



John Deere Begleitforschung zur TV-Kampagne auf n-tv

September 2009



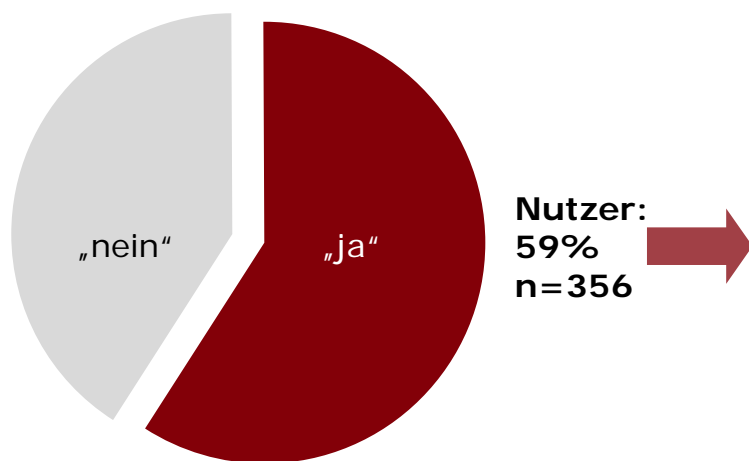
Methodik

- Online-Befragung im Rahmen der n-tv Expertenbefragung, genutzt wurden die Wellen 2/2009 (Nullwelle) und 3/2009 (Hauptwelle)
- Grundgesamtheit: n-tv Zuschauer (mindestens einmal im Monat)
- Panelbestand zu Befragungsbeginn: 1.275 Personen
- Teilnehmer: Nullwelle: 742 n-tv Zuschauer
 Hauptwelle: 605 n-tv-Zuschauer
- Einladung: via E-Mail mit Link zum Online-Fragebogen
- Feldzeit: Nullwelle: 27. Februar bis 15. März 2009
 Hauptwelle: 24. April bis 10. Mai 2009
- Institut: Werbestolz, Köln



Drei von fünf Befragten besitzen einen Rasenmäher

Nutzung eines Rasenmähers im Haushalt:

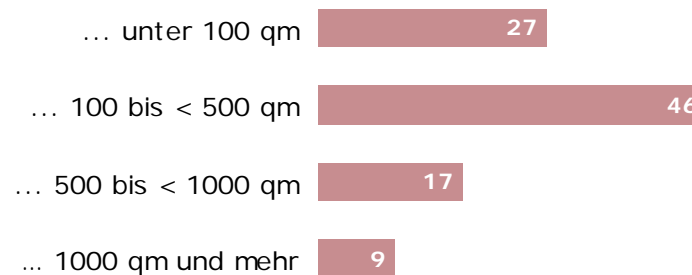


Verwendeter Rasenmäher und Größe der Rasenfläche (Nutzer=100%):

Rasenmähertyp:



Größe der Rasenfläche:



