



Begleitforschung Gillette Venus Breeze

Promostory

Christina

Unterföhring, Juni 2008

topmodel

Dauerwerbebeschriftung



Inhalt

Steckbrief

Awareness

Image

Fazit

Dauerwerbebeschriftung



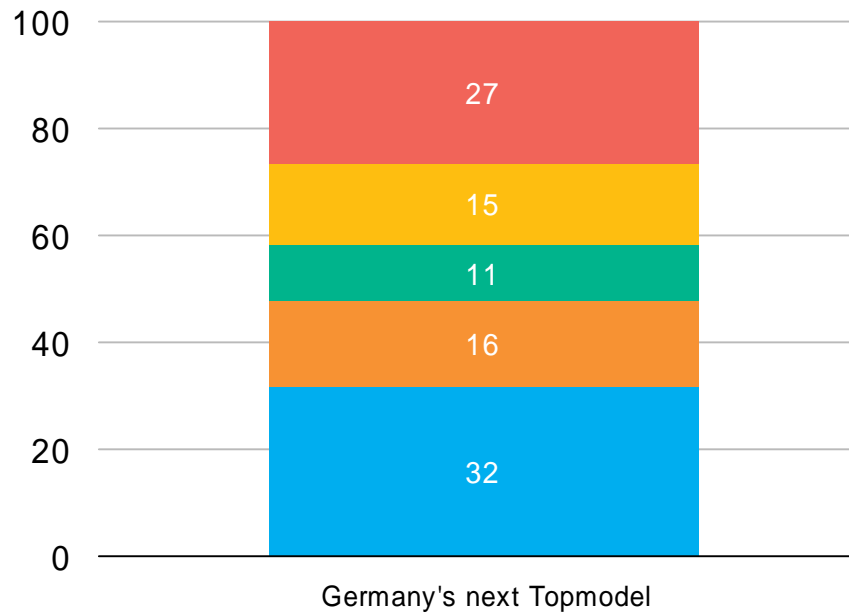
Steckbrief

Grundgesamtheit	Deutschsprachige Frauen zwischen 14 und 34 Jahren
Auswahlverfahren	Zufallsauswahl im Rahmen des forsa.omninet-Panels
Erhebungsmethode	Inhouse-Onlinebefragung per Set-Top-Box am TV-Bildschirm anhand eines strukturierten Fragebogens
Stichprobe	n=180
Datum	21. und 22. Mai 2008 Befragung im Anschluss an die Sendung ‚taff.‘ auf ProSieben am 21.05.2008
Institut	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH

Fast 50 Prozent sahen mind. jede zweite Folge

Häufigkeit Sendungsnutzung GNT

Angaben in Prozent



- Jede Folge
- Jede zweite Folge
- Ca. jede dritte bis vierte Folge
- Seltener
- Nie

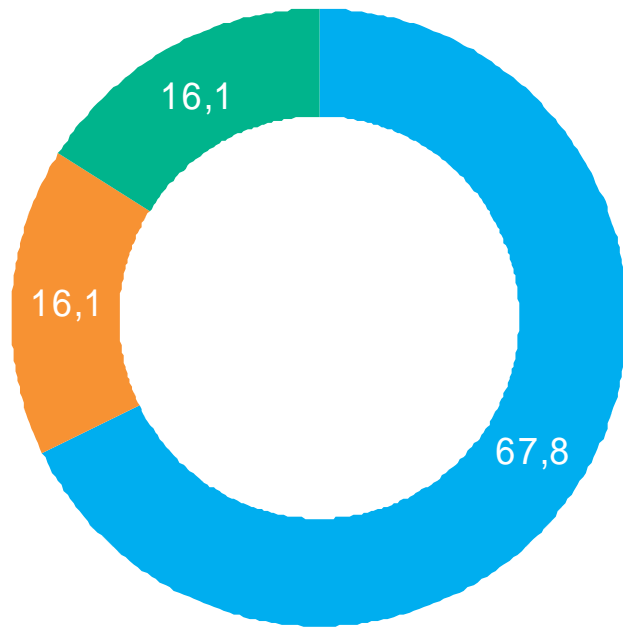


4 „Auf ProSieben läuft immer donnerstags um 20:15Uhr die Sendung „Germany's next Topmodel – by Heidi Klum“. Wie oft sehen Sie normalerweise die Sendung „Germany's next Topmodel“?“
Basis: n=180 Frauen 14-34 Jahre
Quelle: forsa. | SevenOne Media, Juni 2008

Zwei Drittel haben den Real Job gesehen

Erinnerung Real Job in der Sendung der Vorwoche

Angaben in Prozent



■ ja

■ nein

■ weiß nicht



5 „In der Folge vom letzten Donnerstag [15. Mai] wurde gezeigt, wie Christina das Casting für die Werbekampagne von „Venus Breeze“ gewann. Haben Sie den Teil der Sendung mit dem Casting für „Venus Breeze“ letzte Woche bei „Germany's next Topmodel“ zufällig gesehen?“
Basis: alle, die GNT mindestens selten sehen [n=132 Frauen 14-34 Jahre] Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Dauerwerbebeschriftung



