

Ein Unternehmen der ProSiebenSAT.1 Media AG

Unterführung, Dezember 2011

# Begleitforschung Roller

8. Flight



# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Fazit**

## Steckbrief

---

<b>Auftraggeber</b>	Möbel Roller / SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
<b>Grundgesamtheit</b>	Deutschsprachige Personen zwischen 14 und 69 Jahren in Deutschland, die mindestens selten in Möbelhäuser und Einrichtungsgeschäfte gehen
<b>Methode</b>	Telefoninterviews (CATI) an Hand eines strukturierten Fragebogens
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 23. - 24. August 2011 Endmessung: 5.-7. Dezember 2011
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n=510 Endmessung: n=755
<b>Wirkungsmaße</b>	Ungestützte und gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien

# Agenda

---

---

Steckbrief

---

**Markenbekanntheit**

---

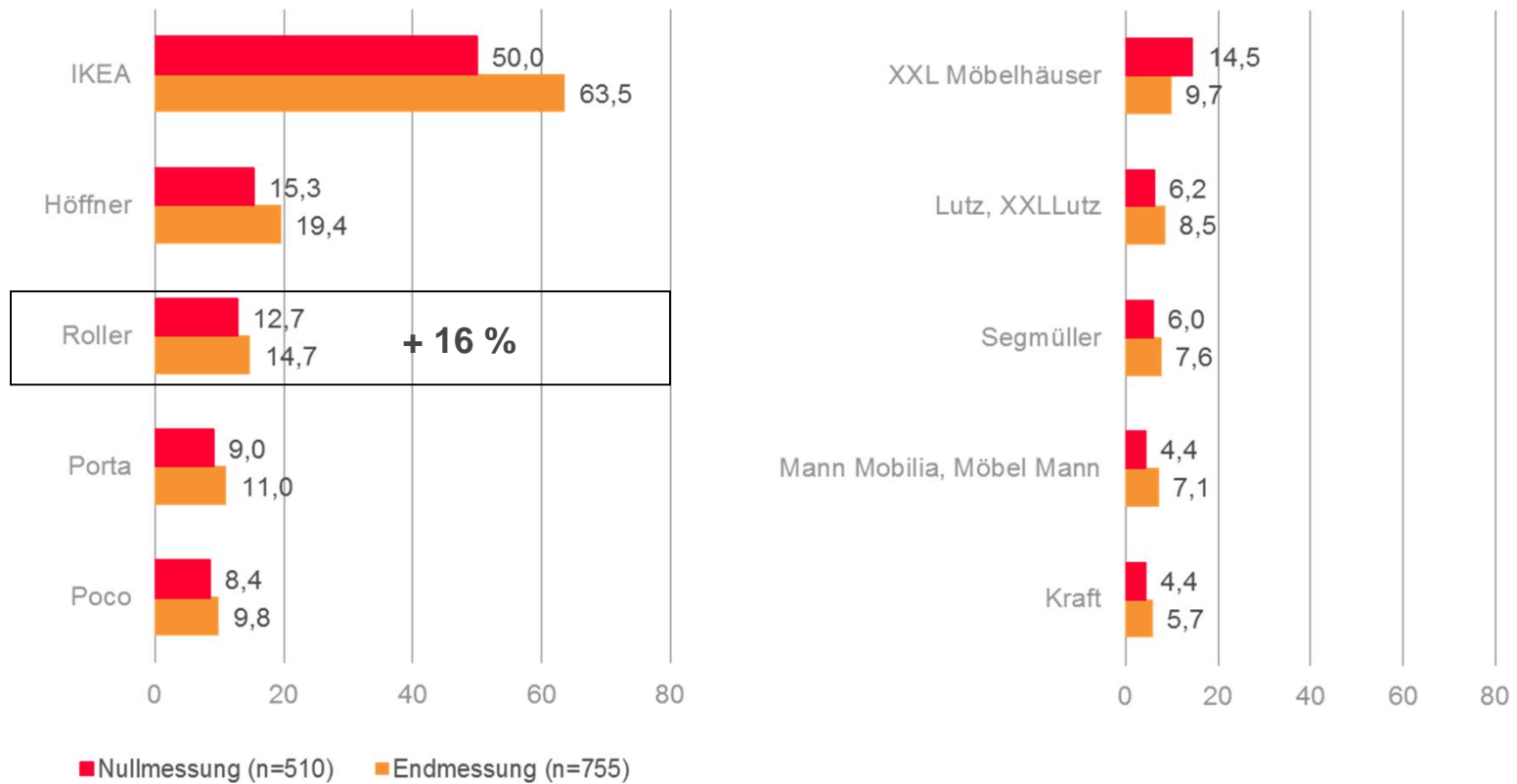
Werbeerinnerung

---

Fazit

# Ungestützte Markenbekanntheit wächst um 16 Prozent

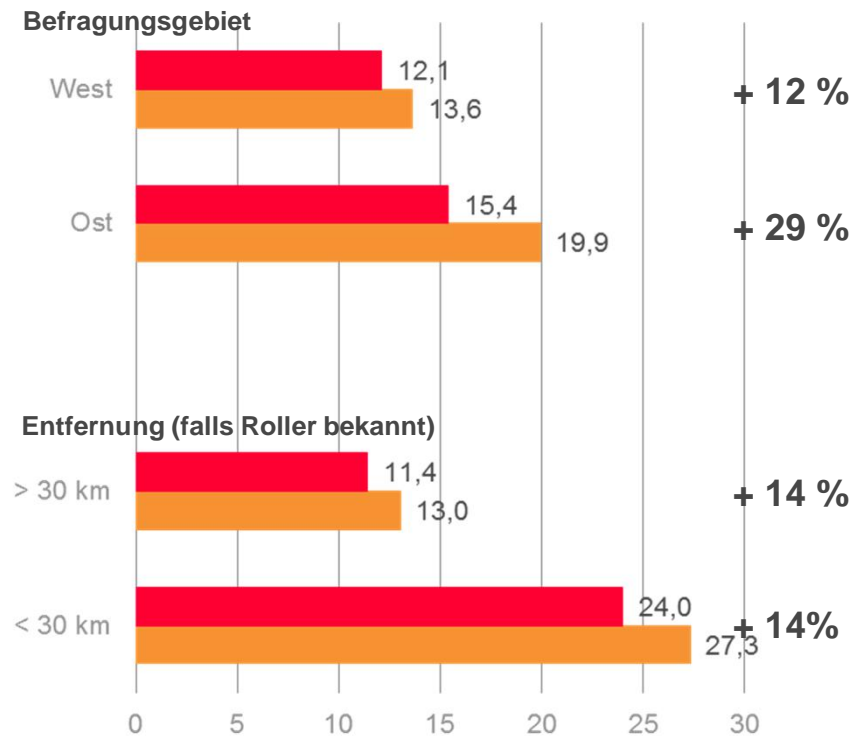
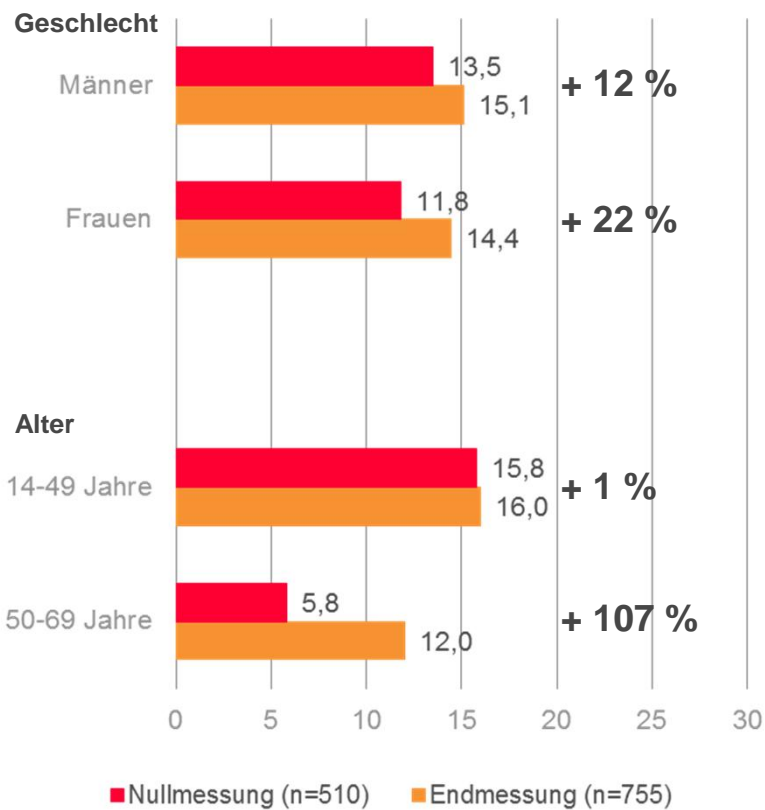
**Ungestützte Markenbekanntheit**  
Angaben in Prozent; Top Ten der Endmessung



