



Germany's next Topmodel III – Begleitforschung

VW Scirocco

Unterföhring, Juli 2008

VW Scirocco als Sponsor von GNT III

- Program Sponsoring
- Sponsoring Icon
- Trailer Sponsoring
- Online Sponsoring
- parallel keine weiteren Werbeaktivitäten für den Scirocco





Inhalt

VW Scirocco – TV

Steckbrief

Modellbekanntheit

Sponsorerinnerung

Fitting

Fazit

VW Scirocco – Online

Repräsentative Telefonumfrage – Steckbrief

Grundgesamtheit	Deutschsprachige Frauen 14-49 Jahre in Deutschland
Auswahlverfahren	Systematische Zufallsauswahl
Erhebungsmethode	Computergestützte Telefoninterviews [CATI]
Stichprobe	Nullmessung: n=501 Endmessung: n=1.010
Feldzeit	Nullmessung: 20.-22.02.2008 Endmessung: 06.-16.06.2008
Gewichtung	Gewichtung der Personenstichprobe nach Alter, Region und Bildung
Institut	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Ansprechpartner	Judith Pradler



Inhalt

VW Scirocco – TV

Steckbrief

Modellbekanntheit

Sponsorerinnerung

Fitting

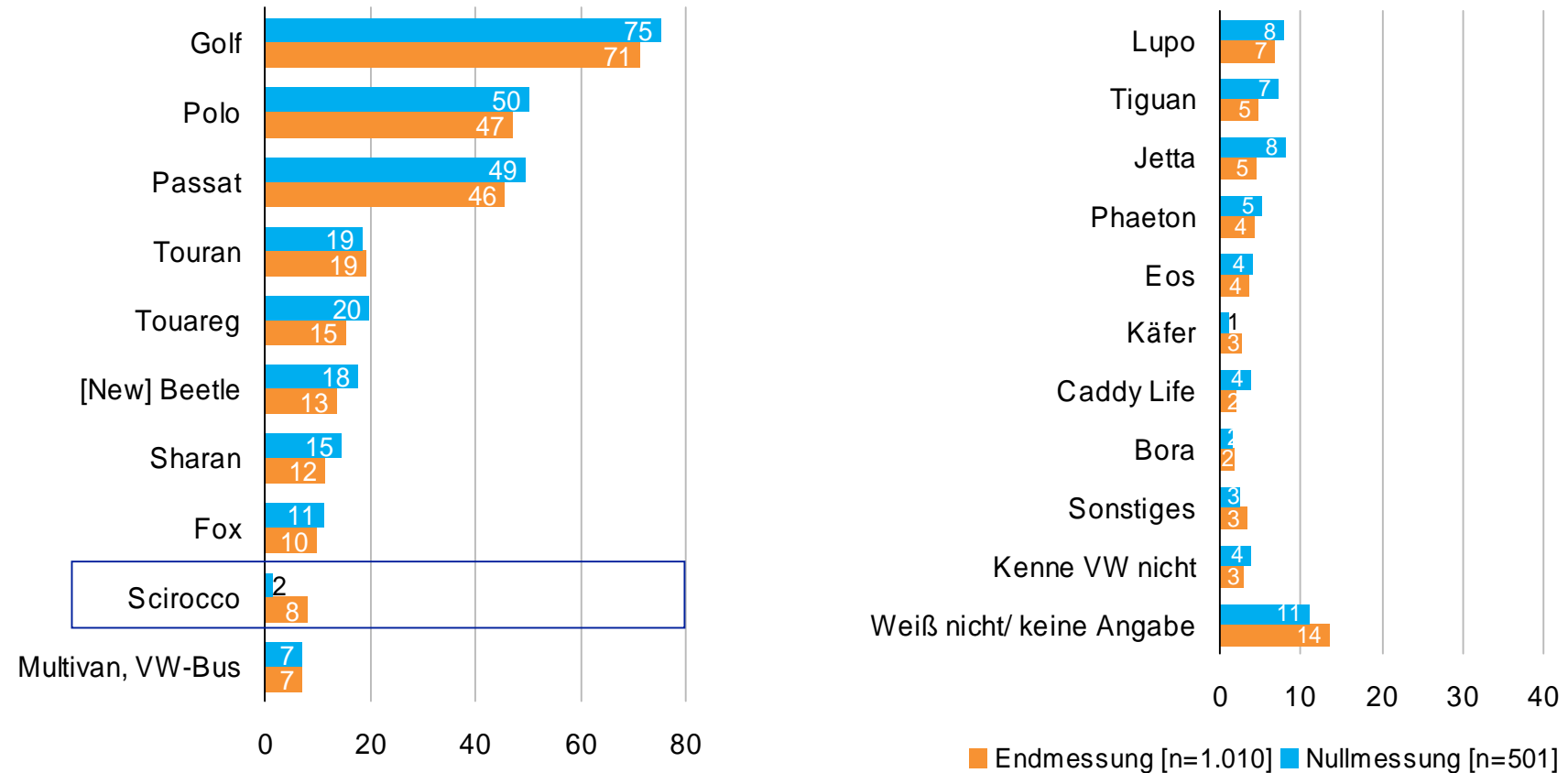
Fazit

VW Scirocco – Online

Bekanntheit des Scirocco deutlich gesteigert

Ungestützte Modellbekanntheit VW

Angaben in Prozent

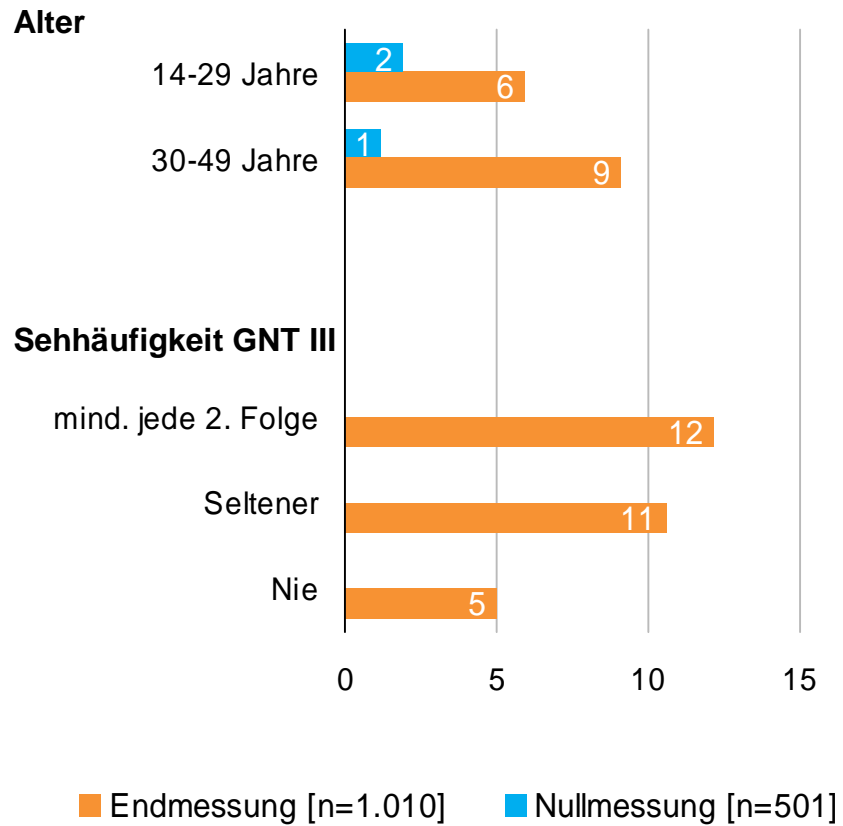


6 „Nun geht es um das Thema Autos. Der Autohersteller Volkswagen hat ja verschiedene Modelle auf dem Markt. Welche Modelle der Marke Volkswagen kennen Sie, und sei es auch nur dem Namen nach?“
 Basis: Frauen 14-49 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Höchste Werte bei Älteren und Stammsehern

