

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

Unterföhring, April 2011

ING-DiBaTolerance Day-Sponsoring

Ergebnisse der Begleitforschung



Steckbrief

Bewertung Aktion Tolerance Day

Awareness

Image

Fazit

Grundgesamtheit	<p>Testgruppe: Deutschsprachige Personen zwischen 20 und 49 Jahren, die mindestens eine Sendung auf ProSieben am 8. April 2011 zwischen 17.00 und 23.00 Uhr gesehen haben</p> <p>Kontrollgruppe: Deutschsprachige Personen zwischen 20 und 49 Jahren, die keine der o.g. Sendung gesehen haben</p>
Auswahlverfahren	Zufallsauswahl im Rahmen des forsa omninet-Panels.
Erhebungsform	Inhouse-Onlinebefragung am PC oder per Set-Top-Box am TV-Bildschirm anhand eines strukturierten Fragebogens
Stichprobe	Testgruppe n=280; Kontrollgruppe n= 103
Feldzeit	Testgruppe: 08.-09.04.2011 Kontrollgruppe: 07.-08.04.2011 vor 17Uhr

Steckbrief

Bewertung Aktion „Tolerance Day“

Awareness

Image

Fazit

Der „Tolerance Day“ auf ProSieben

Wir machen Yoga und Fernreisen, genießen exotische Speisen und vernetzen uns via Facebook oder anderen Netzwerken mit der ganzen Welt.

Doch wie gehen wir mit fremden Kulturen, Bräuchen und Meinungen im eigenen Land um? Und wo liegen die Grenzen des Tolerierbaren?

Als erster TV-Sender greift ProSieben das Thema Toleranz auf und ruft am 08.04. den **Tolerance Day** aus: mit zahlreichen Berichten in den ProSieben-Magazinen, dem Spielfilm-Highlight „Die Welle“ (DEA), der eigens produzierten Dokumentation „Der große Toleranz-Test“ (DEA) und einer umfassenden Social Campaign mit den Sendergesichtern, die flankierend vom 25.03. bis zum 30.04. zu sehen ist.



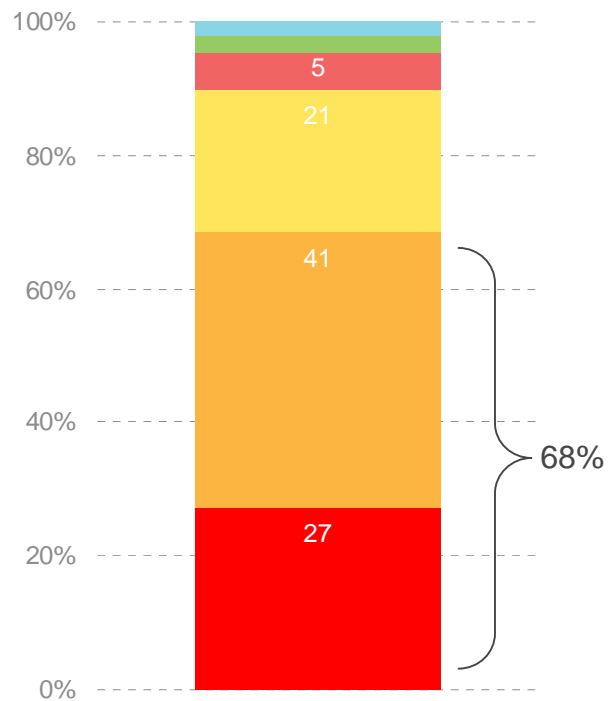
Marktanteil und Reichweite „Die Welle“ Angaben in Prozent und Mio.

Zielgruppe	Marktanteil	Reichweite
E 14-49 J.	20,4%	2,38 Mio.
E 14-29 J.	36,3%	1,04 Mio.
M 14-29 J.	43,0%	0,51 Mio.

