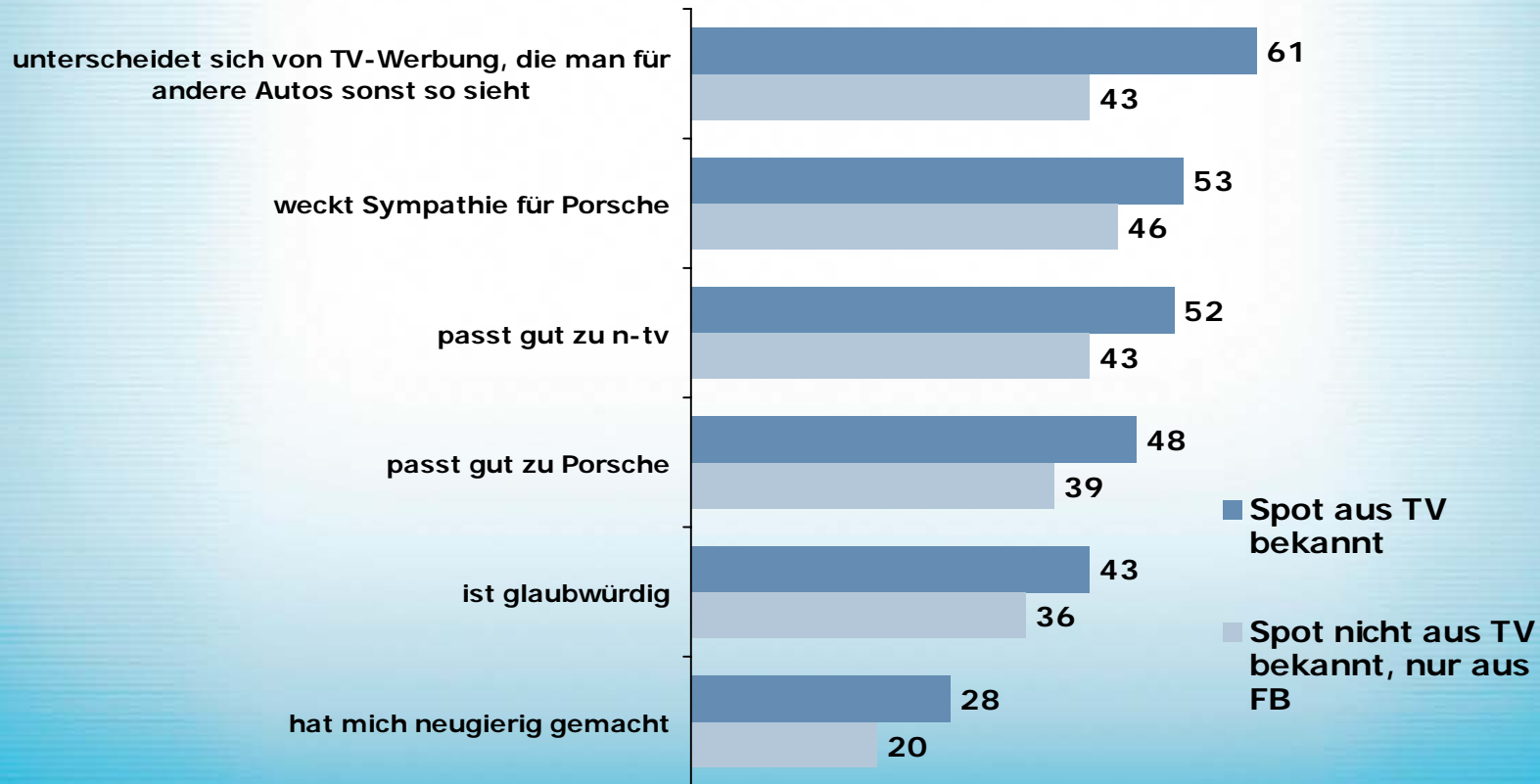


Basis: Spot bekannt aus TV, n=152

Bewertung des Werbeauftritts

Top 2, Angaben in % (Spot aus TV bekannt ⇔ Spot nur aus Befragung bekannt)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt des Porsche Cayenne zu? Vergeben Sie bitte eine 1 für "stimme voll und ganz zu" und eine 4 für "stimme überhaupt nicht zu". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.