Inhalt

Steckbrief

Awareness

Image

Fazit

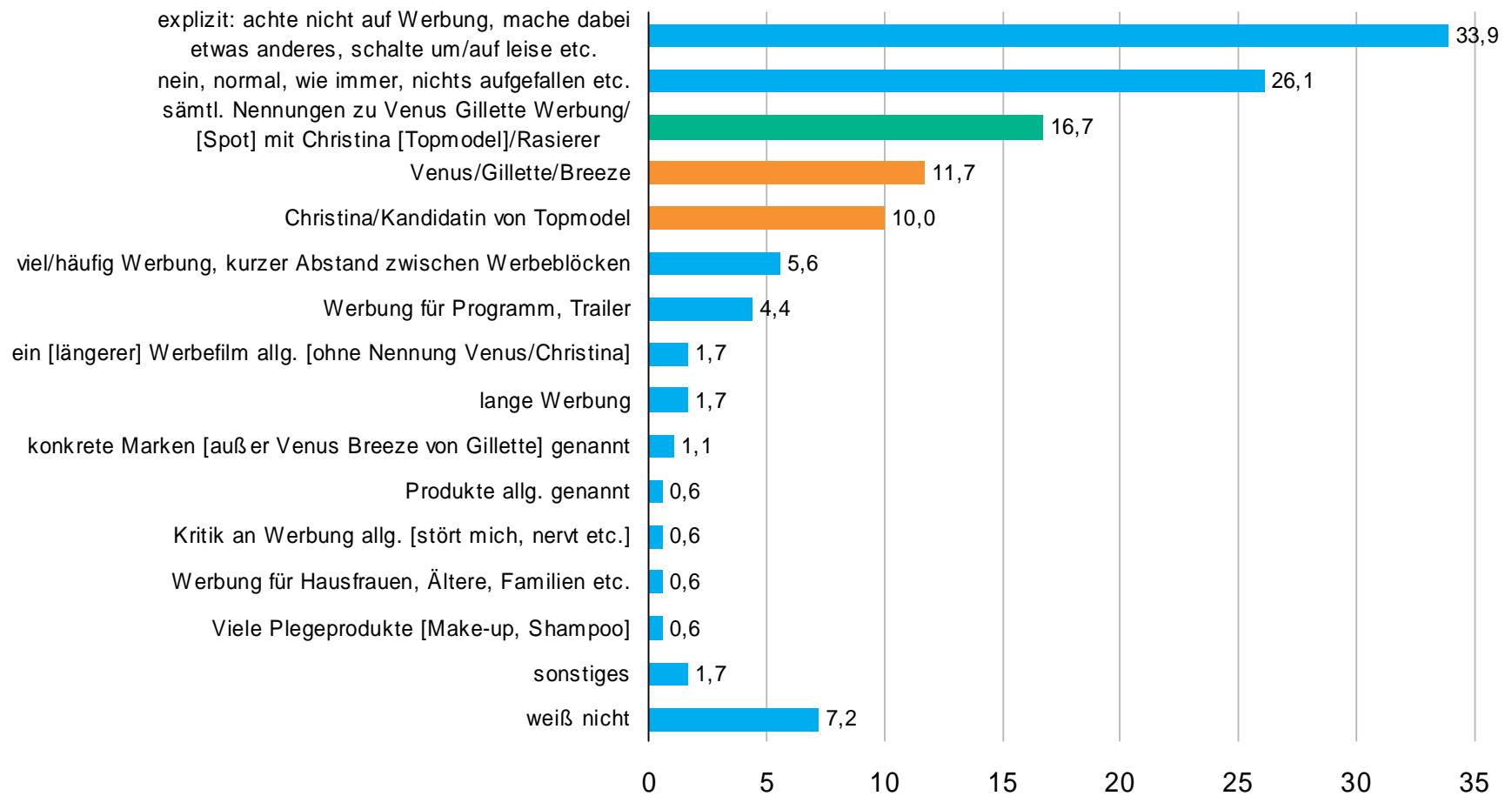
Dauerwerbebeschriftung



Venus mit hoher Top of Mind-Awareness

Top of Mind Awareness

Angaben in Prozent

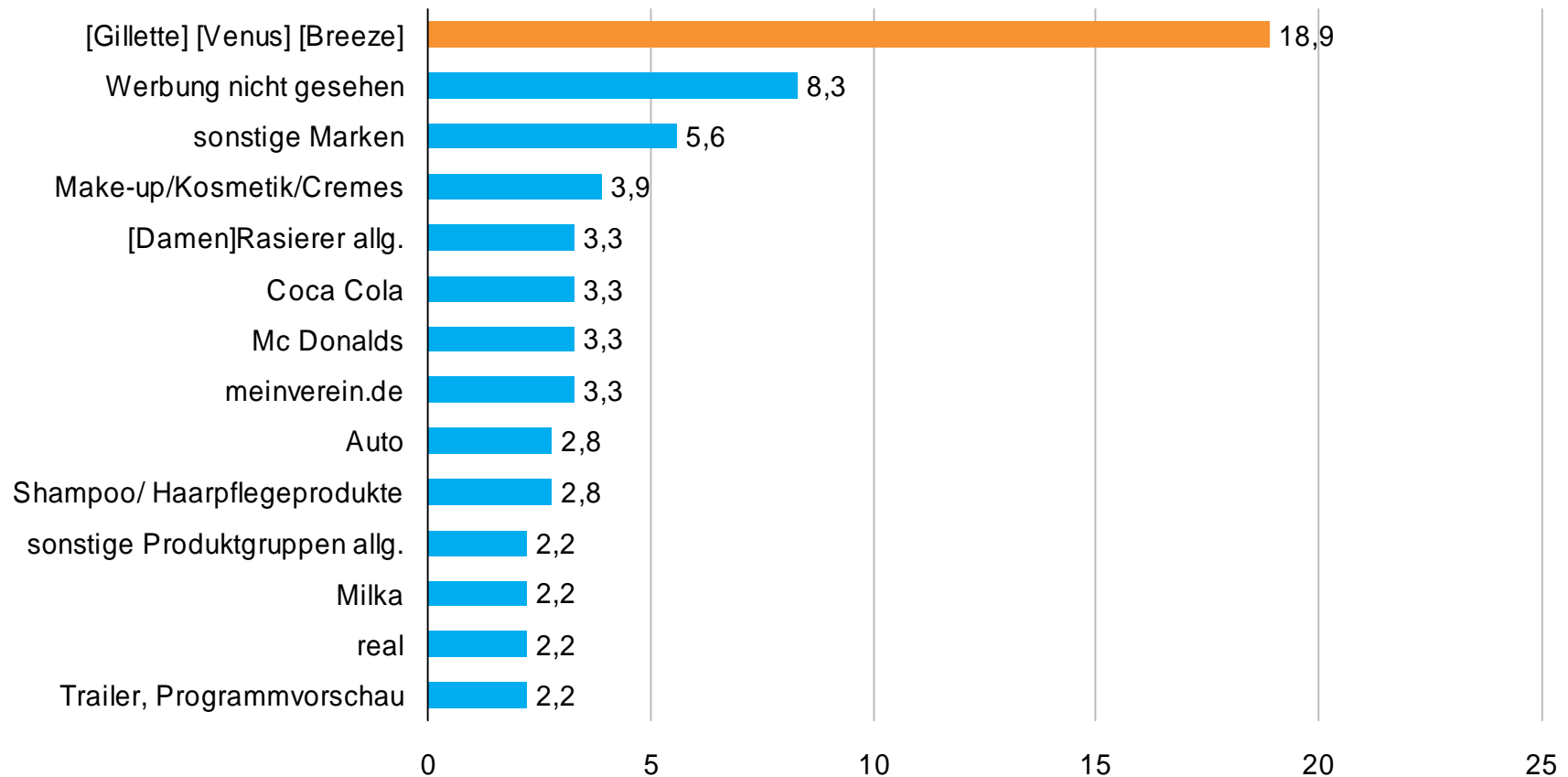


7 „Rund um die Sendung „taff“ gab es ja auch Werbung. Ist Ihnen ganz allgemein bei der Werbung oder den Werbeblöcken etwas Besonderes oder Ungewöhnliches aufgefallen? Bitte denken Sie genau nach, uns interessiert alles, was Ihnen dazu einfällt.“
 Basis: n=180 Frauen 14-34 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Knapp jede Fünfte nennt Venus Breeze

Ungestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent



8 „Können Sie sich noch erinnern, für welche Produkte und Marken rund um die Sendung geworben wurde? Bitte geben Sie alle Marken/Produkte an, die Ihnen einfallen.“