„Welche Möbel- bzw. Einrichtungshäuser kennen Sie, und sei es auch nur dem Namen nach?“  
Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Zuwächse allen Zielgruppen

## Ungestützte Markenbekanntheit Roller Angaben in Prozent

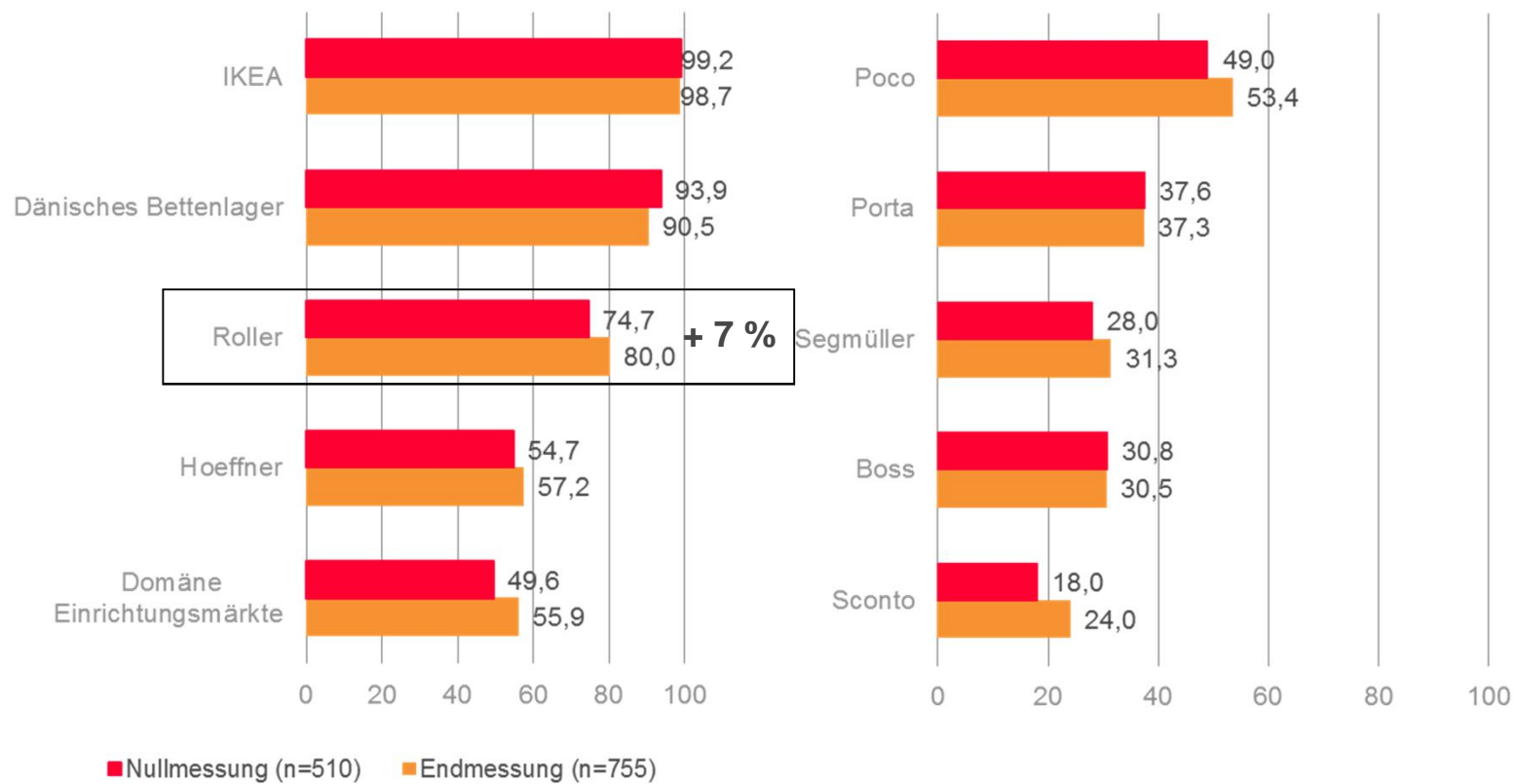


„Welche Möbel- bzw. Einrichtungshäuser kennen Sie, und sei es auch nur dem Namen nach?“  
 Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Auch die gestützte Markenbekanntheit nimmt zu