Basis: Alle Fernsehhaushalte, Fernsehpanel D+EU, 08.04.2011 („Die Welle“, 20:15-22:15 Uhr)
Zielgruppe: Basis E 14-49 Jahre (falls nichts anderes angegeben)
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung / TV Scope / SevenOne Media



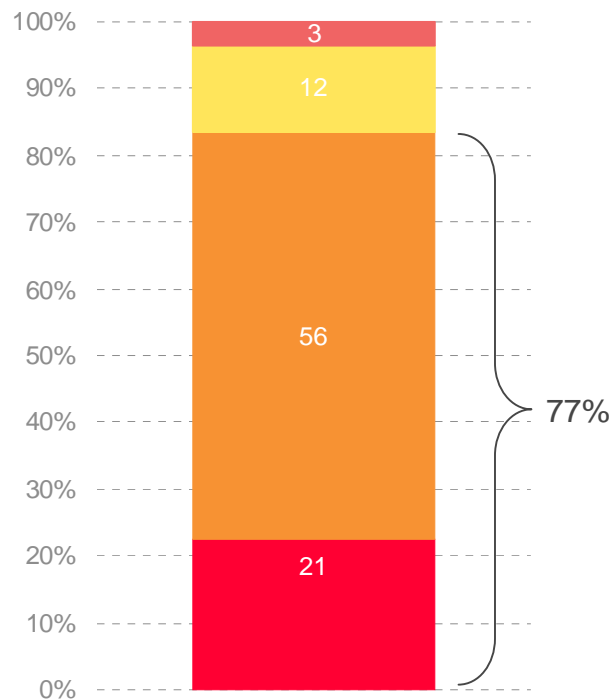
Gefallen Aktion Tolerance Day Angaben in Prozent



■ 1 sehr gut ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 sehr schlecht

ProSieben hat das Thema Toleranz aufgegriffen und am 08.04. den „Tolerance Day“ ausgerufen:“. Wie gefällt Ihnen diese Aktion alles in allem?
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)
Quelle:forsa. | SevenOne Media

Fitting Aktion Tolerance Day & ProSieben Angaben in Prozent

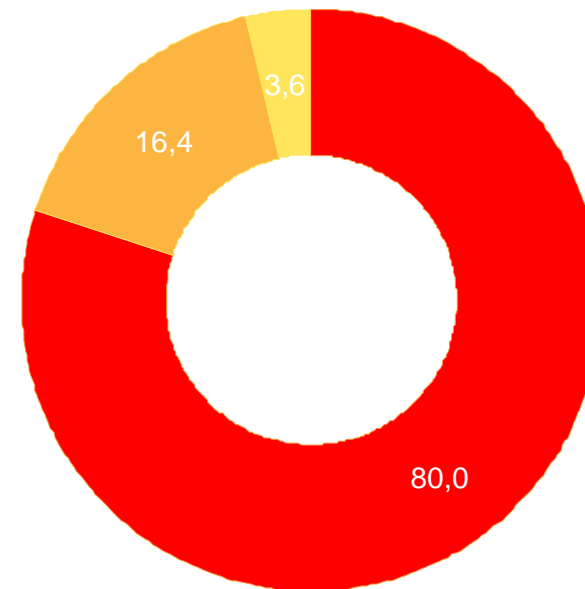


■ sehr gut ■ gut ■ weniger gut ■ gar nicht

Wie gut passt Ihrer Meinung nach so eine Aktion zu ProSieben?
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)
Quelle: forsa. | SevenOne Media



Beurteilung weiterer Aktionen auf ProSieben Angaben in Prozent



- finde ich (eher) gut, würde ich befürworten
- finde ich eher überflüssig
- weiß nicht

Wie würden Sie es finden, wenn ProSieben in Zukunft häufiger sein Programm einen Tag lang einem bestimmten gesellschaftlich wichtigen Thema widmen würde?
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)
Quelle :forsa. | SevenOne Media