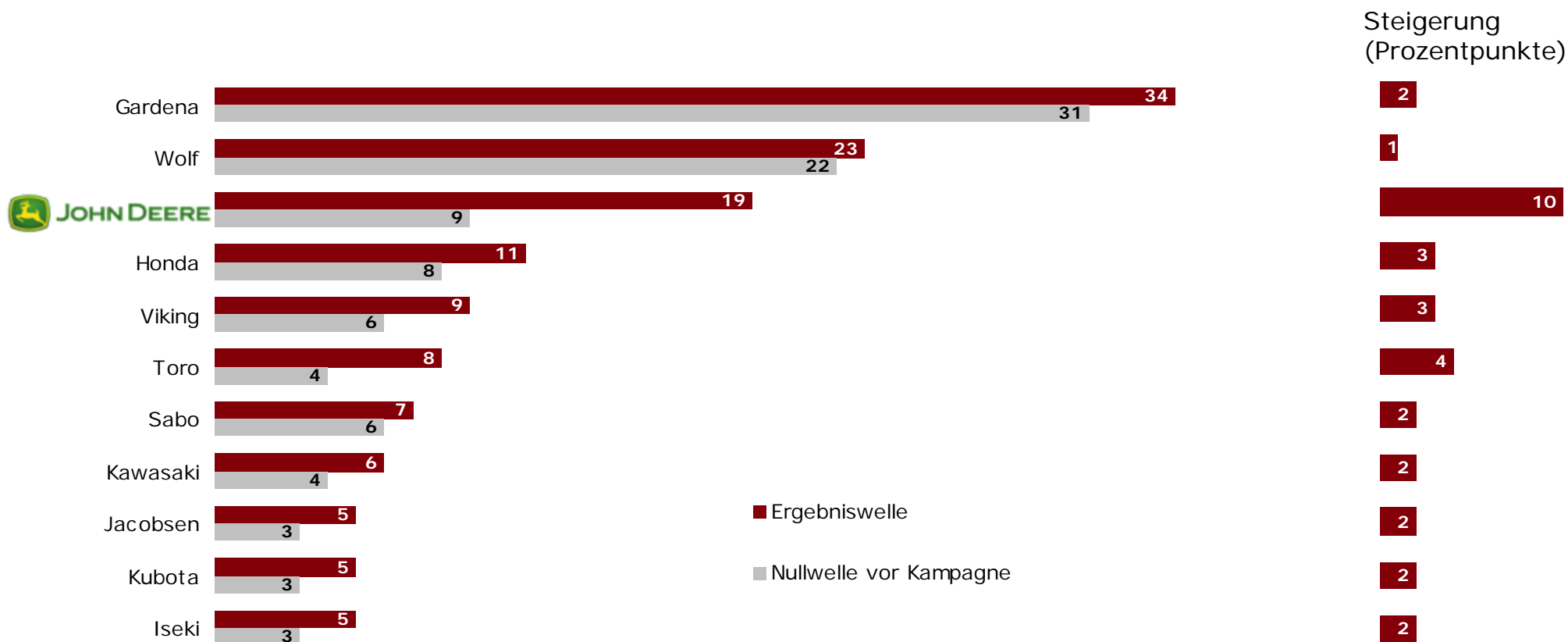
k.A.

n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 von 24.04.-10.05.2009. Basis: Alle Befragten, n=605



John Deere: Werbeerinnerung verdoppelt!

Gestützte Werbeerinnerung an Rasenmäher-Hersteller (Werte in Prozent)



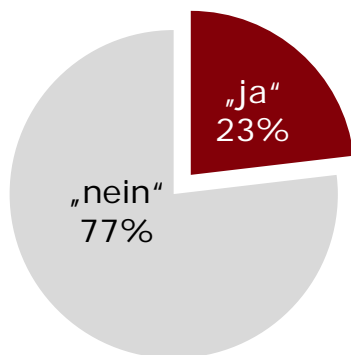
n-tv Expertenbefragung, Welle 2/2009 vom 27.02.-15.03.2009 und Welle 3/2009 vom 24.04.-10.05.2009. Basis: Alle Befragten, n=742 (Welle 2) bzw. n=605 (Welle 3)



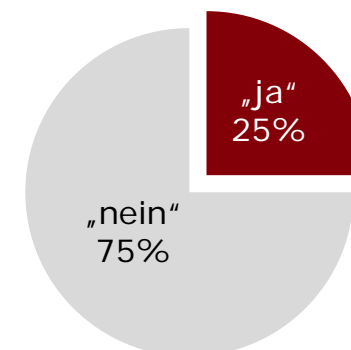
Jeder Vierte erinnert sich an Werbespots

Wiedererkennung der Werbespots (nach Vorführung in Umfrage)