Ungestützte Modellbekanntheit VW Scirocco

Angaben in Prozent

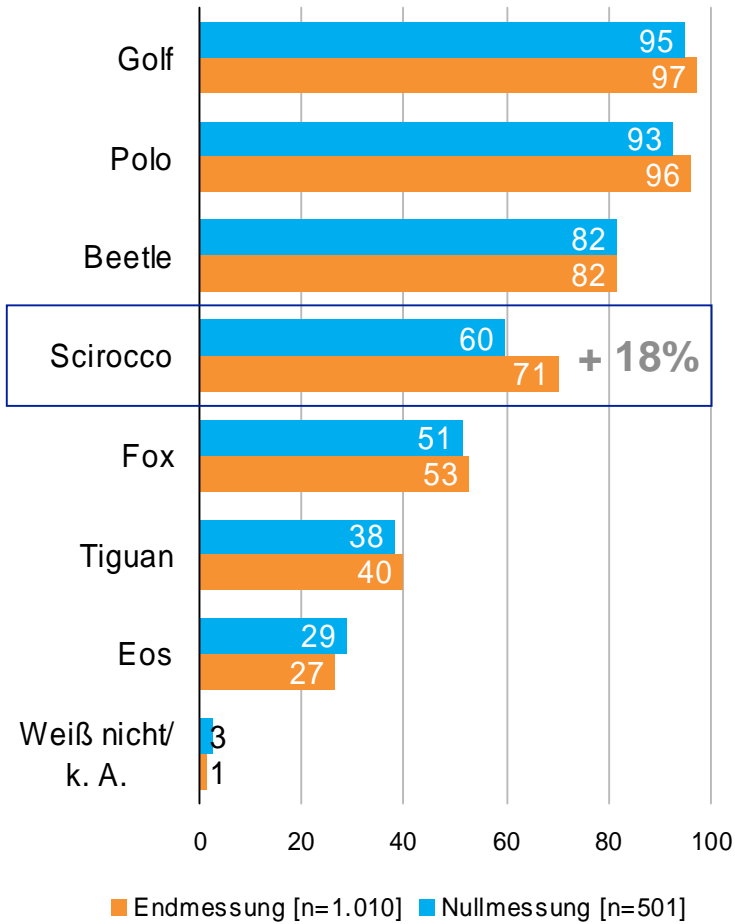


7 „Nun geht es um das Thema Autos. Der Autohersteller Volkswagen hat ja verschiedene Modelle auf dem Markt. Welche Modelle der Marke Volkswagen kennen Sie, und sei es auch nur dem Namen nach?“
 Basis: Frauen 14-49 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Scirocco wird durch GNT bekannter...

Gestützte Modellbekanntheit

Angaben in Prozent



8 „Es fällt einem ja nicht immer gleich alles ein. Ich nenne Ihnen nun eine Liste mit Automodellen der Marke Volkswagen und Sie sagen mir bitte jeweils, ob Sie dieses Modell kennen, und sei es auch nur dem Namen nach?“
 Basis: Frauen 14-49 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

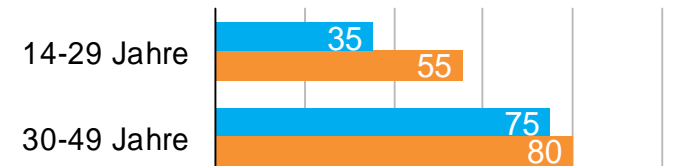
...besonders in der jüngeren Zielgruppe



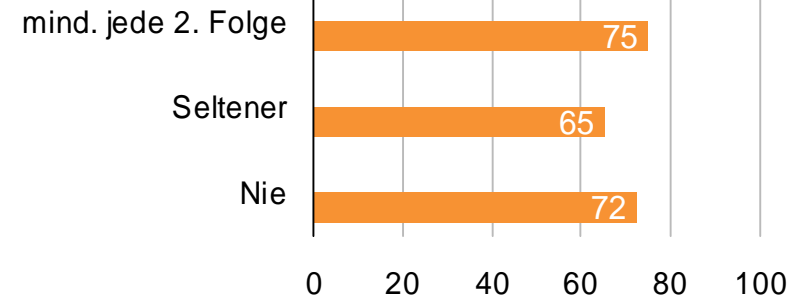
Gestützte Modellbekanntheit

Angaben in Prozent

Alter



Sehhäufigkeit GNT III



■ Endmessung [n=1.010]

■ Nullmessung [n=501]



Inhalt

VW Scirocco – TV

Steckbrief

Modellbekanntheit

Sponsorerinnerung

Fitting

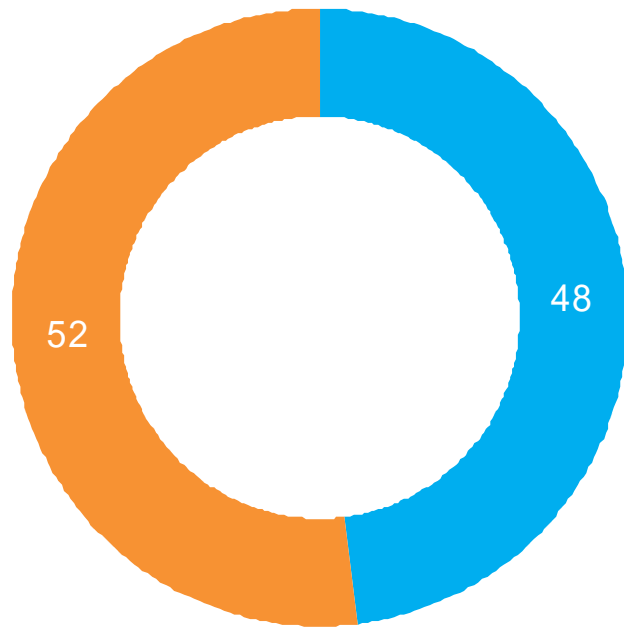
Fazit

VW Scirocco – Online

Ein Drittel erinnert sich gestützt an den Sponsor

Gestützte Sponsorerkennung

Angaben in Prozent



■ Männlich

■ Weiblich



11 „Nun noch einmal zurück zur Sendung „Germany's next Topmodel – by Heidi Klum“. Die dritte Staffel, die in den letzten 3 Monaten auf ProSieben lief, wurde von VW Scirocco präsentiert. Können Sie sich an Sponsorenhinweise von VW rund um die Sendung erinnern?“
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die GNT III mindestens selten sehen [n=465]
Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

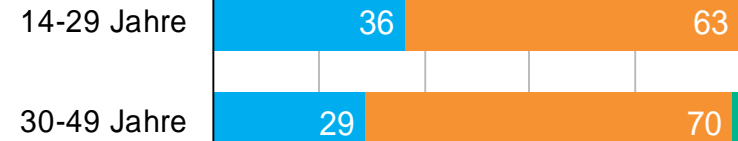
Bei den Stammsehern 49% Sponsor Erinnerung



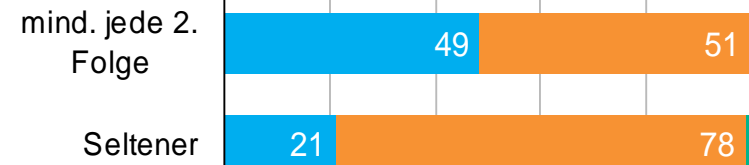
Gestützte Sponsor Erinnerung

Angaben in Prozent

Alter



Sehhäufigkeit GNT III



■ ja ■ nein ■ weiß nicht/ keine Angabe

12 „Nun noch einmal zurück zur Sendung „Germany's next Topmodel – by Heidi Klum“. Die dritte Staffel, die in den letzten 3 Monaten auf ProSieben lief, wurde von VW Scirocco präsentiert. Können Sie sich an Sponsorenhinweise von VW rund um die Sendung erinnern?“
 Basis: Frauen 14-49 Jahre, die GNT III mindestens selten sehen [n=465]
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008



Inhalt

VW Scirocco – TV

Steckbrief

Modellbekanntheit

Sponsorerinnerung

Fitting

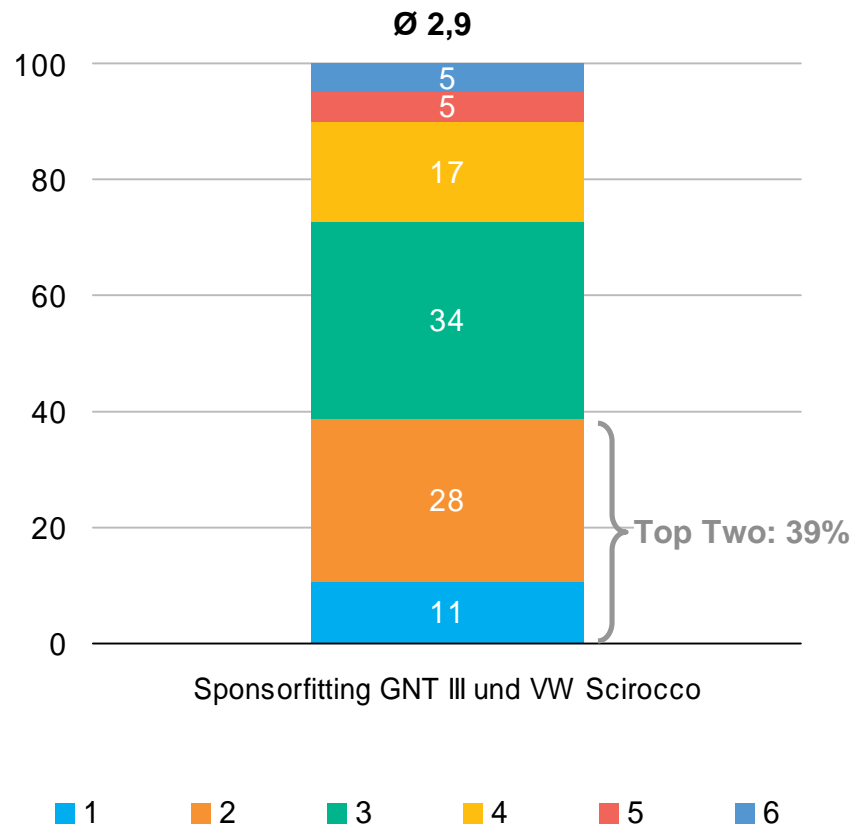
Fazit

VW Scirocco – Online

Sponsor und Sendung passen zusammen

Sponsorfitting VW Scirocco

Angaben in Prozent



14 „Wie gut passt Ihrer Meinung nach der VW Scirocco als Sponsor zur Sendung „Germany's next Topmodel – by Heidi Klum“? Bitte vergeben Sie dafür eine Schulnote, wobei 1 für „passt sehr gut“ und 6 für „passt sehr schlecht“ steht.
 Basis: alle Frauen 14-49 Jahre, die GNT III mind. selten gesehen und Sponsorhinweis erinnert haben [n=153]
 Quelle: forsa. | SevenOne Media, Juni 2008