Steckbrief

Bewertung Aktion Tolerance Day

Awareness

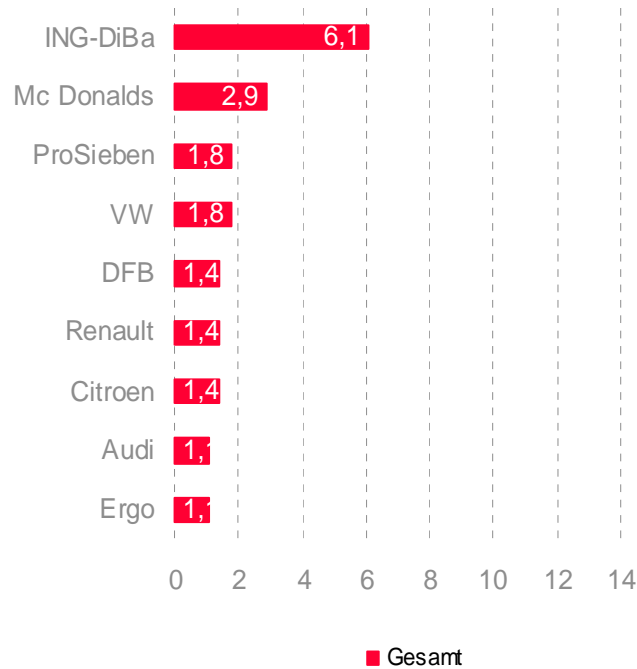
Image

Fazit

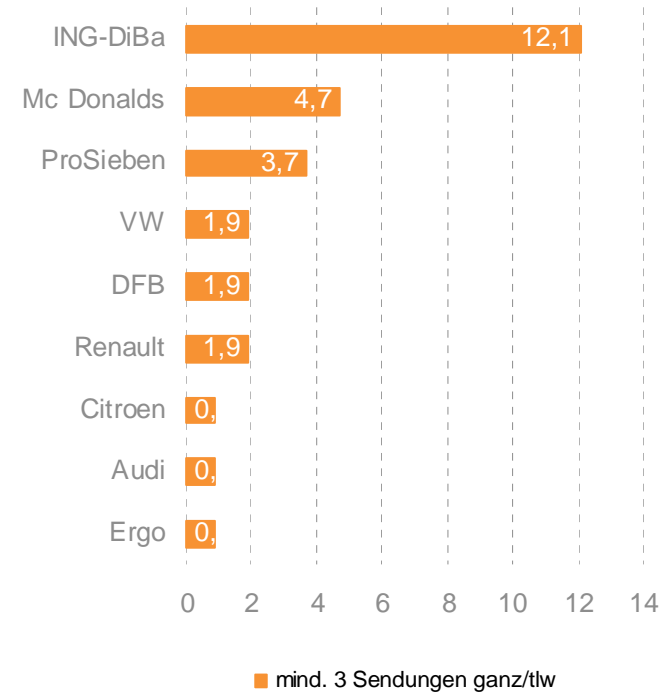
ING-DiBa bei Werbeerinnerung ganz vorne



Ungestützte Werbeerinnerung
Angaben in Prozent (Nennungen > 1 Prozent)



Ungestützte Werbeerinnerung
Angaben in Prozent (Nennungen > 1 Prozent)

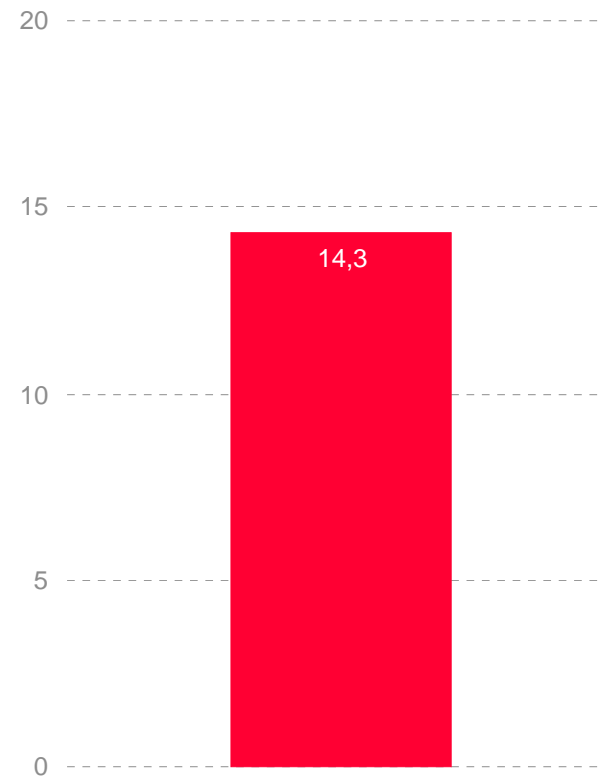


Können Sie sich noch erinnern, für welche Produkte und Marken rund um die Sendungen und dem Spielfilm geworben wurde? Bitte geben Sie alle Marken/Produkte an, die Ihnen einfallen.
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280) Quelle: forsa. | SevenOne Media