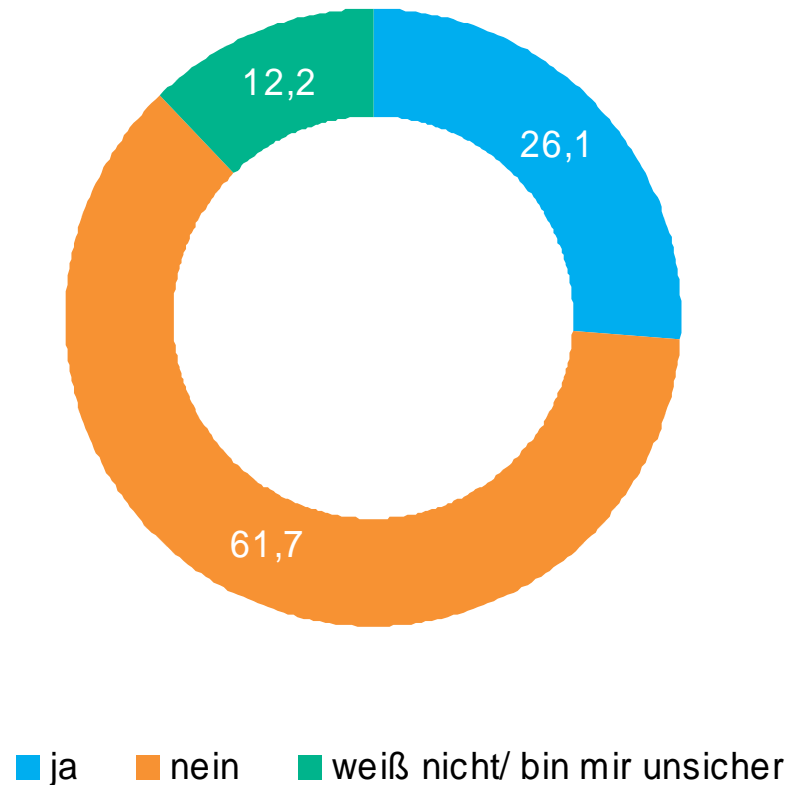
Basis: n=180 Frauen 14-34 Jahre

Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

26 Prozent erinnern sich an die Promostory

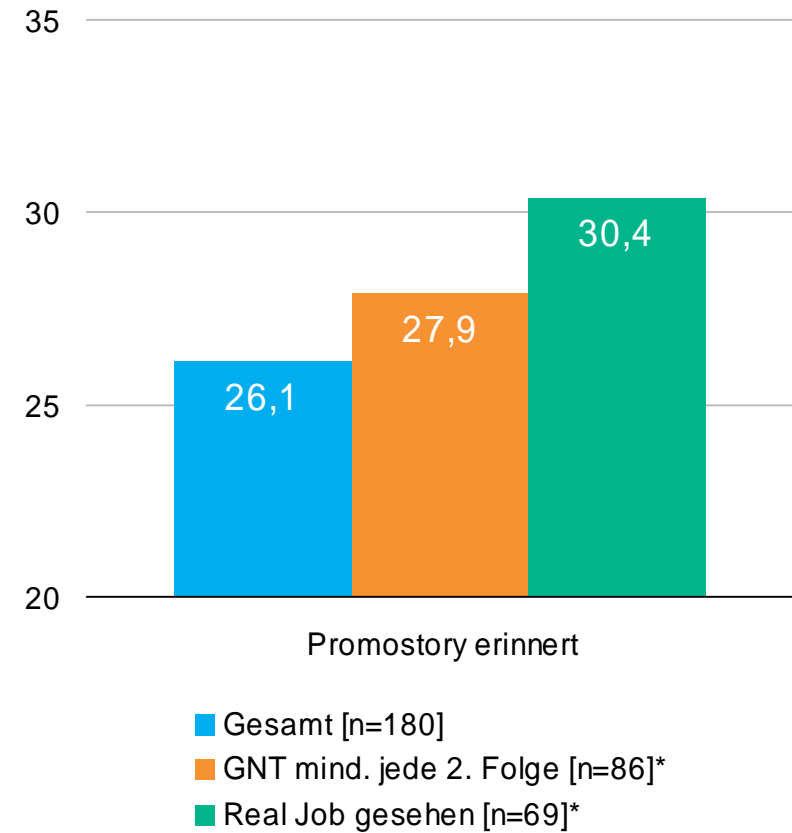
Erinnerung Promostory ungestützt

Angaben in Prozent



Erinnerung Promostory ungestützt

Angaben in Prozent

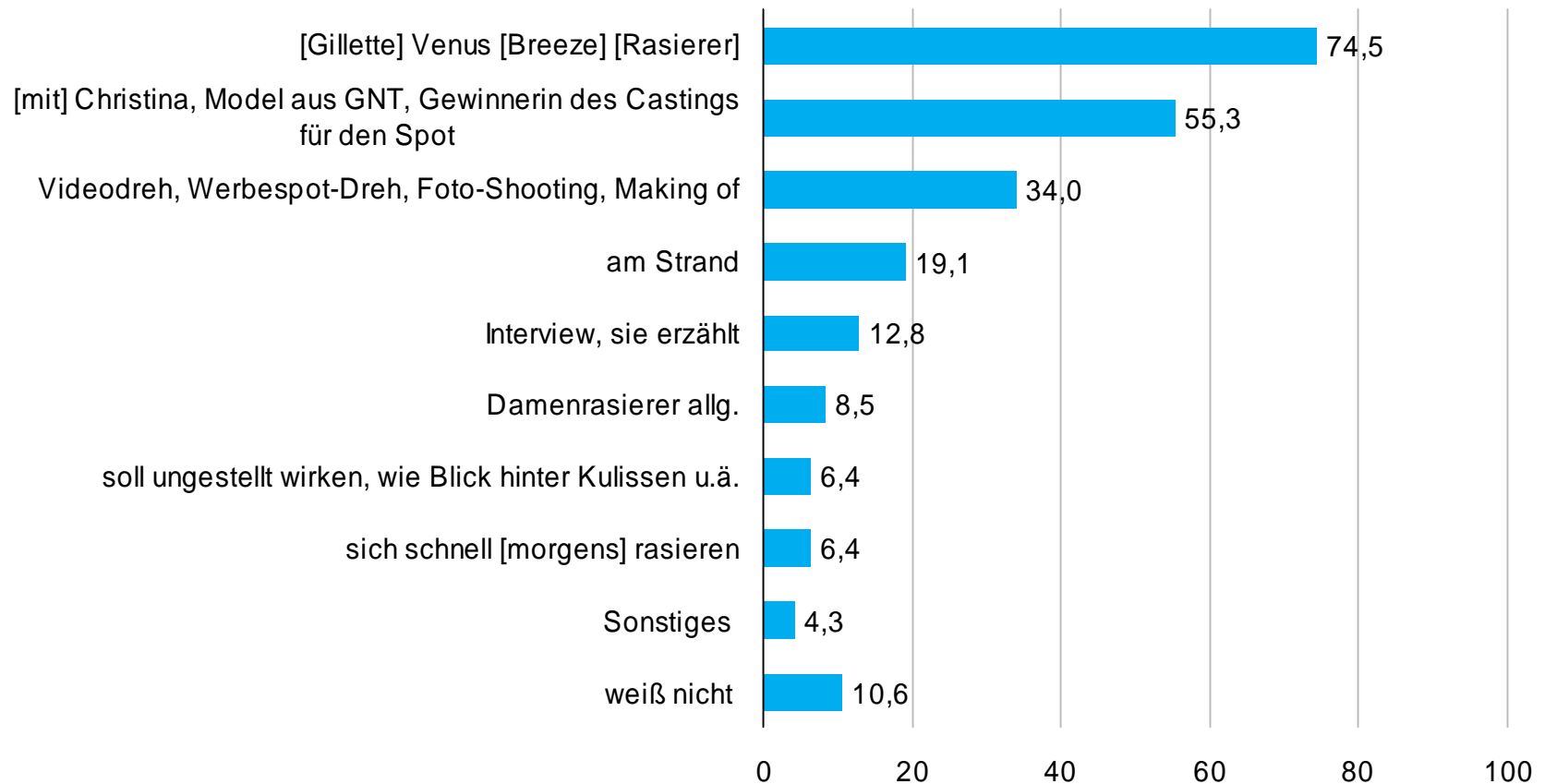


9 *Auf Grund der geringen Fallzahlen sind nur Tendenzaussagen möglich.
 „In der ersten Werbepause gab es einen Werbefilm, der eineinhalb Minuten lang war. Können sie sich an diesen Werbefilm erinnern?“
 Basis: n=180 Frauen 14-34 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Sehr hohe Marken-Awareness

Markenerinnerung Promostory

Angaben in Prozent

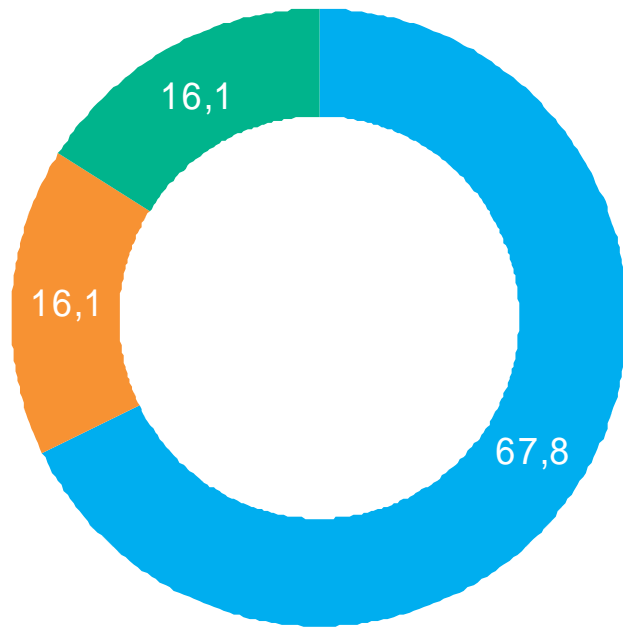


10 Auf Grund der geringen Fallzahl sind nur Tendenzaussagen möglich.