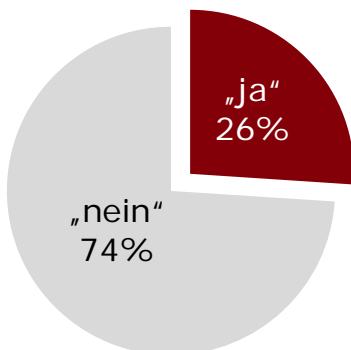
Motiv
„Mähen“



Gesamt



Motiv
„Pflügen“

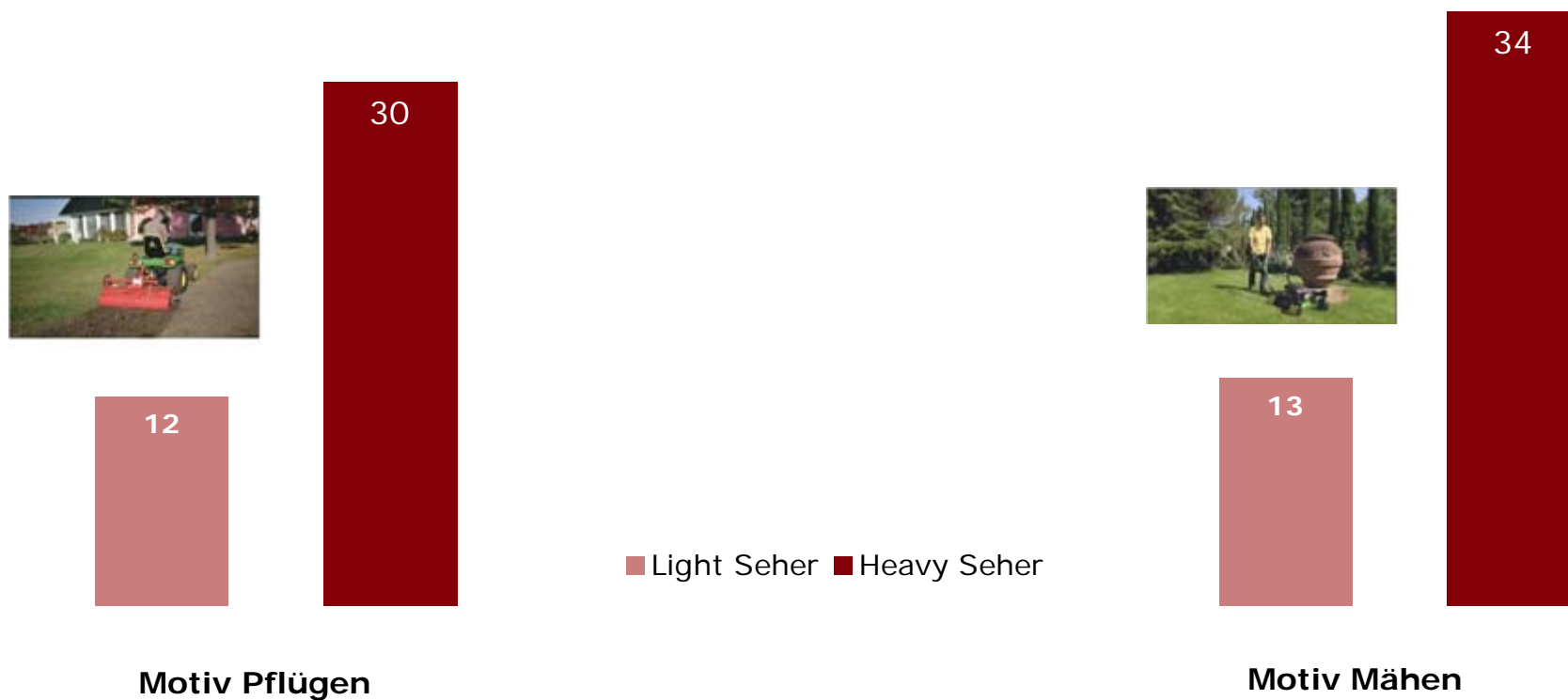


n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 von 24.04.-10.05.2009. Basis: Alle Befragten, n=605