## Gestützte Markenbekanntheit

Angaben in Prozent



„Ich lese Ihnen nun eine Reihe von Möbel- bzw. Einrichtungshäusern vor, und Sie sagen mir bitte jeweils, ob Sie diese kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.“  
 Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Trotz hohen Niveaus noch moderate Zuwächse

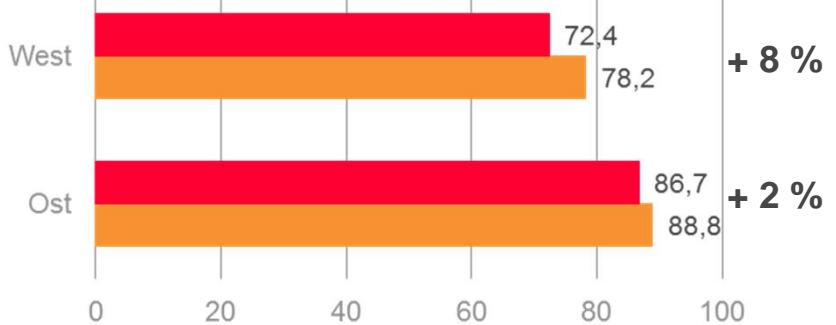
## Gestützte Markenbekanntheit Roller

Angaben in Prozent

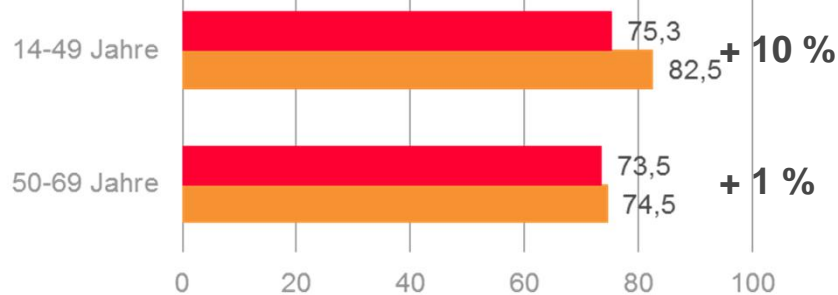
### Geschlecht



### Befragungsgebiet



### Alter



**ROLLER**®  
Clever einrichten!

■ Nullmessung (n=510) ■ Endmessung (n=755)

„Ich lese Ihnen nun eine Reihe von Möbel- bzw. Einrichtungshäusern vor, und Sie sagen mir bitte jeweils, ob Sie diese kennen, und sei es auch nur dem Namen nach.“  
Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