„Worum ging es in diesem Werbefilm? Für welche Marken oder welches Produkt wurde in diesem Werbefilm geworben? Worum drehte sich die Handlung? Bitte denken Sie genau nach, uns interessiert alles, was Ihnen dazu einfällt.“
Basis: alle, die sich an den Werbefilm erinnern [n=47 Frauen 14-34 Jahre]; Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Gestützt kennen zwei Drittel die Promostory

Erinnerung Promostory bildgestützt

Angaben in Prozent



■ ja ■ nein ■ weiß nicht/ bin mir unsicher

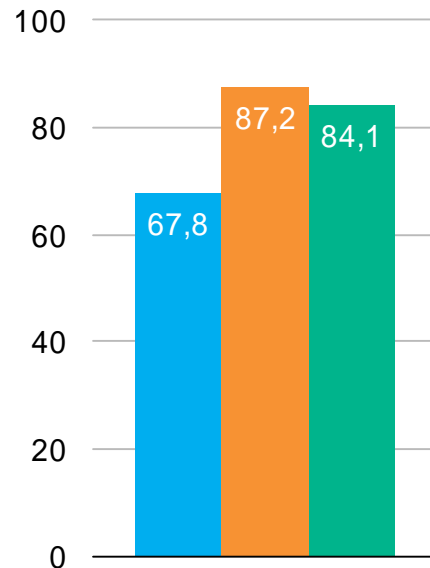


11 In der ersten Werbepause der Sendung „taff.“ gab es einen Werbefilm von Venus Breeze. Auf den folgenden Seiten sehen Sie ein paar Ausschnitte dieses Werbefilms. „Können Sie sich an diesen Werbefilm von „Venus Breeze“ erinnern?“
 Basis: n=180 Frauen 14-34 Jahre
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Bei den GNT-Stammsehern sind es noch mehr