Inhalt

VW Scirocco – TV

Steckbrief

Modellbekanntheit

Sponsorerinnerung

Fitting

Fazit

VW Scirocco – Online

Fazit: Erfolgreiches TV-Sponsoring

- Allein durch das Engagement rund um ‚Germany’s next Topmodel‘ ist der **Scirocco wieder im Gespräch: 71 Prozent** der Frauen kennen das neue VW-Modell nun.
- Unter den Stammseherinnen erinnern sich **knapp 50 Prozent** an das Sponsoring.
- Und der Sponsor passt:** dieser Meinung sind knappe drei Viertel der Frauen.





Inhalt

VW Scirocco – TV

VW Scirocco – Online

Steckbrief

Nutzung Online-Special

Modellbekanntheit

Sponsorerinnerung

Fazit

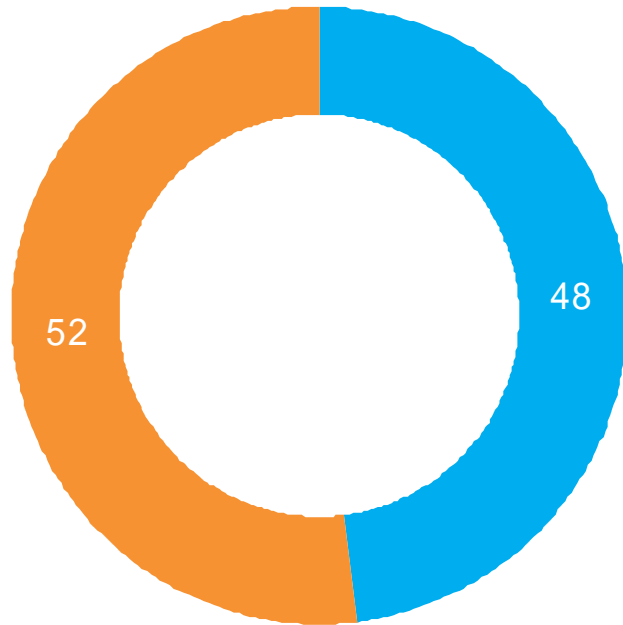
Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / New Media Research
Ansprechpartner	Martin Krautsieder
Befragungszeitraum	25.2. – 27.2.08 [Nullmessung] 5.6. – 12.6.08 [Hauptmessung]
Basis	Nutzer auf ProSieben.de
Stichprobe	390 Befragte [Nullmessung] 1245 Befragte [Hauptmessung]
Erhebungsmethode	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Gewichtung	Alter / Geschlecht ‚ProSieben.de Gesamtangebot‘ nach AGOF internet facts 2008 I

Gleiche Geschlechterverteilung

Geschlecht [Nullmessung]

Angaben in Prozent

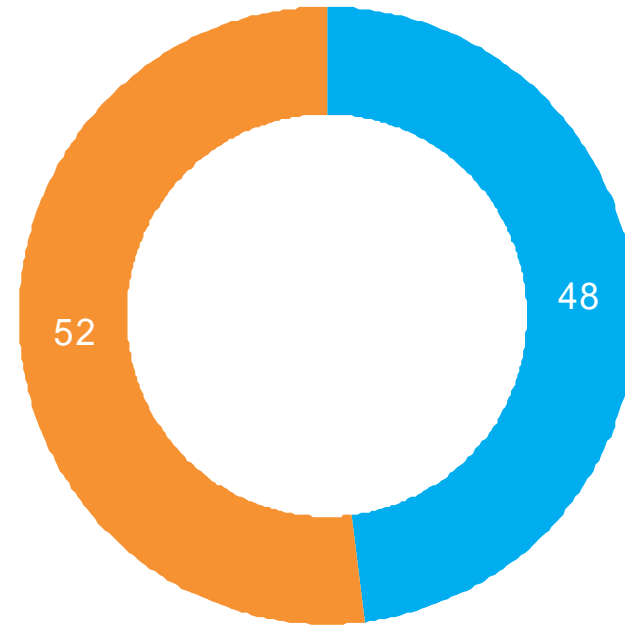


■ Männlich

■ Weiblich

Geschlecht [Hauptmessung]

Angaben in Prozent



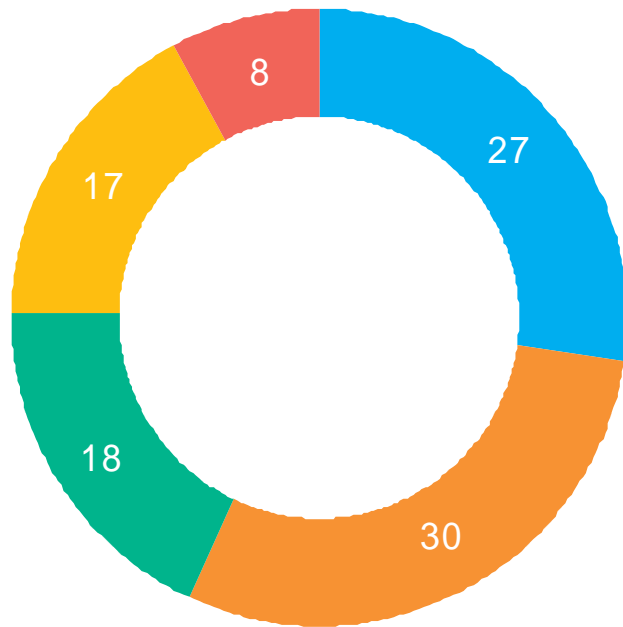
■ Männlich

■ Weiblich

Altersstrukturen gleich

Alter [Nullmessung]

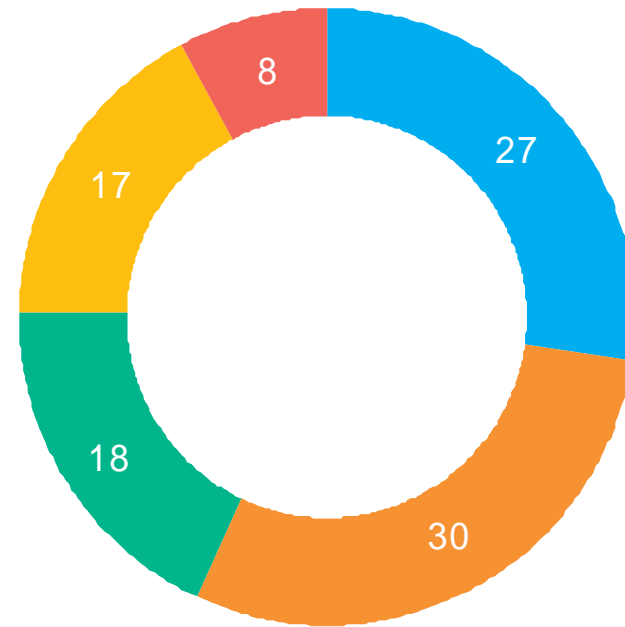
Angaben in Prozent



■ bis 19 Jahre
■ 20 - 29 Jahre
■ 30 - 39 Jahre
■ 40 - 49 Jahre
■ 50 Jahre und älter

Alter [Hauptmessung]