Mehr Kontakte = mehr Recognition

Vergleich Heavy Seher (täglich n-tv) versus Light Seher (seltener) in %

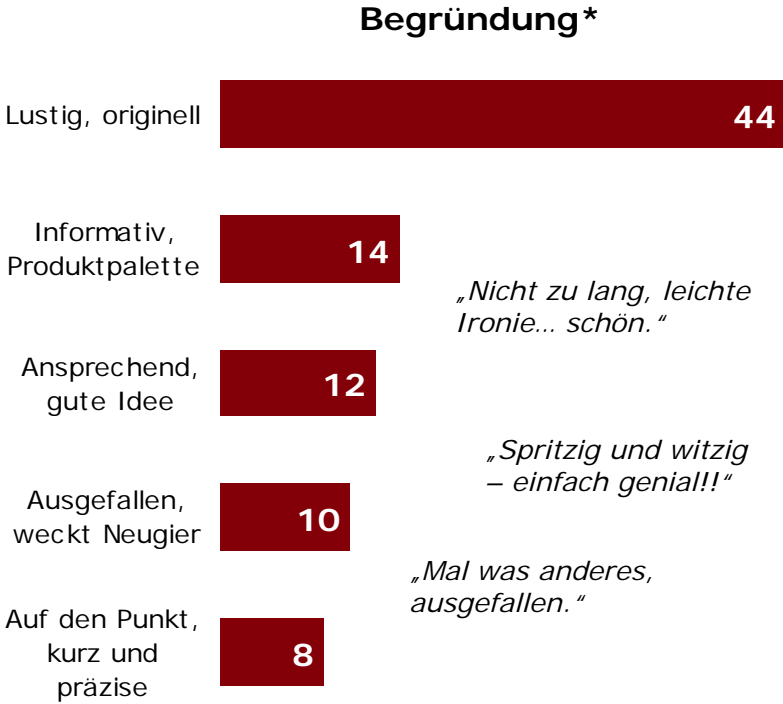
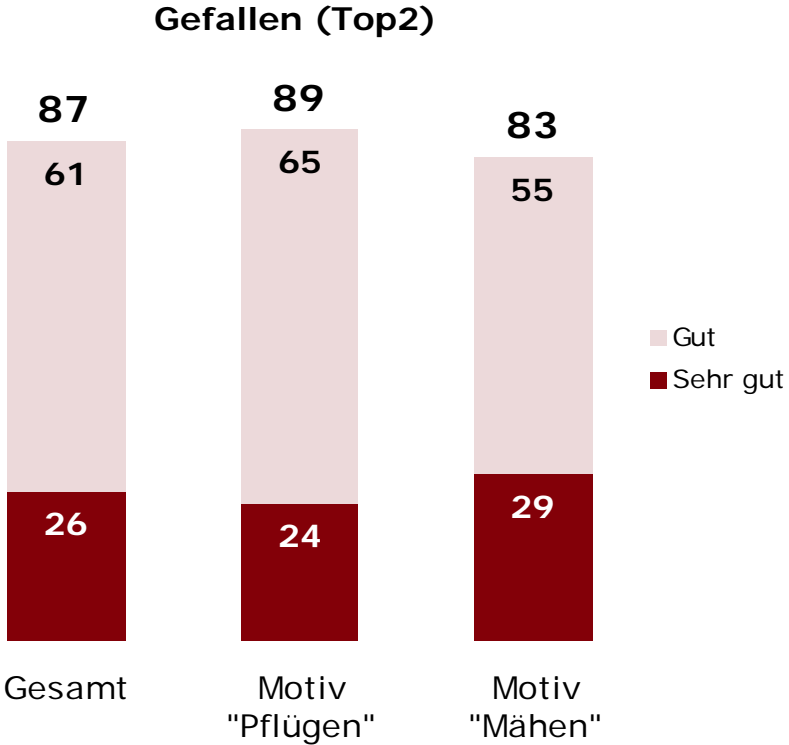


n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 von 24.04.-10.05.2009. Basis: Alle Befragten, n=605