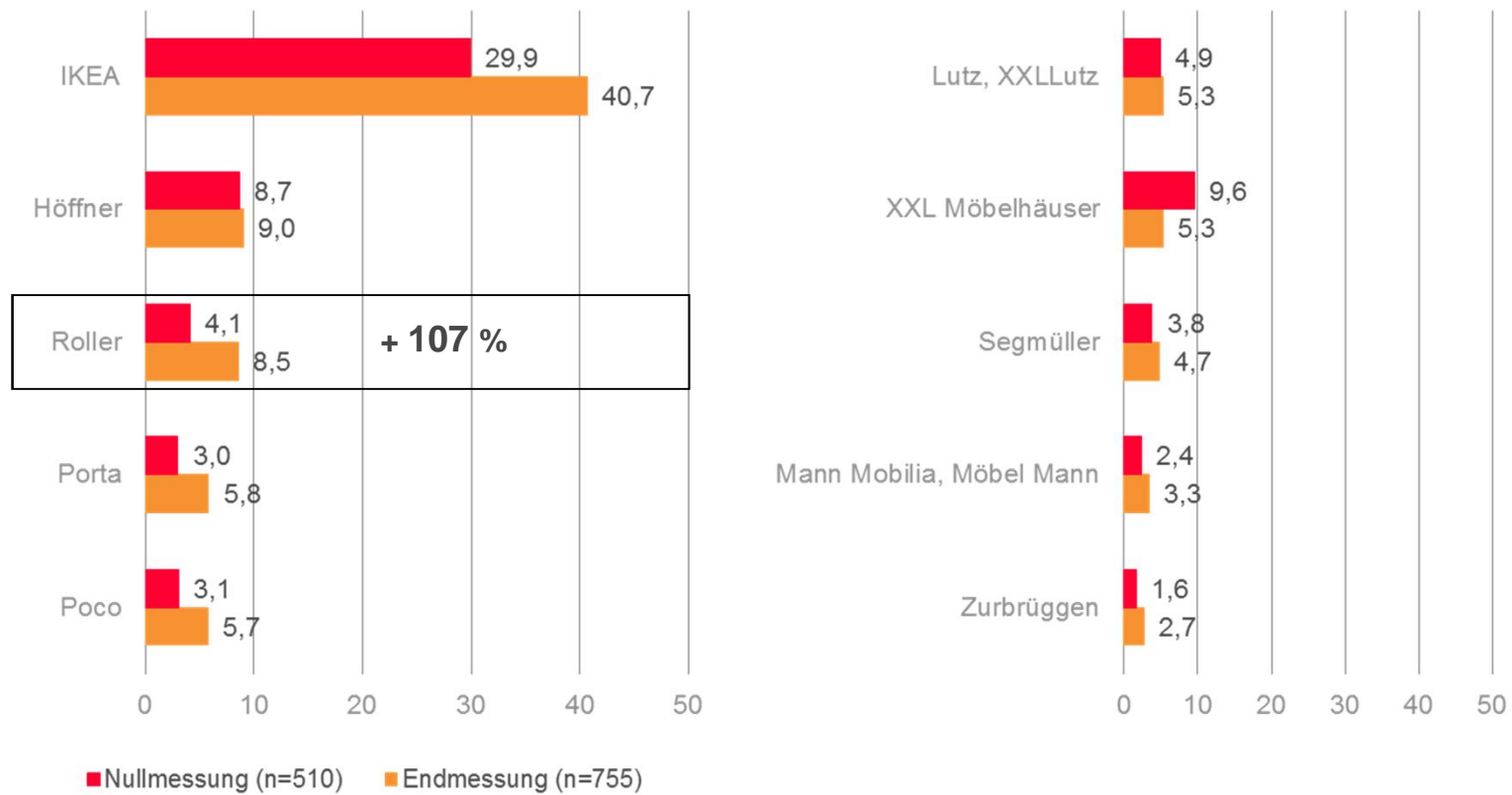
**Werbeerinnerung**

---

**Fazit**

# Ungestützte Erinnerung hat sich mehr als verdoppelt

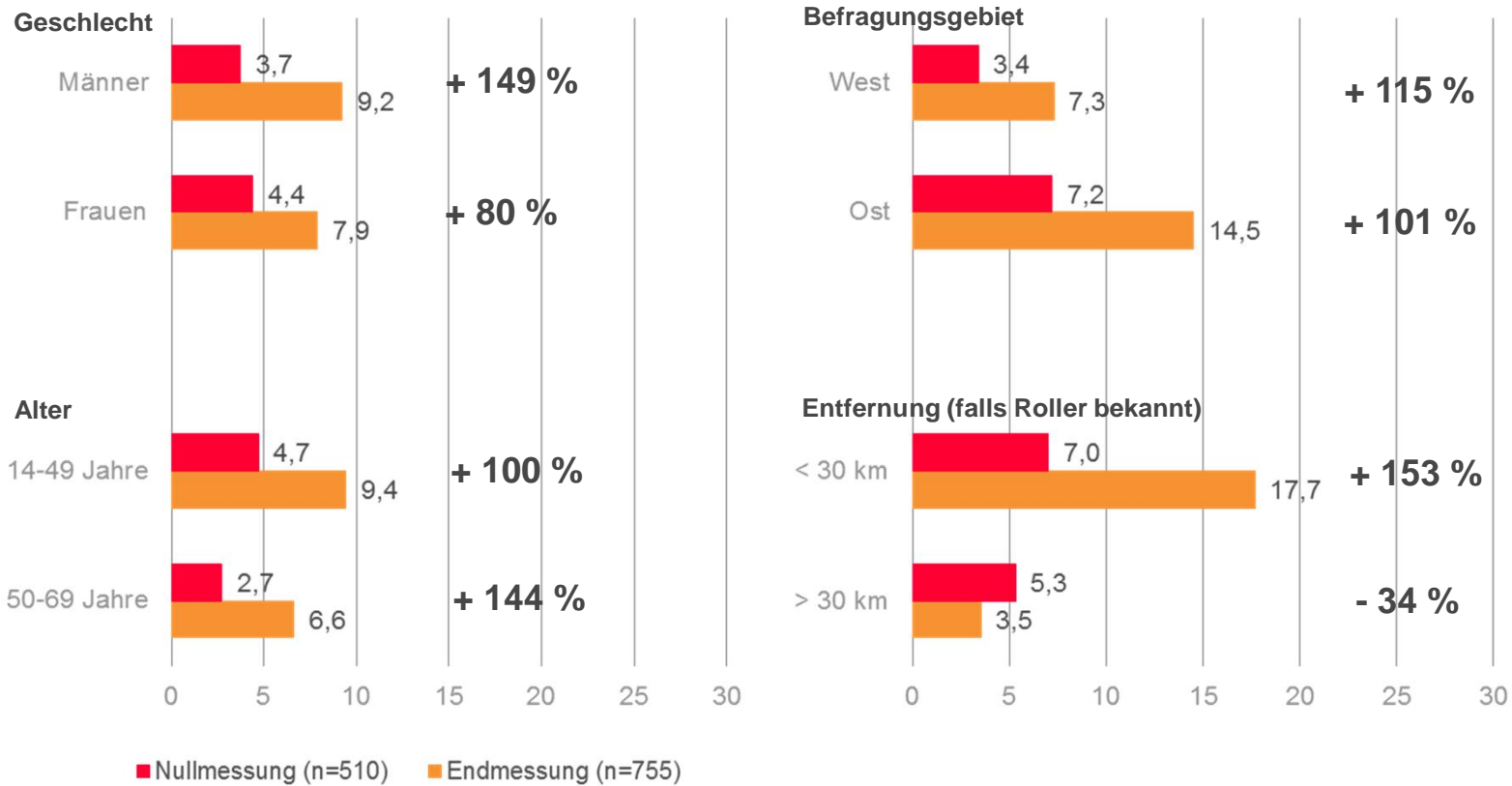
**Ungestützte Werbeerinnerung**  
Angaben in Prozent; Top Ten der Endmessung



„Und für welche Möbel- bzw. Einrichtungshäuser haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“  
Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen  
Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Deutliche Zuwächse über fast alle Zielgruppen

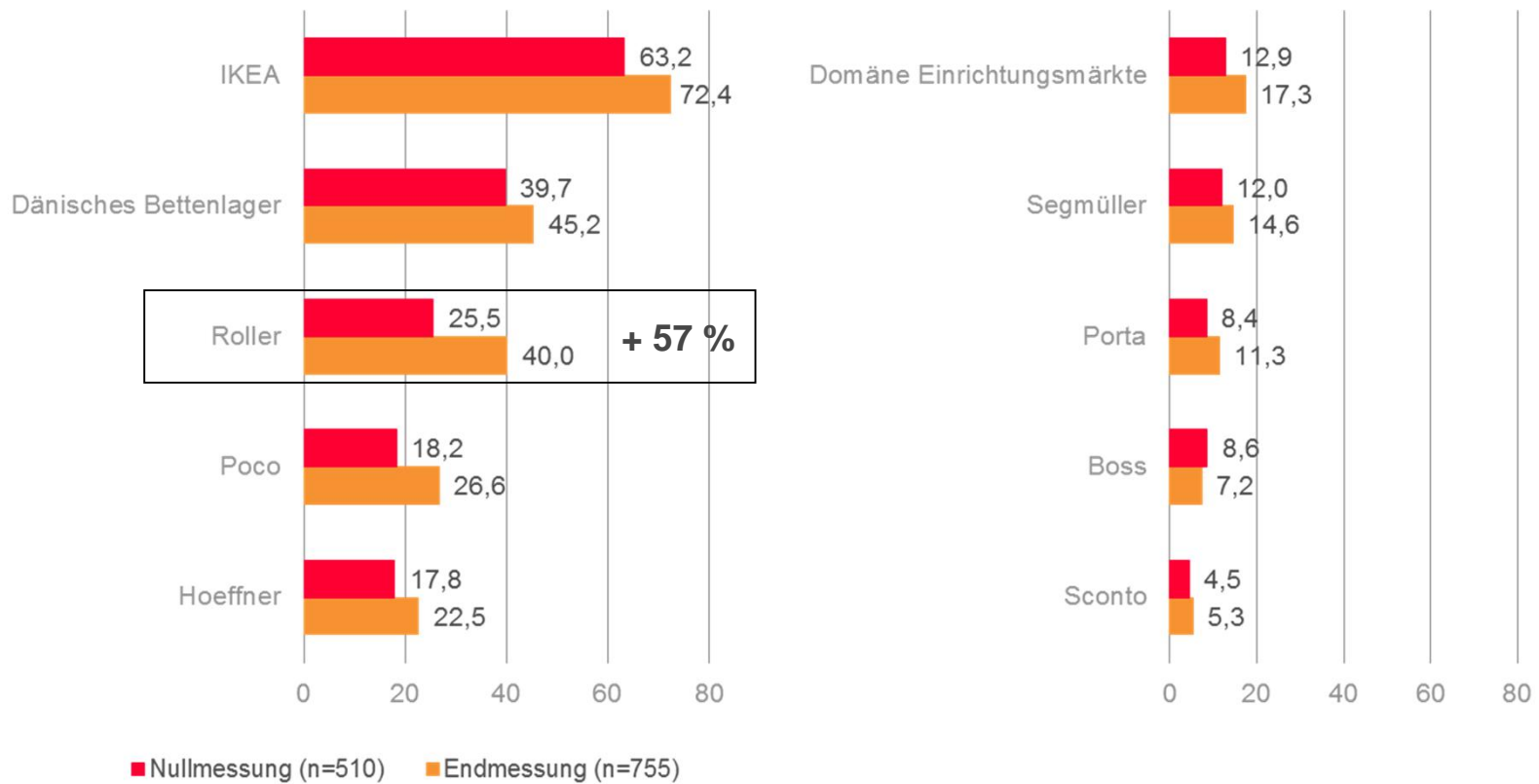
## Ungestützte Werbeerinnerung Möbel Roller Angaben in Prozent