Angaben in Prozent

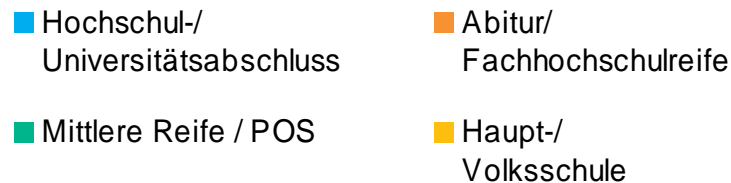
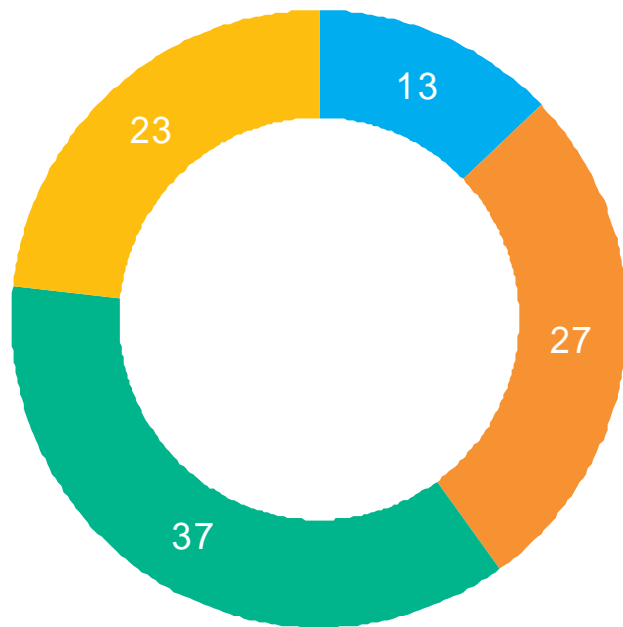


■ bis 19 Jahre
■ 20 - 29 Jahre
■ 30 - 39 Jahre
■ 40 - 49 Jahre
■ 50 Jahre und älter

In der Hauptmessung sind höher Gebildete

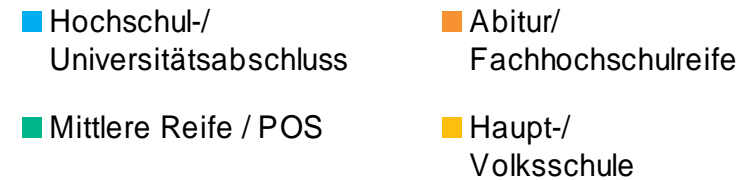
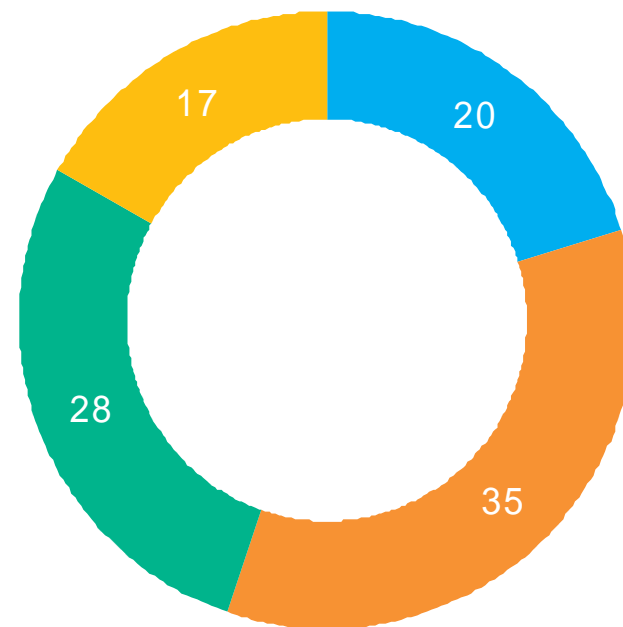
Bildung der Befragten [Nullmessung]

Angaben in Prozent



Bildung der Befragten [Hauptmessung]

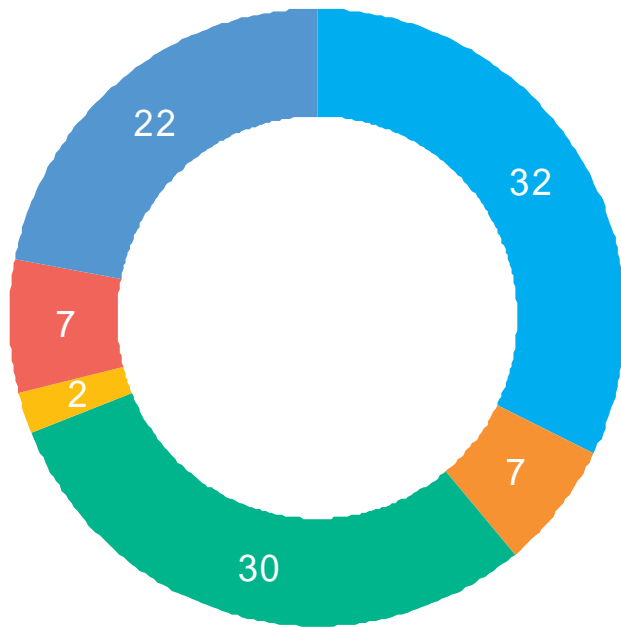
Angaben in Prozent



Mehr Schüler in der Hauptmessung

Berufstätigkeit [Nullmessung]

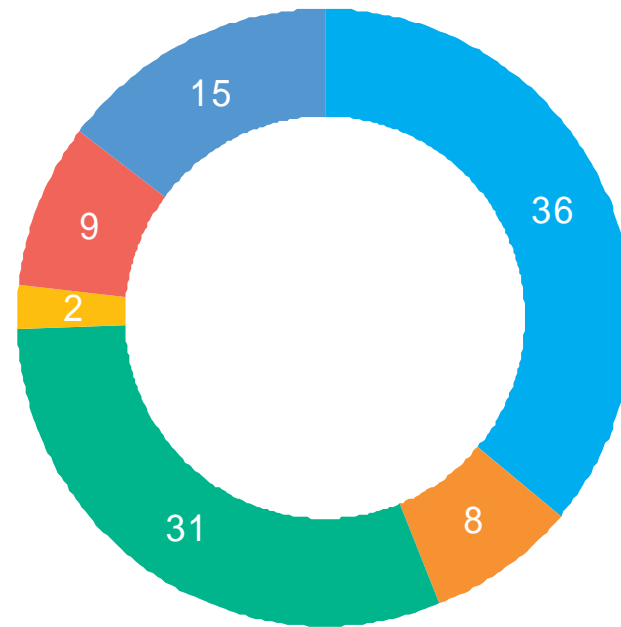
Angaben in Prozent



- Schüler/ Student
- Arbeiter/ Angestellter
- Selbständig
- Lehre/ Berufsausbildung
- Beamter
- anderes

Berufstätigkeit [Hauptmessung]

Angaben in Prozent



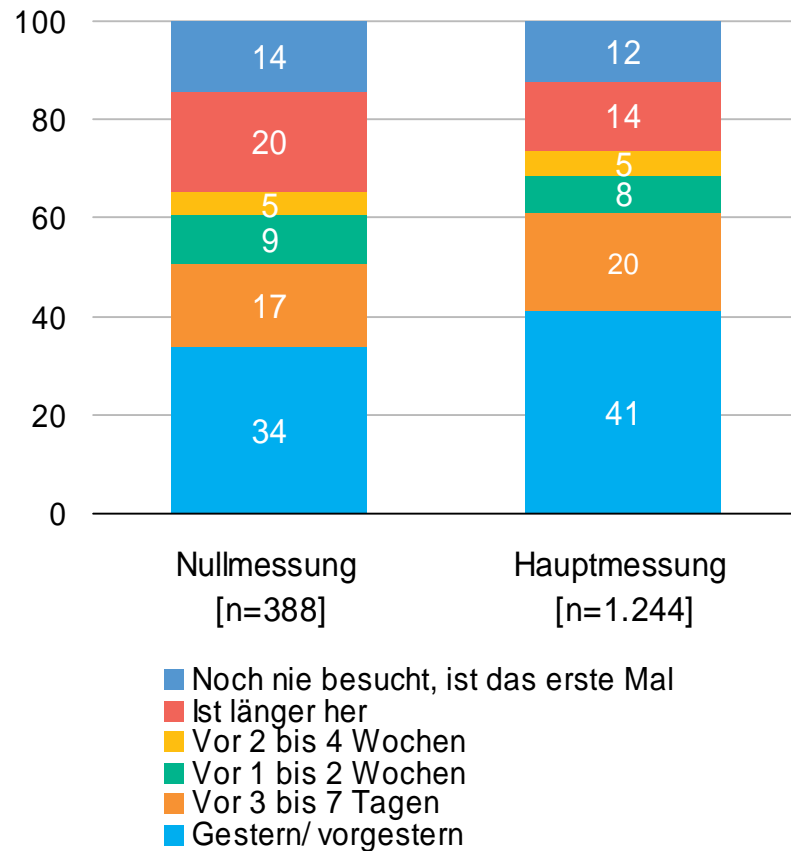
- Schüler/ Student
- Arbeiter/ Angestellter
- Selbständig
- Lehre/ Berufsausbildung
- Beamter
- anderes