Erinnerung Promostory bildgestützt Bekanntheit Hauptdarstellerin

Angaben in Prozent



■ Gesamt ■ GNT mind. jede 2. Folge ■ Real Job gesehen

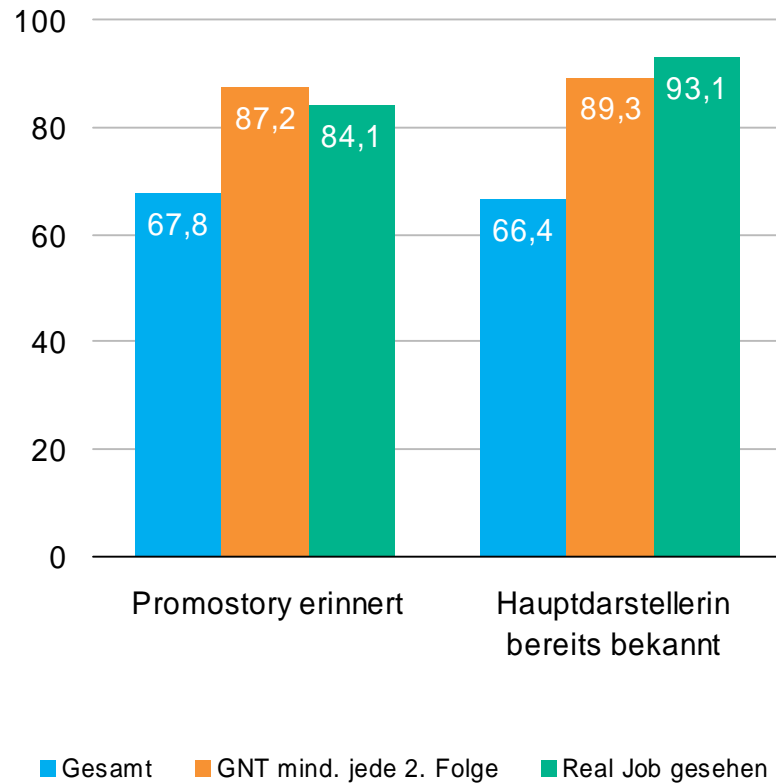


12 „Können Sie sich an diesen Werbefilm von „Venus Breeze“ erinnern?“ Basis: n=180 Frauen 14-34 Jahre
 „Die Hauptrolle in dieser Werbesendung spielte eine junge Frau. Kannten Sie diese Frau bereits vorher?“ Basis: alle, die sich gestützt an den Werbefilm erinnern [n=122 Frauen 14-34 Jahre]
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Bei den GNT-Stammsehern sind es noch mehr

Erinnerung Promostory bildgestützt Bekanntheit Hauptdarstellerin

Angaben in Prozent

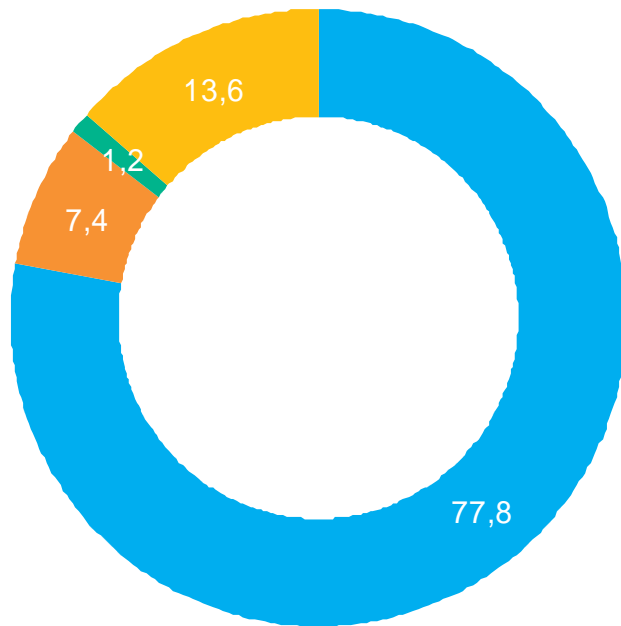


13 „Können Sie sich an diesen Werbefilm von „Venus Breeze“ erinnern?“ Basis: n=180 Frauen 14-34 Jahre
 „Die Hauptrolle in dieser Werbesendung spielte eine junge Frau. Kannten Sie diese Frau bereits vorher?“ Basis: alle, die sich gestützt an den Werbefilm erinnern [n=122 Frauen 14-34 Jahre]
 Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