Spontane Sponsor-Erinnerung liegt bei rund 15 Prozent

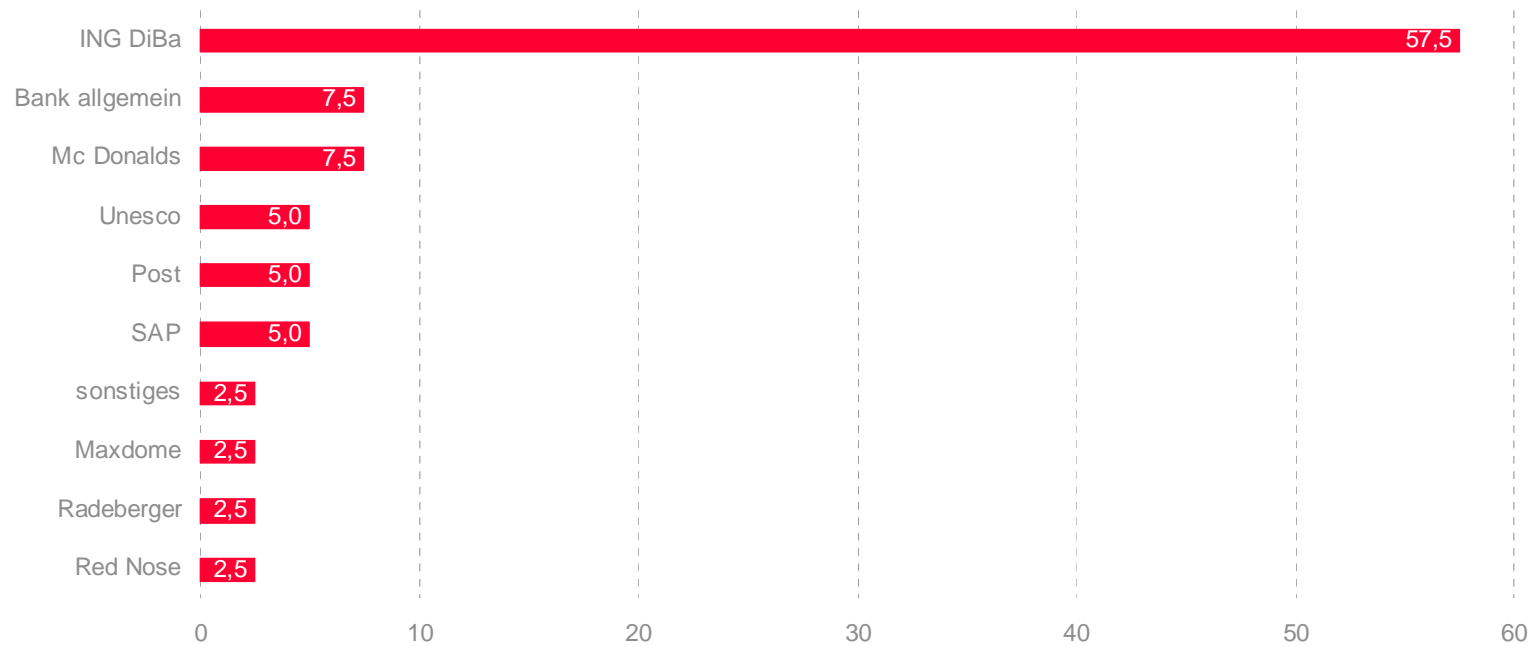


Ungestützte Sponsor Erinnerung Angaben in Prozent



Ist Ihnen beim „Tolerance Day“ auf ProSieben ein Programmsponsor aufgefallen, also ein Unternehmen, das den „Tolerance Day“ präsentiert?
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280)
Quelle: forsa. | SevenOne Media