22 Frage: Zu welcher der folgenden Einkommensgruppen gehört ihr Haushalt? Gemeint ist das monatliche Haushaltsnettoeinkommen nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung. / Sind sie: Schüler(in), Student(in) ...?
 Basis: 389 / 1.241 Befragte; Quelle: SevenOne Media [New Media Research]

Hauptmessung: mehr wiederkehrende User

Letzter Besuch ProSieben.de

Angaben in Prozent





Inhalt

VW Scirocco – TV

VW Scirocco – Online

Steckbrief

Nutzung Online-Special

Modellbekanntheit

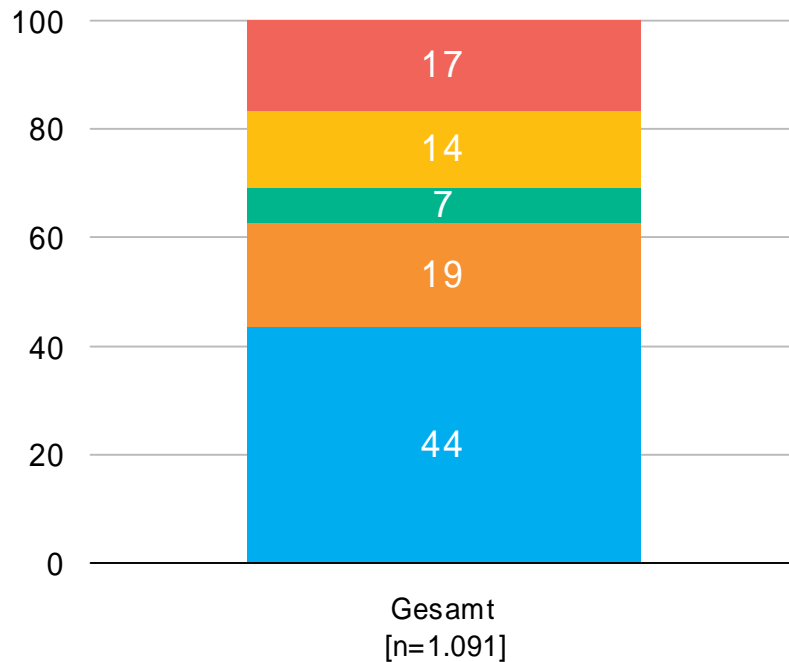
Sponsor Erinnerung

Fazit

Onliner sehen regelmäßig ‚Topmodels‘

GNT III Zuschauer

Angaben in Prozent

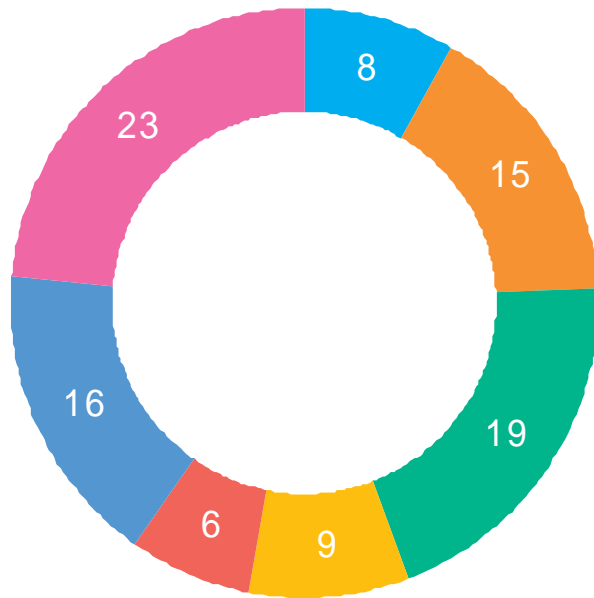


- Nein, nie gesehen
- Ja, aber seltener
- Ja, ca. jede dritte oder vierte Folge
- Ja, mind. jede zweite Folge
- Ja, jede Folge

Special auf ProSieben.de besser besucht

Besuch GNT auf ProSieben.de

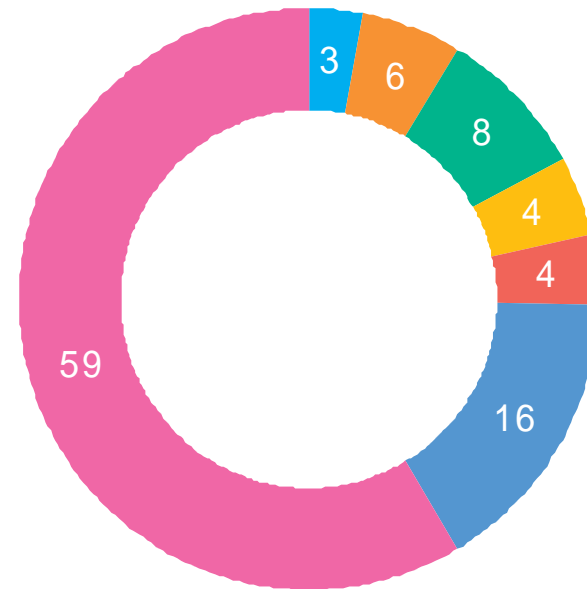
Angaben in Prozent



- täglich
- ca. einmal pro Woche
- ca. einmal pro Monat
- seltener
- mehrmals pro Woche
- mehrmals pro Monat
- nie

Besuch GNT auf MyVideo.de

Angaben in Prozent

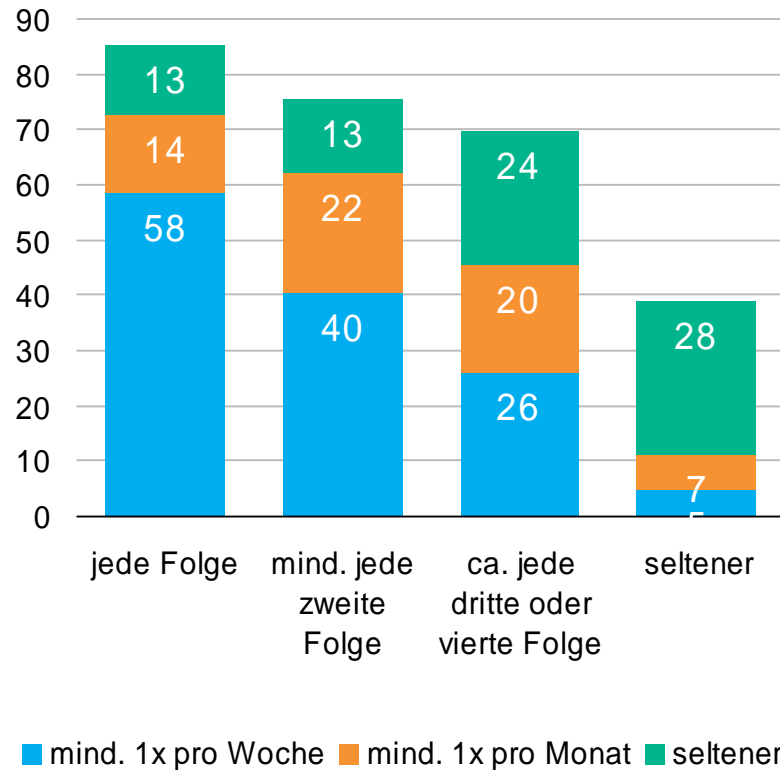


- täglich
- ca. einmal pro Woche
- ca. einmal pro Monat
- seltener
- mehrmals pro Woche
- mehrmals pro Monat
- nie

Mehr TV-Nutzung = Mehr Online-Nutzung

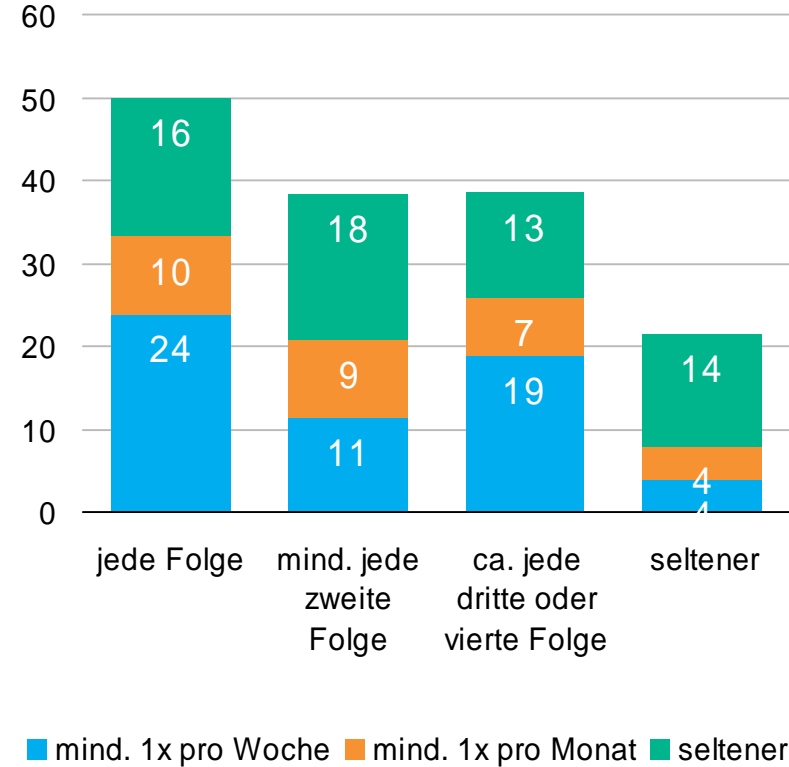
Nutzung GNT-Special ProSieben.de & Sehfrequenz GNT im TV