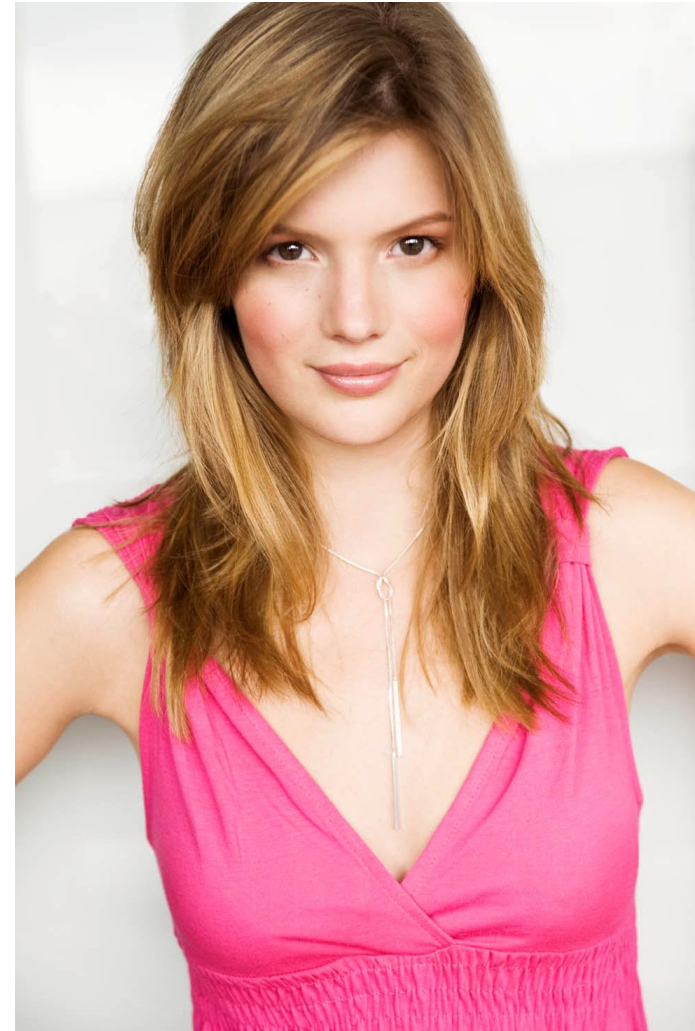
78 Prozent kennen Christinas Namen...

Bekanntheit von Christina

Angaben in Prozent



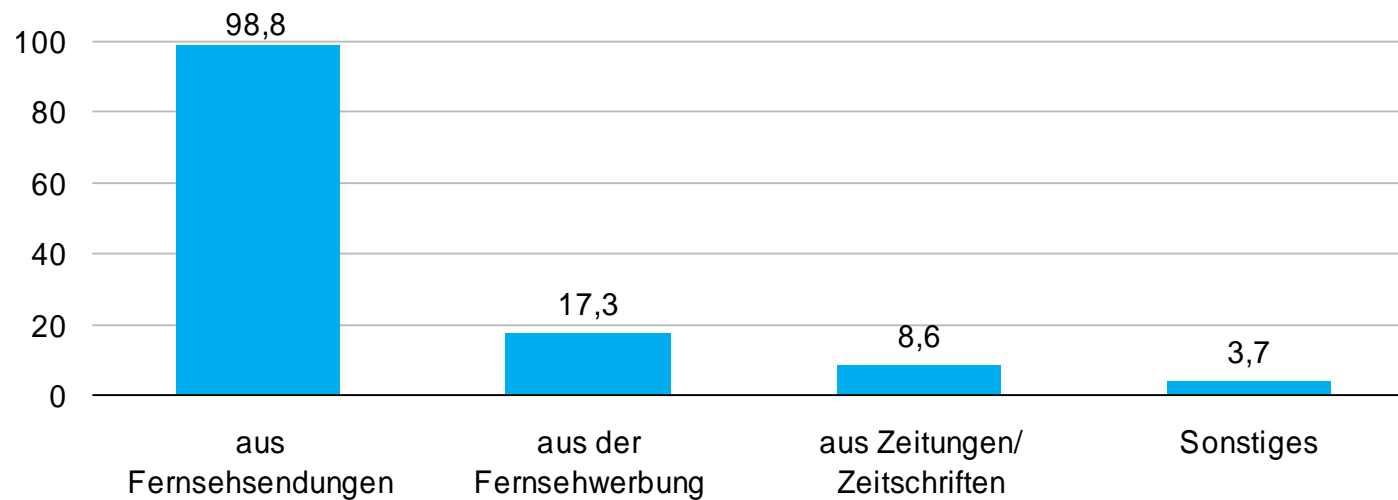
- Christina [Kandidatin aus GNT]
- Nur: Kandidatin aus GNT
- Sonstiges
- Weiß nicht