John Deere-Spots begeistern die Zuschauer

Gefallen der Spots und Begründung
Top-5-Zusammenfassung aus offener Frage, in %



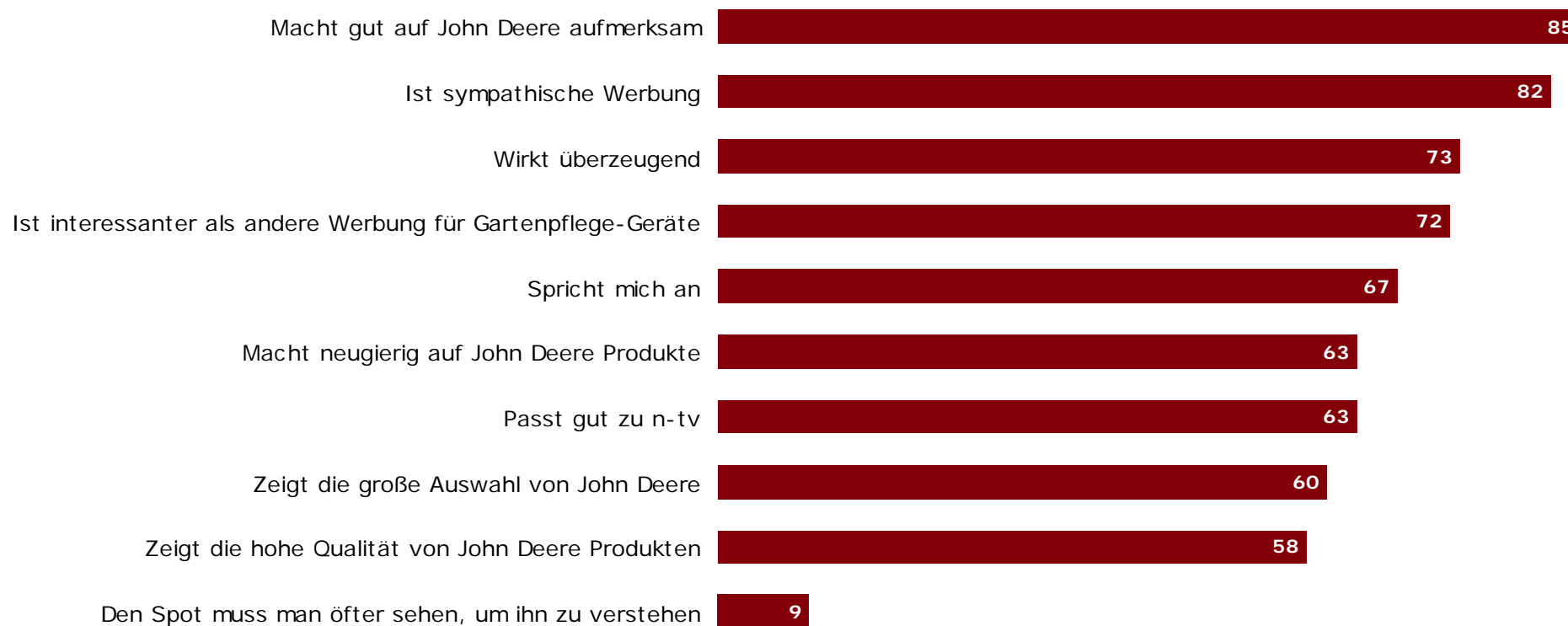
n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04.-10.05.2009. Basis: Befragte mit Werbespot-Erinnerung, n=150

*Antwortende auf offene Frage: n=77 (=100%)



John Deere-Werbung kommt hervorragend an

Zustimmung zu Aussagen über John Deere-Werbespots
Top-2-Nennungen auf 4er-Skala, in %