Angaben in Prozent



Nutzung GNT-Special MyVideo.de & Sehfrequenz GNT im TV

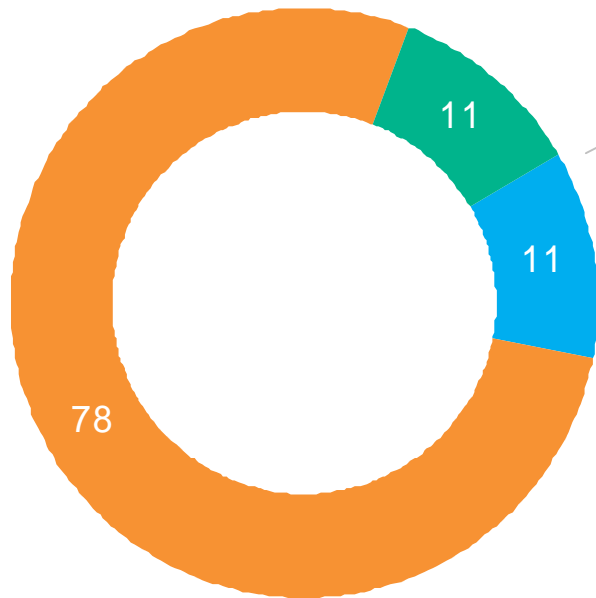
Angaben in Prozent



Sehr gute Bewertung für das Scirocco Special

Bekanntheit Special VW Scirocco

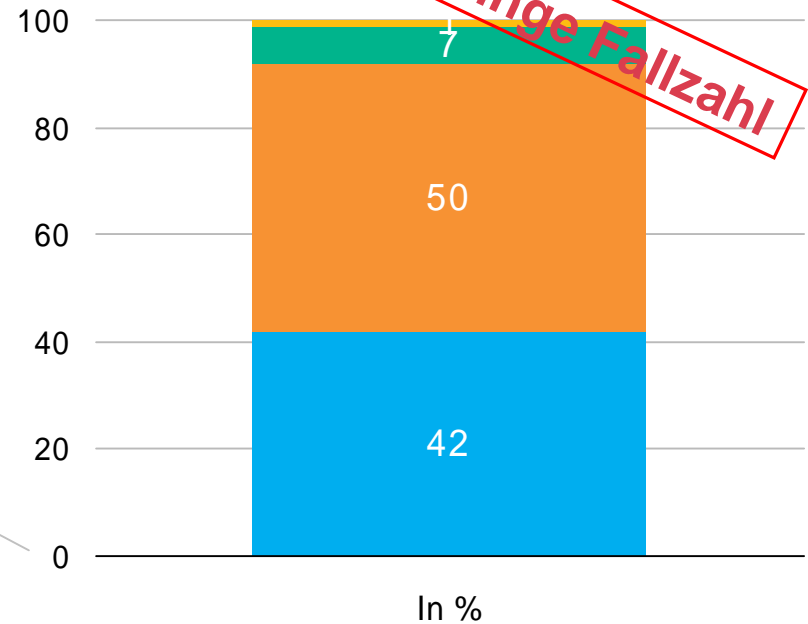
Angaben in Prozent



■ ja ■ nein ■ weiß nicht

Bewertung Special VW Scirocco*

Angaben in Prozent



■ sehr gut ■ gut ■ weniger gut ■ überhaupt nicht

geringe Fallzahl

28 „Auf ProSieben.de gab es im Bereich "Germany's next Topmodel" einige Sonderseiten (Special) zu "VW Scirocco". Kennst du diese Sonderseiten?"
 Basis: n=487 Personen
 „Wie haben dir diese Sonderseiten gefallen?“
 Basis: n=51 Personen [alle, denen die Sonderseiten bekannt sind]; * geringe Fallzahl = nur Tendenzaussagen möglich
 Quelle: SevenOne Media [New Media Research]