„Und für welche Möbel- bzw. Einrichtungshäuser haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“  
 Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Über 40 Prozent erinnern sich an Roller-Werbung

## Gestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



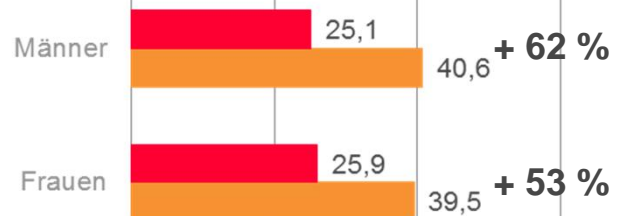
„Und für welche der folgenden Möbel- bzw. Einrichtungshäuser haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“  
 Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

## Besonders hohe Wirkung bei Frauen

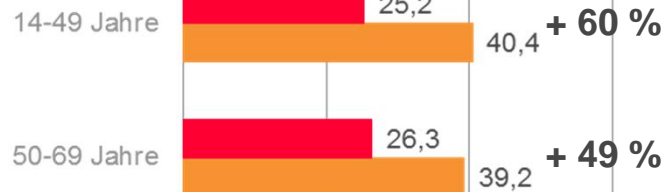
### Gestützte Werbeerinnerung Möbel Roller

Angaben in Prozent

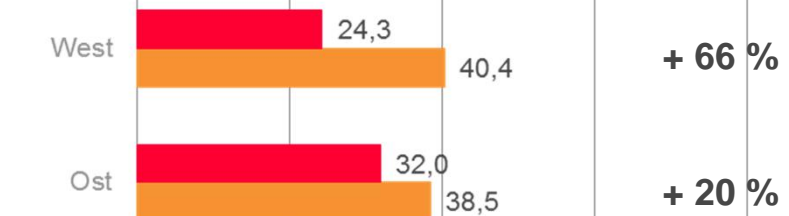
#### Geschlecht



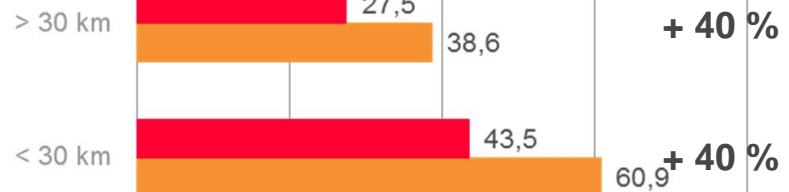
#### Alter



#### Befragungsgebiet



#### Entfernung (falls Roller bekannt)



■ Nullmessung (n=510) ■ Endmessung (n=755)