Ungestützte Sponsor Erinnerung Angaben in Prozent

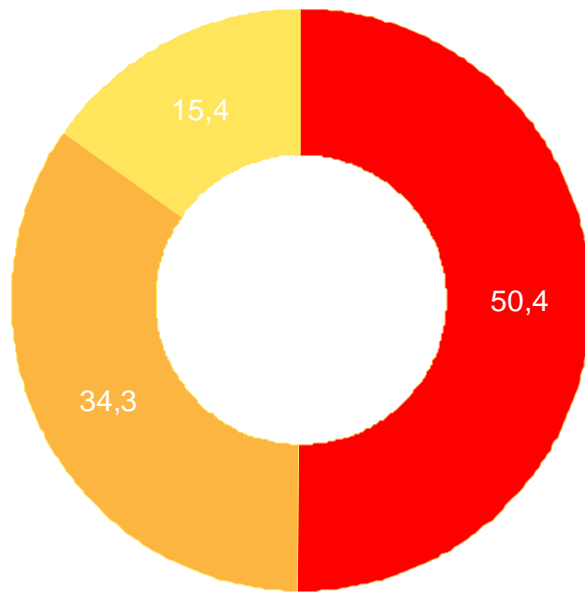


Welches Unternehmen ist das?

Basis: Erwachsene 20-49J, die sich ungestützt an einen Sponsor erinnern konnten (n=40)

Quelle: forsa. | SevenOne Media

Bildgestützte Sponsor Erinnerung Angaben in Prozent



■ ja ■ nein ■ weiß nicht/bin mir unsicher



Der „Tolerance Day“ auf ProSieben wurde von ING-DiBa präsentiert. Auf den folgenden Seiten sehen Sie ein paar Ausschnitte des Sponsorhinweises. Ist Ihnen der Sponsorhinweis von ING-DiBa bei den Sendungen rund um den „Tolerance Day“ aufgefallen?
Basis: Erwachsene 20-49J (n=280); Quelle: forsa. | SevenOne Media