Inhalt

VW Scirocco – TV

VW Scirocco – Online

Steckbrief

Nutzung Online-Special

Modellbekanntheit

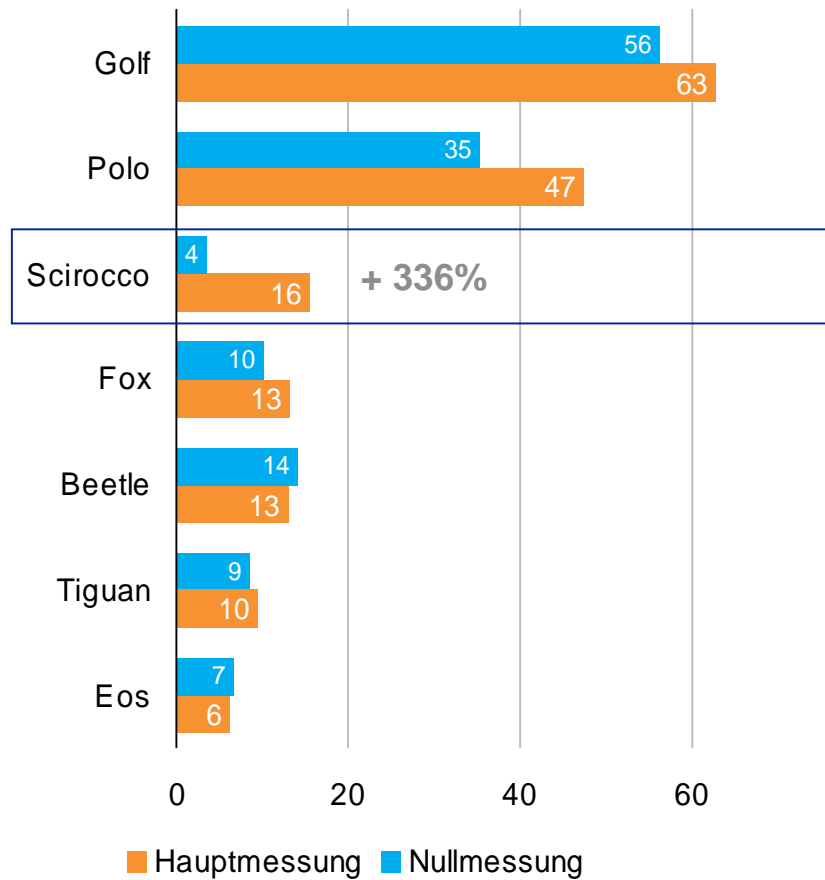
Sponsor Erinnerung

Fazit

Gute Bekanntheitssteigerung für Scirocco

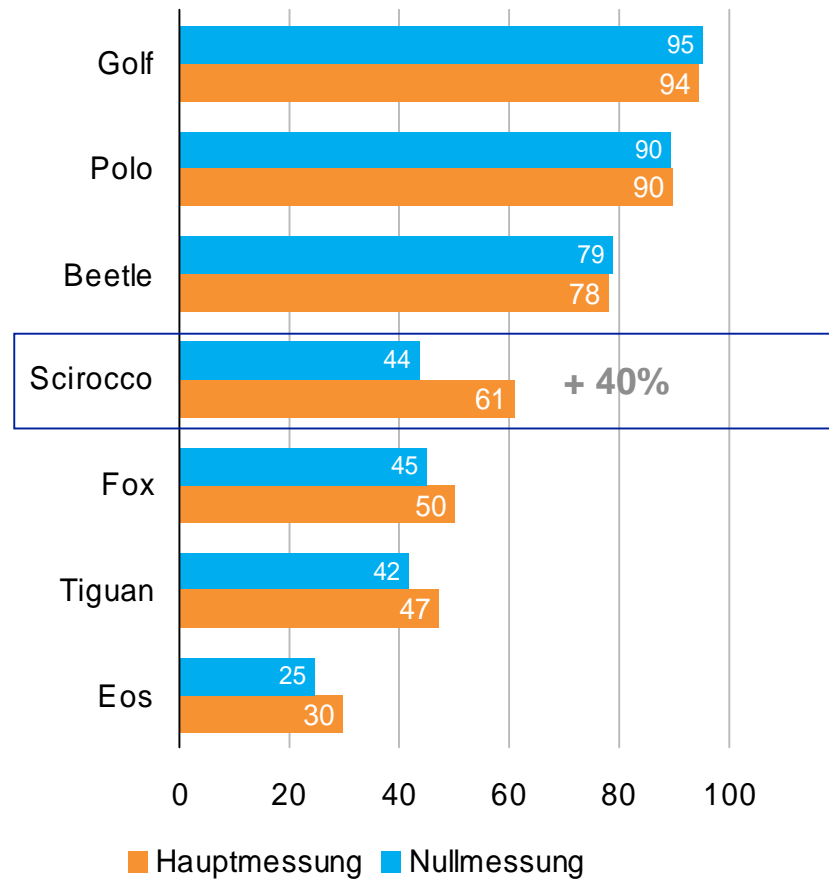
Ungestützte Modellbekanntheit

Angaben in Prozent



Gestützte Modellbekanntheit

Angaben in Prozent





Inhalt

VW Scirocco – TV

VW Scirocco – Online

Steckbrief

Nutzung Online-Special

Modellbekanntheit

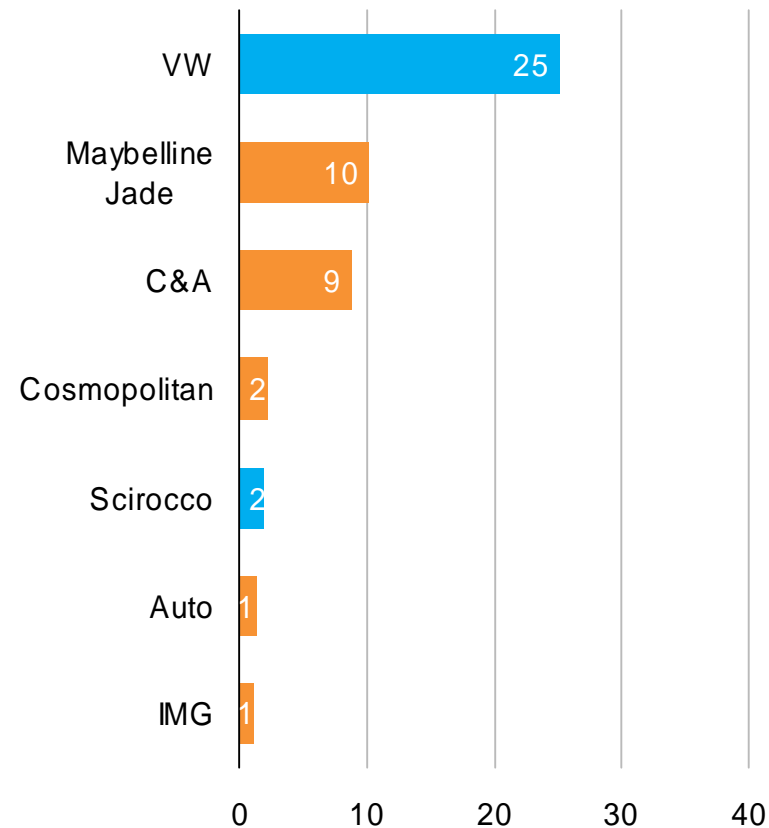
Sponsor Erinnerung

Fazit

VW wird von den Onlinern als Sponsor gut erinnert

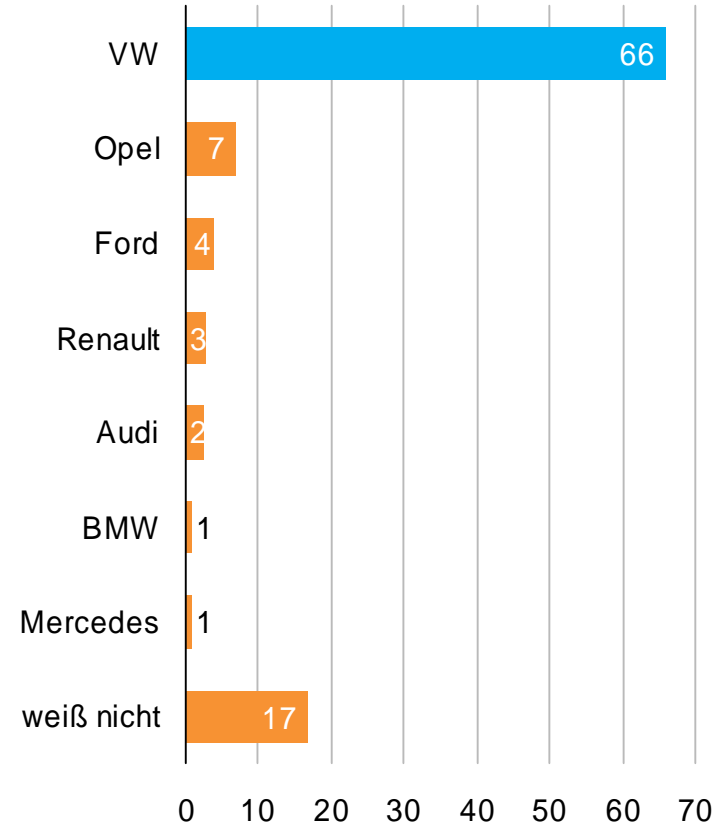
Ungestützte Sponsorerkennung

Angaben in Prozent



Gestützte Sponsorerkennung

Angaben in Prozent

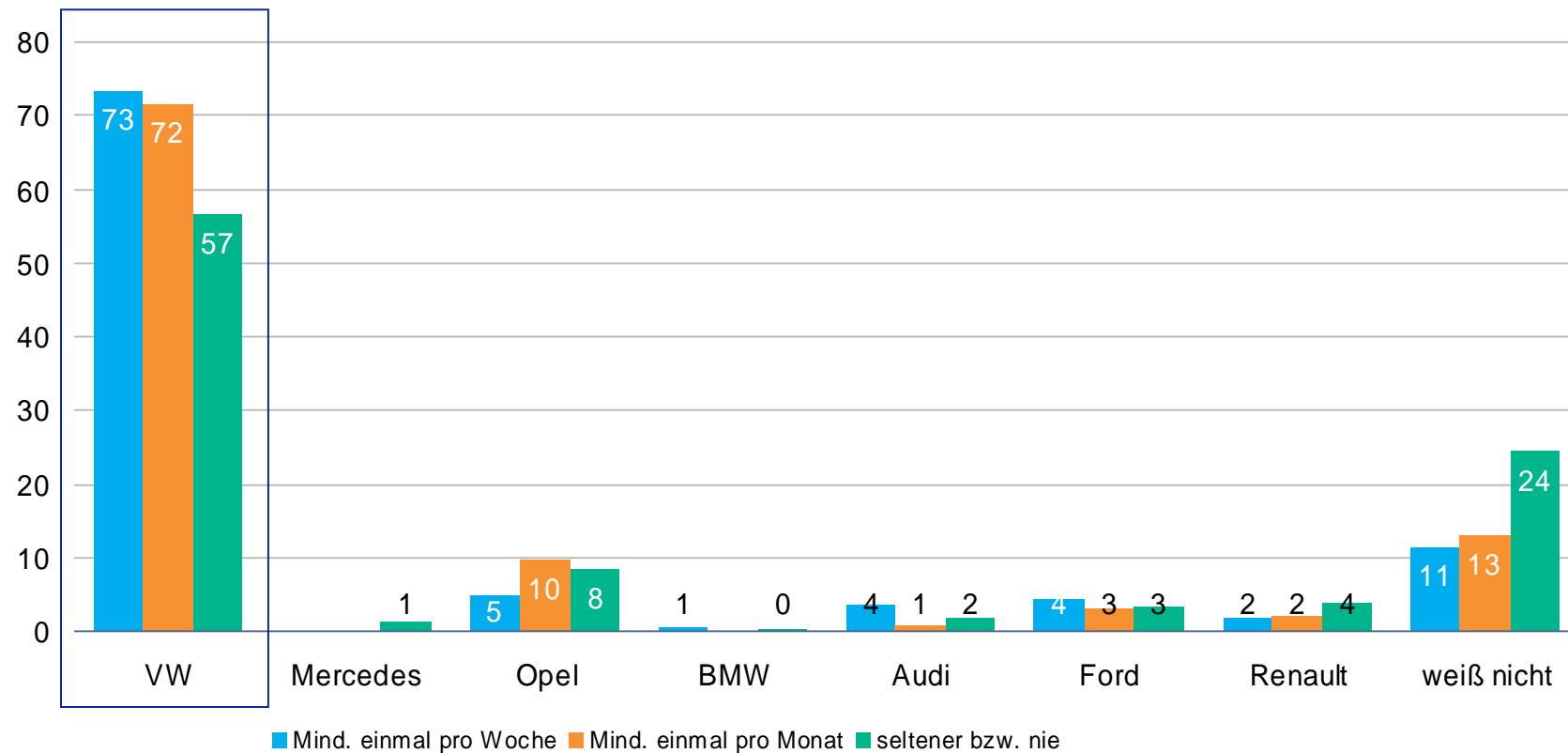


32 „Nun noch einmal ganz allgemein zu „Germany's next Topmodel“. Die Sendung wurde von einer bestimmten Marke präsentiert, die als Sponsor auftrat. Kannst du dich erinnern, welche Marke das war?“
Basis: n=1.094 bzw. n=890
Quelle: SevenOne Media [New Media Research]