Basis: Spot aus TV bekannt n=152 / Spot nur aus Fragebogen bekannt n=336

Fazit Werbewirkung & Werbeauftritt

- Eine hohe n-tv-Nutzung wirkt sich besonders positiv auf die Werbewahrnehmung aus: 42 Prozent der Heavy n-tv Seher erinnern sich gestützt an Porsche, aber auch bei den Light-Sehern erinnert sich jeder fünfte an den Spot (23%)!
- Die Heavy n-tv Seher bewerten den Spot deutlich besser
- Das Medium TV wirkt: im Gegensatz zu den Befragten, die den Sport nur aus der Umfrage kennen, hebt sich für diejenigen, die den Spot aus dem Fernsehen bereits kennen, der Spot deutlich hervor und weckt Sympathie für die Marke

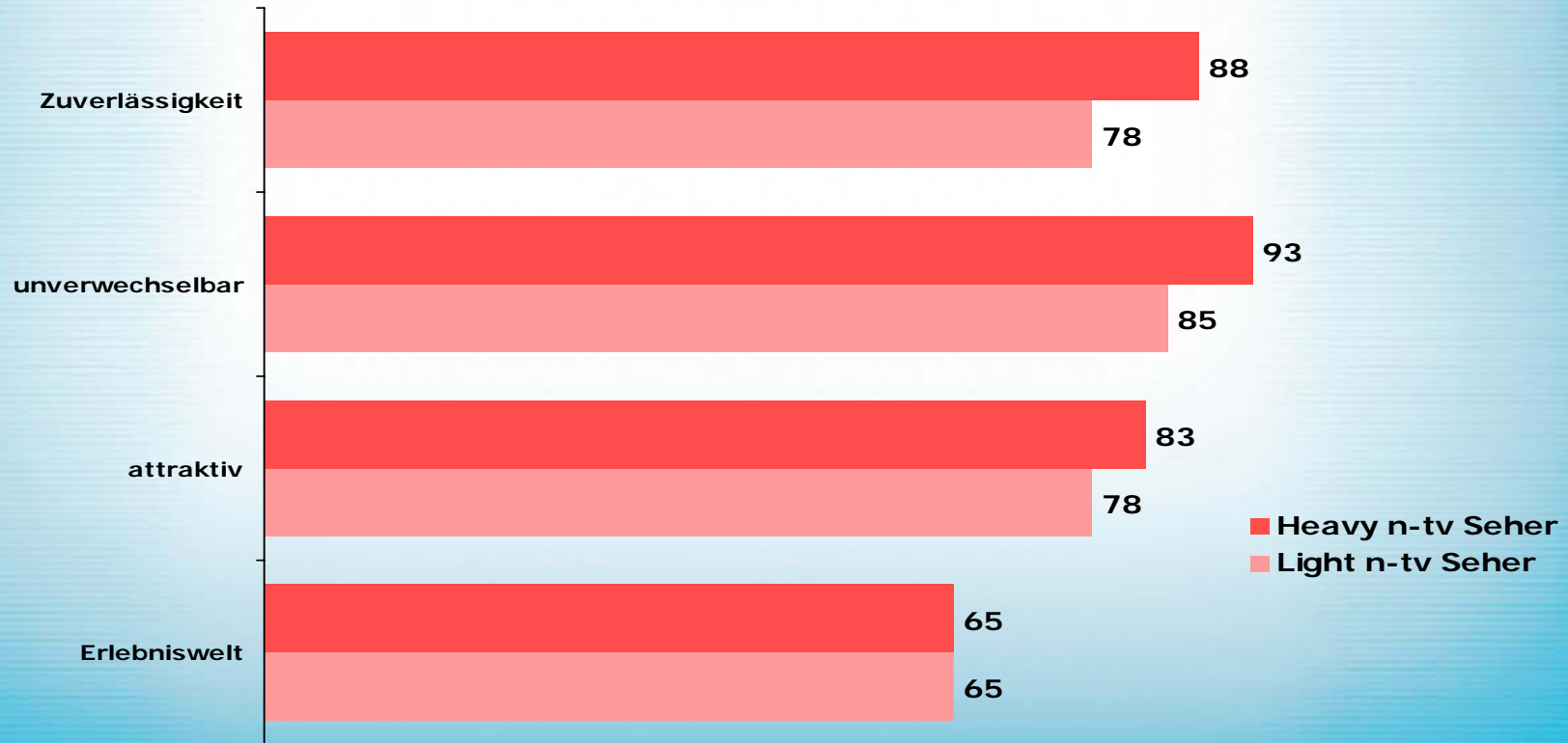


Image

Eigenschaften Porsche

Top 2, Angaben in %

Denken Sie bitte an die Marke Porsche. Wie gut passen für Sie persönlich die folgenden Begriffe zur Marke Porsche?



Basis: Marke bekannt oder Werbemittel wahrgenommen n=242

Passung Porsche und n-tv

Lassen Sie einfach mal Ihren Bauch sprechen: was genau lässt Porsche und n-tv so gut zusammen passen? Bitte beschreiben Sie dies kurz mit eigenen Worten.