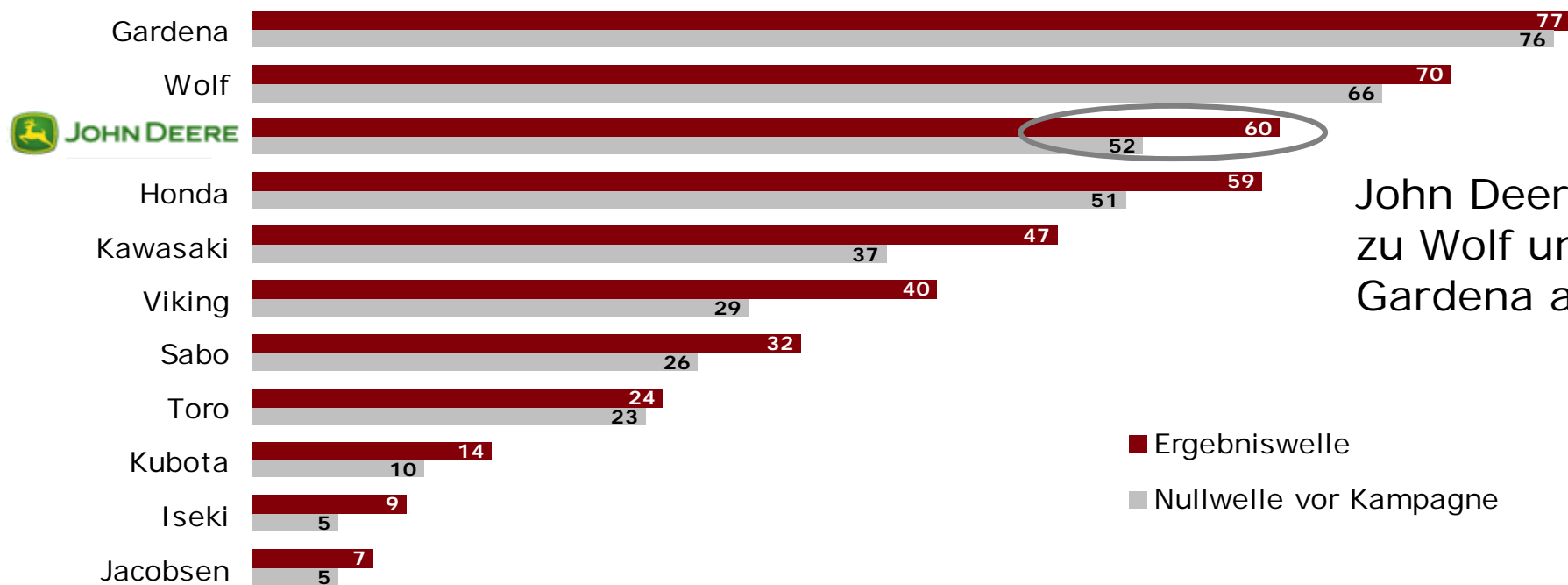


n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04.-10.05.2009. Basis: Befragte mit Werbespot-Erinnerung, n=150



John Deere bei Markenbekanntheit auf Platz drei

Gestützte Markenbekanntheit von Rasenmäher-Herstellern, in%



John Deere schließt zu Wolf und Gardena auf!