Special-Nutzer erinnern sich besser

Sponsorerinnerung nach Nutzung GNT-Special auf ProSieben.de

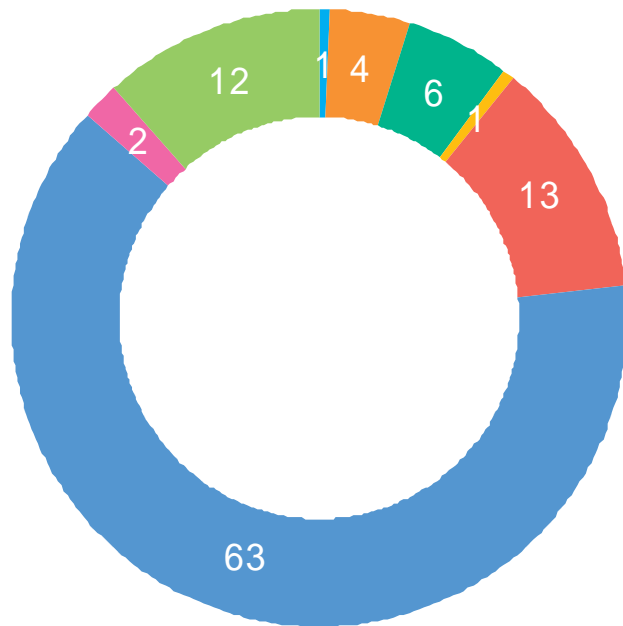
Angaben in Prozent



63 Prozent erinnern Sponsor ‚VW Scirocco‘

Erinnerung an VW-Modelle als Sponsor von GNT III

Angaben in Prozent



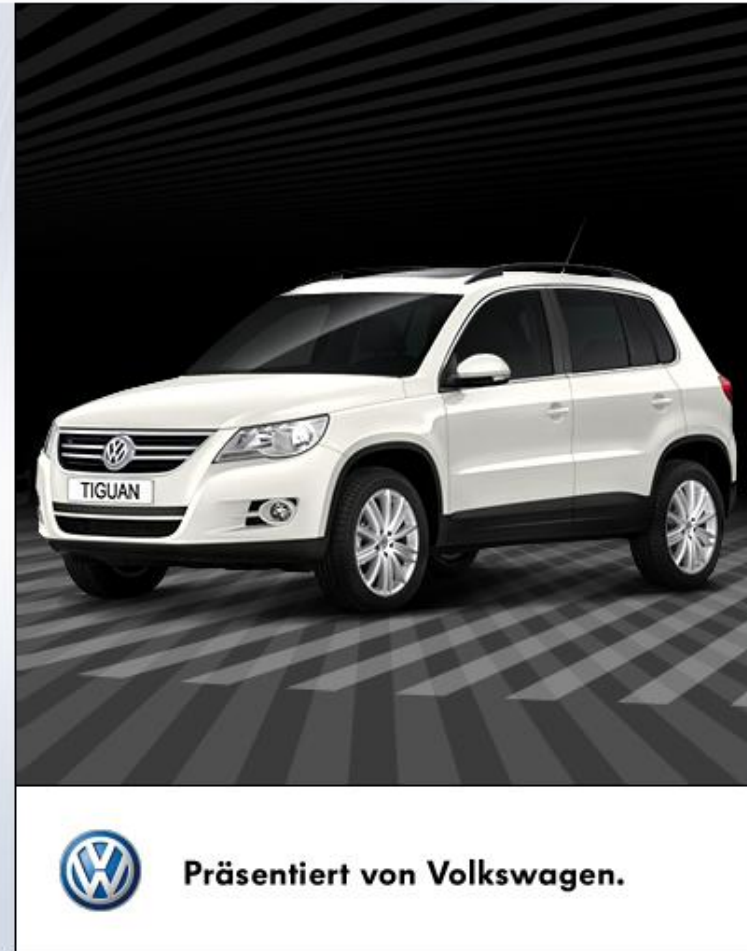
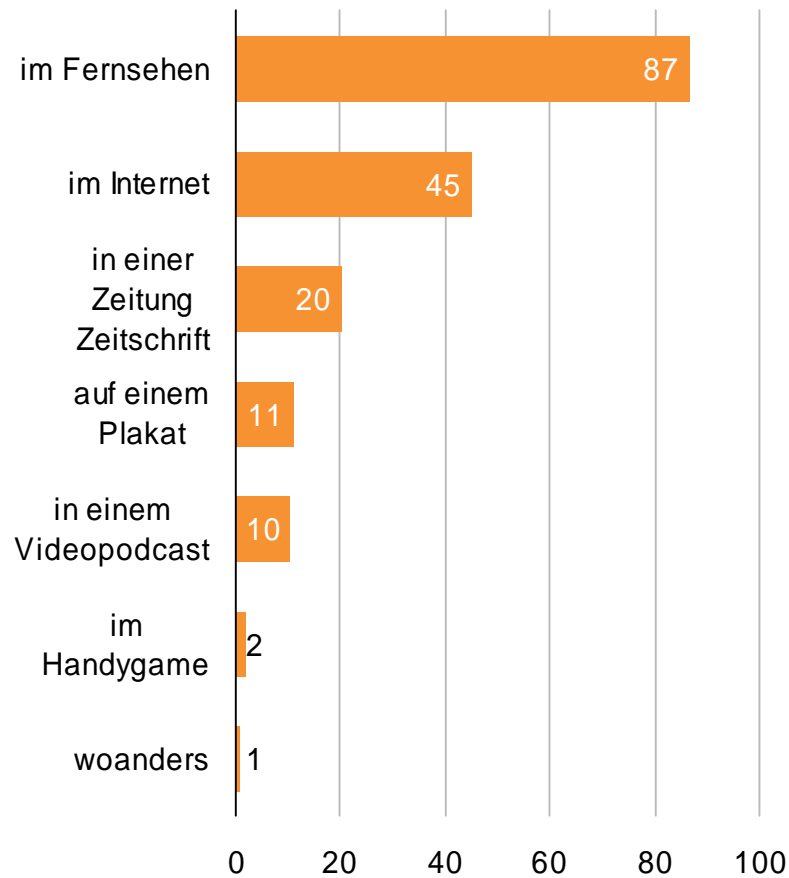
■ Fox ■ Golf ■ Polo ■ Beetle
■ Tiguan ■ Scirocco ■ Eos ■ weiß nicht



TV dominiert bei Sponsorenhinweisen

Erinnerung Sponsorenhinweise

Angaben in Prozent



35 „Kannst du dich erinnern, wo du überall Sponsorhinweise von "VW Scirocco" zu "Germany's Next Topmodel" gesehen hast?"
Basis: n=492 Personen, die sich an VW Scirocco als Sponsor von GNT III erinnern.
Quelle: SevenOne Media [New Media Research]



Inhalt

VW Scirocco – TV

VW Scirocco – Online

Steckbrief

Nutzung Online-Special

Modellbekanntheit

Sponsorerinnerung

Fazit

Fazit: Online-Sponsoring ebenfalls erfolgreich



Präsentiert von Volkswagen.

-Auch in der Online-Stichprobe ist eine **deutliche Steigerung der Bekanntheit** des Modells Scirocco messbar.

-**Zwei Drittel der Befragten** erinnern sich an **VW als Sponsor** von GNT III. Das Online-Sponsoring verstärkt also die Wirkung des TV-Sponsorings.



Sales Region Düsseldorf

Zollhof 11

D-40221 Düsseldorf

Tel. +49 [0]2 11/4 96 94 – 0

Fax +49 [0]2 11/4 96 94 – 20

Sales Region Hamburg

Moorfuhrtweg 17

D-22301 Hamburg

Tel. +49 [0] 40/44 11 16 – 0

Fax +49 [0] 40/44 11 16 – 66

Sales Region Frankfurt

Rotfeder-Ring 11

D-60327 Frankfurt/Main

Tel. +49 [0] 69/27 40 01 – 0

Fax +49 [0] 69/27 40 01 – 30

SevenOne Media GmbH

Beta-Straße 10 i

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 [0] 89/95 07 – 40

Fax +49 [0] 89/95 07 – 43 99

www.sevenonemedia.de

info@sevenonemedia.de