„Und für welche der folgenden Möbel- bzw. Einrichtungshäuser haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“

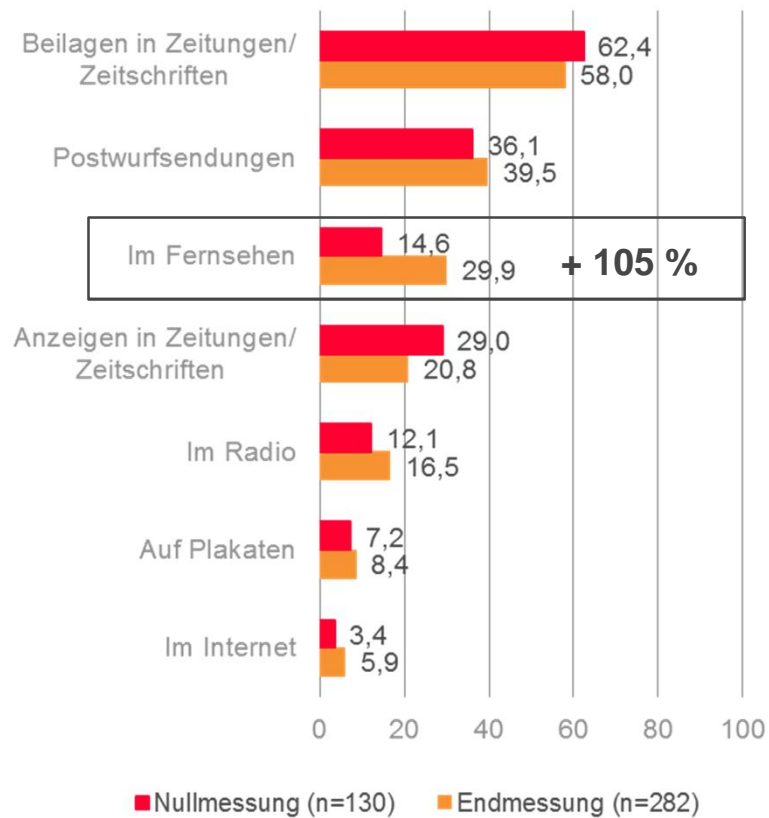
Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen

Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Werbung im Fernsehen verstärkt wahrgenommen

## Erinnerte Werbemedien Roller

Angaben in Prozent



„Sie sagten, Sie erinnern sich an Werbung für Roller. Wo haben Sie Werbung für Roller gesehen, gelesen oder gehört?  
 Basis: Erwachsene 14-69 Jahre, die mind. seltener Möbelhäuser besuchen und sich an Werbung für Roller erinnern  
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; August, Dezember 2011

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Markenbekanntheit**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Fazit**

## TV-Kampagne mit hoher Präsenz im Herbst 2011

---

### **Markenbekanntheit**

Die Bekanntheit steigt ungestützt um 16 Prozent. Es gibt Zuwächse in allen Zielgruppen, besonders hoch fallen sie bei den 50-69jährigen aus. Trotz des hohen Niveaus kann auch die gestützte Markenbekanntheit noch leicht zulegen. Die Steigerung liegt bei 7 Prozent.

### **Werbeerinnerung**

Die Werbeerinnerung profitiert ebenfalls von dem erneuten TV-Einsatz. Ungestützt können sich jetzt 9 Prozent an Werbung für Roller erinnern, damit hat sich der Recall mehr als verdoppelt. Die Zuwächse liegen über nahezu alle Zielgruppen auf einem ähnlich hohen Niveau. Gestützt haben nun mehr als 40 Prozent die Roller-Werbung im Gedächtnis. Auch hier fällt die Werbewirkung über alle Zielgruppen sehr positiv aus.

### **Erinnerte Werbemedien**

Die Präsenz der TV-Kampagnen lässt sich auch bei den erinnerten Werbemedien ablesen. In der Endmessung wird Fernsehen deutlich häufiger genannt und liegt auf dem dritten Platz hinter Beilagen und Postwurfsendungen.

## Kontakt

---

**Franziska Rochau**  
Senior Research Manager

SevenOne Media GmbH  
Betastr. 10i  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89/9507-43 52  
Fax +49 (0) 89/9507-943 52  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)  
franziska.rochau@sevenonemedia.de