Eine Auswahl aus
den Zitaten:



Passung Porsche und n-tv

„Was n-tv an zuverlässiger Information bringt, hat Porsche an zuverlässiger und sportlicher Technik!!“

„Sowohl Porsche (innovativ) als auch n-tv befinden sich am Puls der Zeit.“

„Premiummarken!“

„Eine noble Automarke für eine intelligente Zuschauerschaft.“

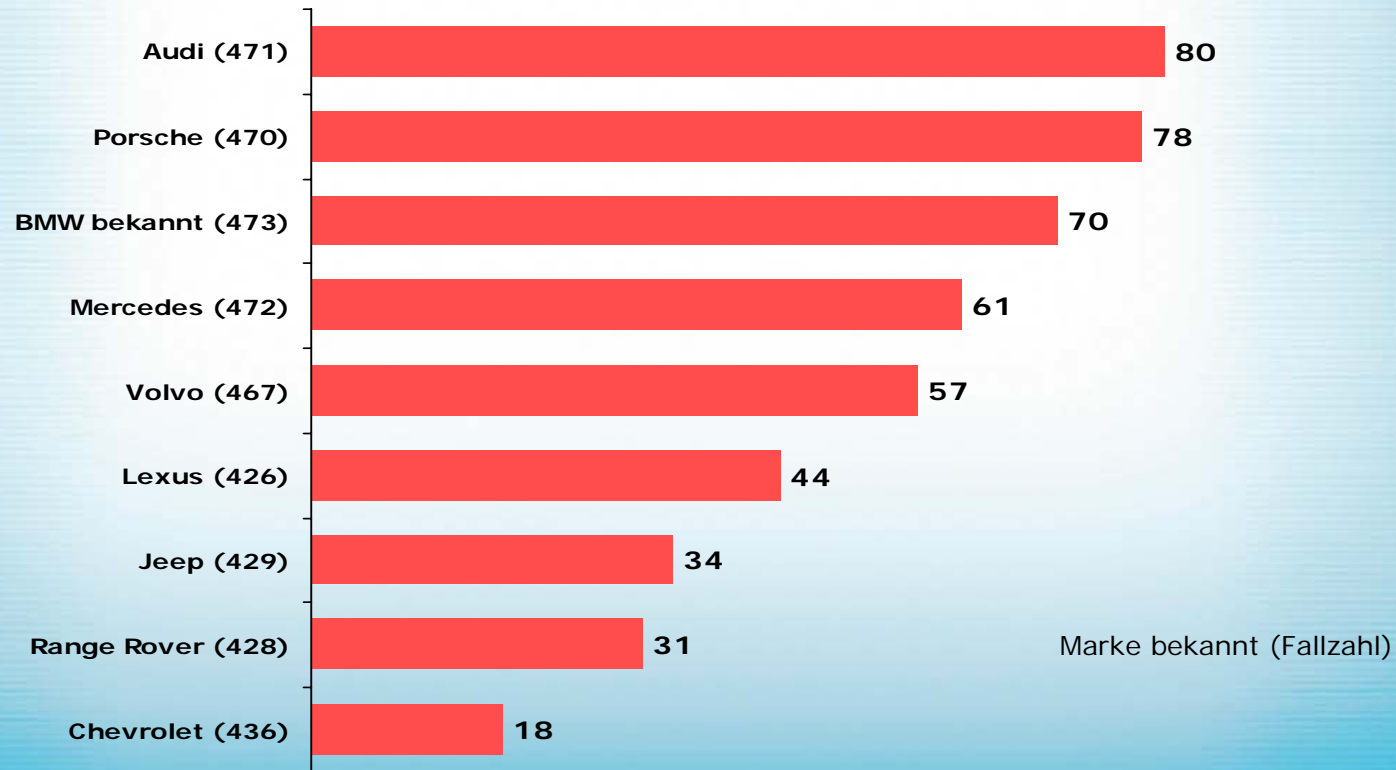
„Der 'Businesssender' und das 'Preissegment' in welchem sich Porsche bewegt.“

„Beides ist nur etwas für Kenner!“

Sympathie PKW-Marken

Top 2, Angaben in %

Genauso wie man Menschen sympathisch oder unsympathisch finden kann, kann man auch von PKW-Marken sagen, dieser ist mir sympathisch oder unsympathisch. Bitte kreuzen Sie an, wie sympathisch Ihnen die folgenden PKW-Marken sind.



Fazit Markenbekanntheit & Image

- bei der gestützten Markenbekanntheit liegt Porsche auf Rang vier, wobei der Abstand minimal ist; bei der Frage nach der Sympathie liegt Porsche sogar auf Platz zwei
- Mit Porsche werden zu hohen Prozentsätzen Begriffe wie „Unverwechselbar“, „Zuverlässigkeit“ und „Attraktivität“ assoziiert
- n-tv und Porsche, eine gelungene Verbindung, die die n-tv Seher anspricht!



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