Agenda



Steckbrief

Bewertung Aktion Tolerance Day

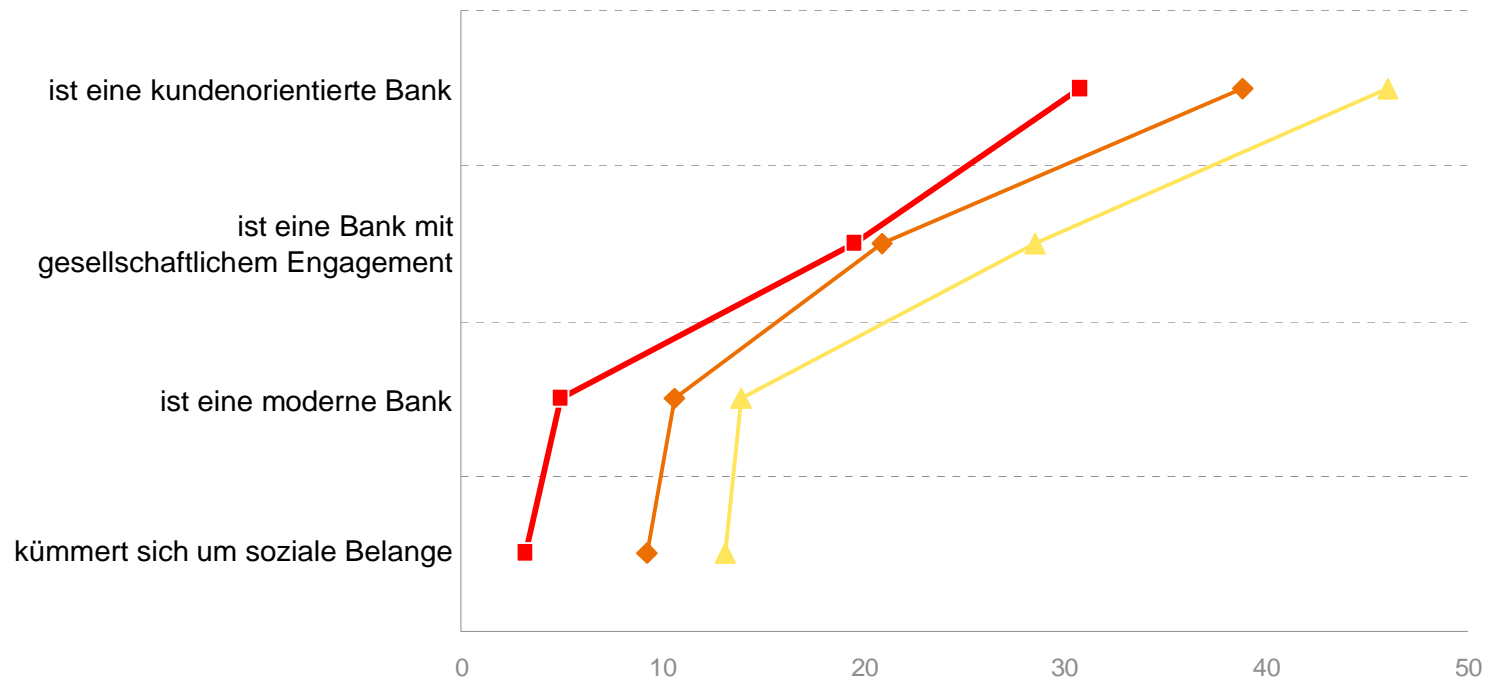
Awareness

Image

Fazit

Imageprofil ING-DiBa

Angaben in Prozent (TopTwo= stimme voll und ganz zu / stimme zu)



—■— Ohne Kontakt zum Tolerance Day —◆— Mit Kontakt zum Tolerance Day —▲— Sponsor gestützt erinnert

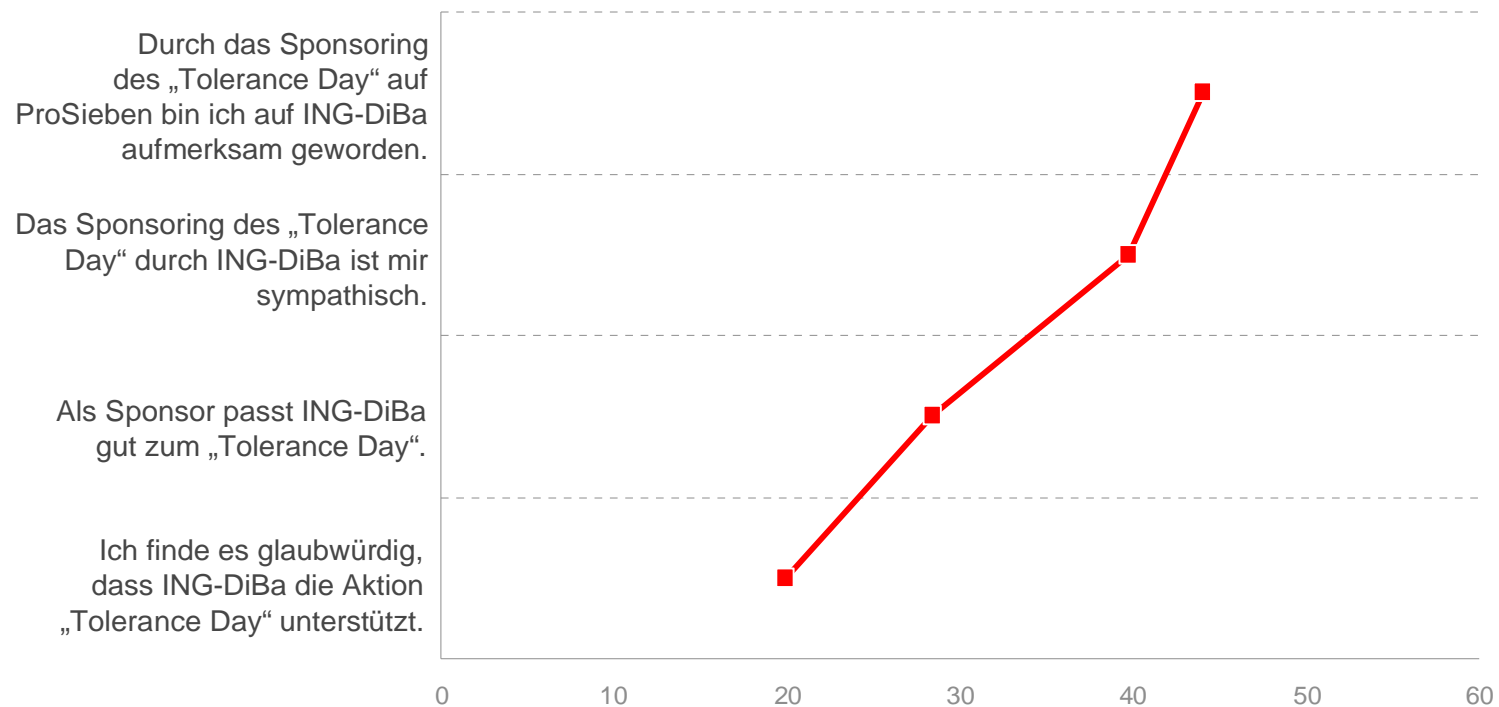
Im Folgenden sind einige Aussagen zur ING-DiBa aufgeführt. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit diese Aussagen Ihrer Meinung nach auf die ING-DiBa zutreffen.