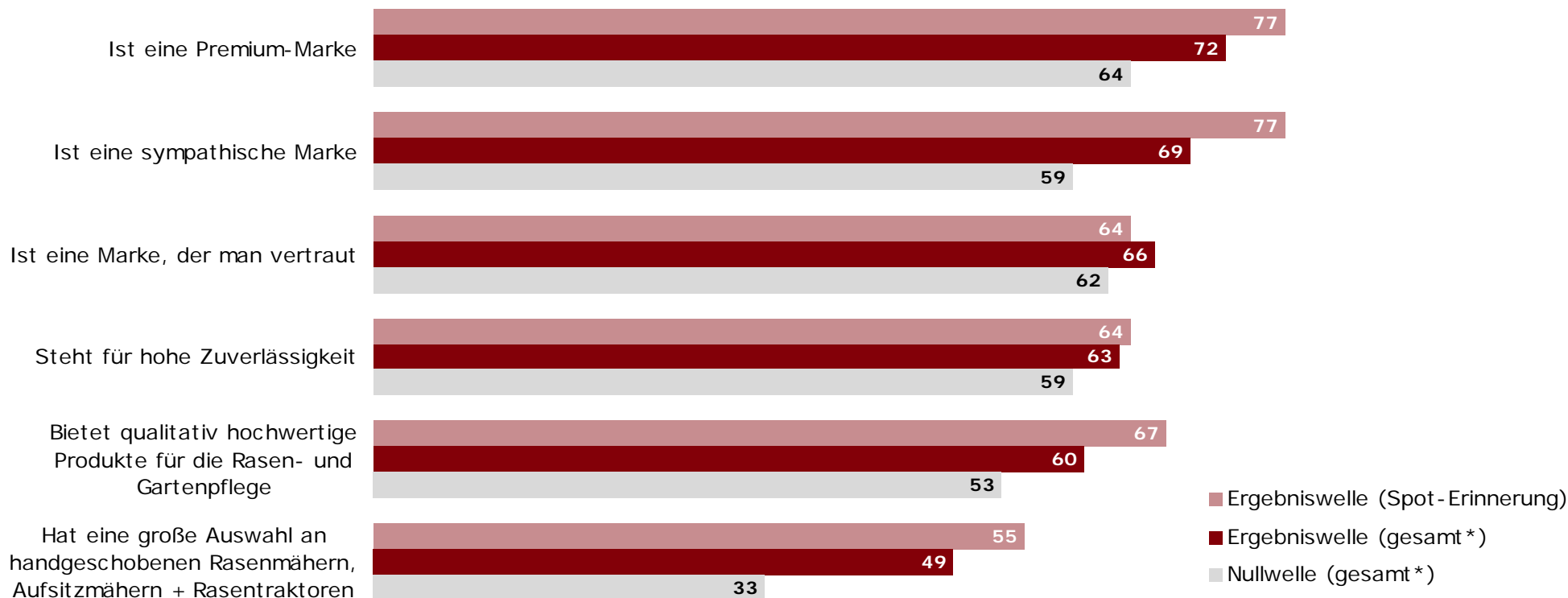
■ Ergebniswelle
■ Nullwelle vor Kampagne

n-tv Expertenbefragung, Welle 2/2009 vom 27.02.-15.03.2009 und Welle 3/2009 vom 24.04.-10.05.2009. Basis: Alle Befragten, n=742 (Welle 2) bzw. n=605 (Welle 3)



John Deere mit starkem Image-Plus

Markeneigenschaften von John Deere
Top-2-Nennungen auf 4er-Skala, in%



n-tv Expertenbefragung, Welle 2/2009 vom 27.02.-15.03.2009 und Welle 3/2009 vom 24.04.-10.05.2009
*Basis: Befragte mit Markenbekanntheit oder Werbeerinnerung John Deere, n=409 (Welle 2) bzw. n=431 (Welle 3)



John Deere trifft auf n-tv den Nerv der Zuschauer

- Drei von fünf Befragten haben einen Rasenmäher im Haushalt.
- Im Kampagnenzeitraum **verdoppelt sich die Werbeerinnerung** für John Deere und weist auf Platz 3 im Wettbewerbsumfeld die höchste Steigerung auf.
- Die TV-Kampagne konnte sich gut durchsetzen und wurde von einem Viertel aller Befragten wahrgenommen.
- Unter den **Heavy Sehern von n-tv** erinnerte sich sogar **jeder Dritte** an die Spots von John Deere.
- Die Werbung wird überaus **positiv bewertet**. Der Humor des Spots kommt bei den Befragten bestens an und weckt Sympathien.
- Die Marke John Deere steht an dritter Stelle und konnte ihre Bekanntheit – zusammen mit den Wettbewerbern – zum Saisonstart **klar steigern**.
- Auch das Markenimage von John Deere **profitiert deutlich** von der Kampagne: Wer sich an die Werbespots erinnert, bewertet das Unternehmen besonders positiv.

n-tv Expertenbefragung – Welle 3 /2009 von 24.04.-10.05.2009





Noch Fragen?

Ihr Ansprechpartner:

Antje Sauer
Senior-Projektleiterin
Mediaforschung & Services
IP Deutschland GmbH
Aachener Straße 1042 a
50858 Köln
www.ip-deutschland.de

Telefon: 0221 5886-468
Telefax: 0221 5886-469

Antje.Sauer@ip-deutschland.de