...und kennen sie aus GNT und TV-Werbung

Bekanntheit von Christina

Angaben in Prozent



Dauerwerbebeschriftung



Inhalt

Steckbrief

Awareness

Image

Fazit

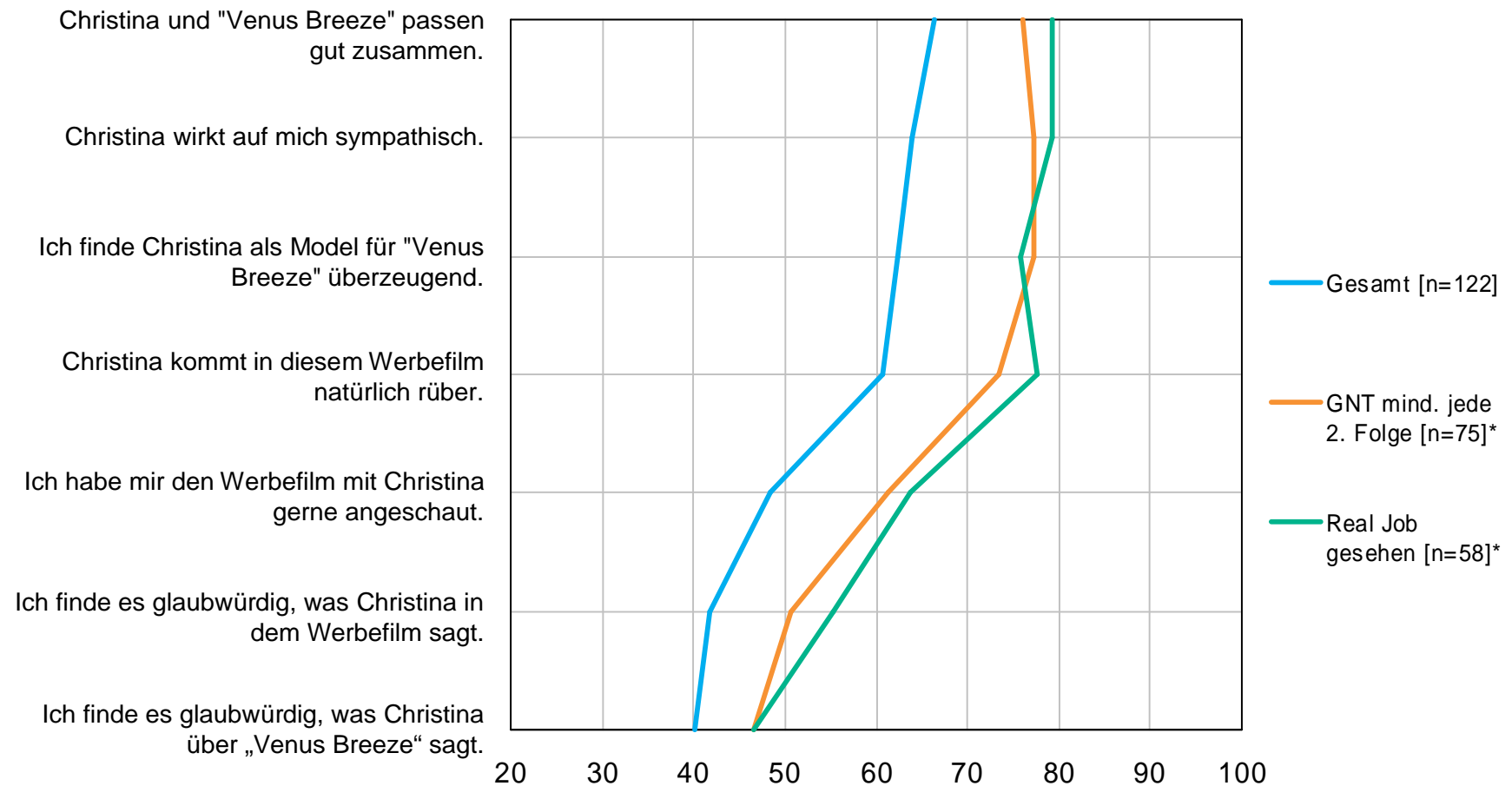
Dauerwerbebeschriftung



Gutes Markenfitting und hohe Sympathie

Wahrnehmung Christina und Venus Breeze

Angaben in Prozent [Top Two: stimme voll und ganz zu/stimme zu]



17 *Auf Grund der geringen Fallzahlen sind nur Tendenzaussagen möglich.
 „Auf den folgenden Seiten sind eine Reihe von Aussagen zu dem Werbefilm von „Venus Breeze“ aufgeführt. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie diesen Aussagen zustimmen.“
 Basis: alle, die sich gestützt an den Werbefilm erinnern [n=122 Frauen 14-34 Jahre]; Quelle: forsa. / SevenOne Media; Juni 2008

Dauerwerbebeschriftung



Inhalt

Steckbrief

Awareness

Image

Fazit

Dauerwerbebeschriftung



Gillette Venus Breeze und Christina – Promostory



- Hohe Aufmerksamkeit** für Venus Breeze, v.a. ungestützt
- Sehr gute Markenzuordnung:** Christina überlagert die Marke nicht, sondern unterstützt
- Bildgestützte Erinnerung: 68 Prozent;** Deutlich höhere Werte bei GNT-Stammsehern
- Besonders positive** Wahrnehmung von Christina und Venus Breeze **bei den GNT-Fans**
- Christina wirkt **glaubwürdig, sympathisch und passt zur Marke.**

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