Basis: Erwachsene 20-49 Jahre, die ING-DiBa zumindest dem Namen nach kennen (n=273)

Quelle: forsa. | SevenOne Media

Aussagen zum Sponsoring

Angaben in Prozent (TopTwo= stimme voll und ganz zu / stimme zu)



„Sie haben ja gerade angegeben, dass Ihnen der Sponsorhinweis von ING-DiBa zum „Tolerance Day“ aufgefallen ist. Sie sehen auf den nächsten Seiten einige Aussagen dazu. Bitte geben Sie jeweils an, inwieweit Sie den Aussagen zustimmen. Basis: Erwachsene 20-49 Jahre, die sich gestützt an den Sponsorhinweis erinnern [n=141] Quelle: forsa. | SevenOne Media

- **Die Aktion „Tolerance Day“ kassiert von mehr als zwei Drittel der Befragten Bestnoten.** Das Fitting zu ProSieben wird zudem als sehr gut bewertet. Die meisten würden weitere Aktionen in diesem Sinne befürworten.
- **Hohe Aufmerksamkeit für ING-DIBa:** Top-Nennung bei der ungestützten Werbeerinnerung.
- **Markenzuordnung funktioniert hervorragend:** ING-DIBa wird als Sponsor vom Tolerance Day sehr gut wahrgenommen. Bildgestützt kann sich die Hälfte der Befragten erinnern Sponsorhinweise von ING-DIBA gesehen zu haben.
- Das Imageprofil von ING-DIBa zeigt: Die Bank wird als kundenorientiert angesehen. Bei den Tolerance Day –Sehern und vor allem bei denen, die sich an das Sponsoring erinnern können, ist eine deutliche Bewegung im Markenprofil zu erkennen. Hier gibt es einen **signifikanten Shift um bis zu zehn Prozentpunkten besonders bei den Imagewerten „gesellschaftlichen Engagement“ und „kümmert sich um soziale Belange“**. **Toller Erfolg des Sponsorings!** Zudem sorgt es für Aufmerksamkeit und Sympathie für die Bank.
- Berücksichtigt man, dass ING-DIBa durch langjährige Werbepräsenz bereits über ein ausgeprägtes Image verfügt und sich Images in der Regel nur sehr schwerfällig bewegen, sind diese Ergebnisse besonders bemerkenswert.

Lucia Rizzo
Research Manager

SevenOne Media GmbH
Betastr. 10i
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89/9507-41 83
Fax +49 (0) 89/9507-941 83
www.sevenonemedia.de
lucia.rizzo@sevenonemedia.de