



Widex Hörgeräte TV-Kampagne Herbst 2009

Ergebnisse der n-tv Expertenbefragung:
Welle 05 – August '09 und Welle 07 - Nov '09



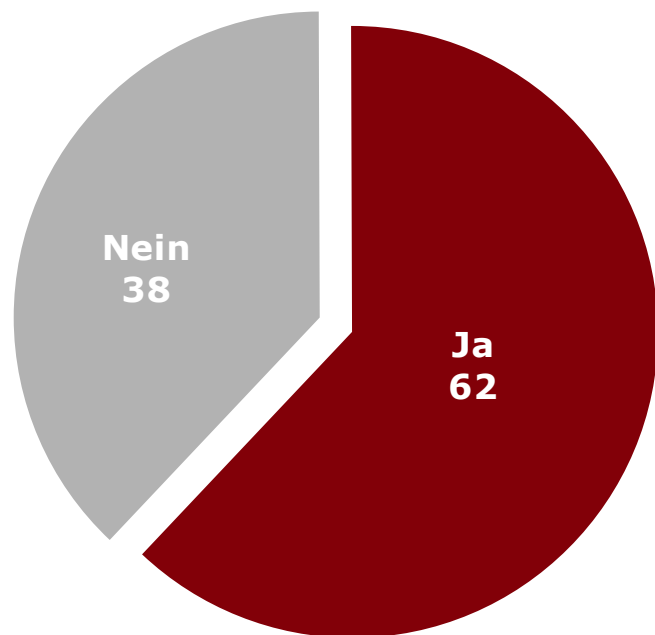
Methodik

- Online-Befragung im Rahmen der n-tv Expertenbefragung
- Einladung: Via E-Mail mit Link zum Online-Fragebogen
- Grundgesamtheit: n-tv Zuschauer mindestens einmal im Monat
- Panelbestand zu Befragungsbeginn: ca. 1.300 Personen
- Teilnehmer: Vorfilter - Hörproblem-Bewusstsein/Betroffenheit
 - Nullwelle (Welle 05/2009) 346 n-tv-Zuschauer
 - Ergebniswelle (W. 07/2009) 236 n-tv Zuschauer
- Feldzeit: Nullwelle (Welle 05/2009) 21.08.-25.08.2009
Ergebniswelle (W. 07/2009) 30.10.-16.11.2009
- Informationen: Befragungsportal unter www.n-tv-expertenbefragung.de
- Institut: Werbestolz, Köln (www.werbestolz.de) / Eckhard Preis



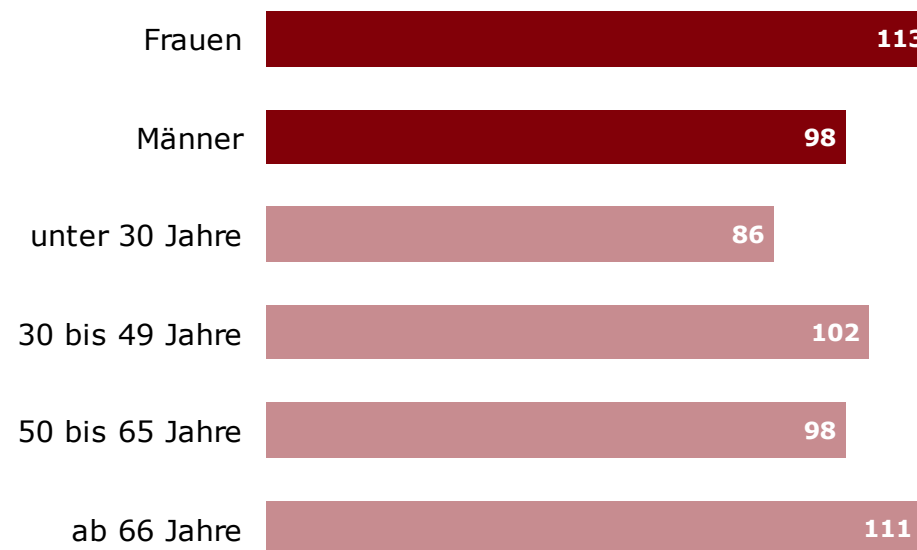
Großes Hörproblem-Bewusstsein/ Betroffenheit

Frage: „Kennen Sie in Ihrem persönlichen Umfeld Menschen mit Hörproblemen oder sind sie selber davon betroffen?“ (Werte in Prozent)



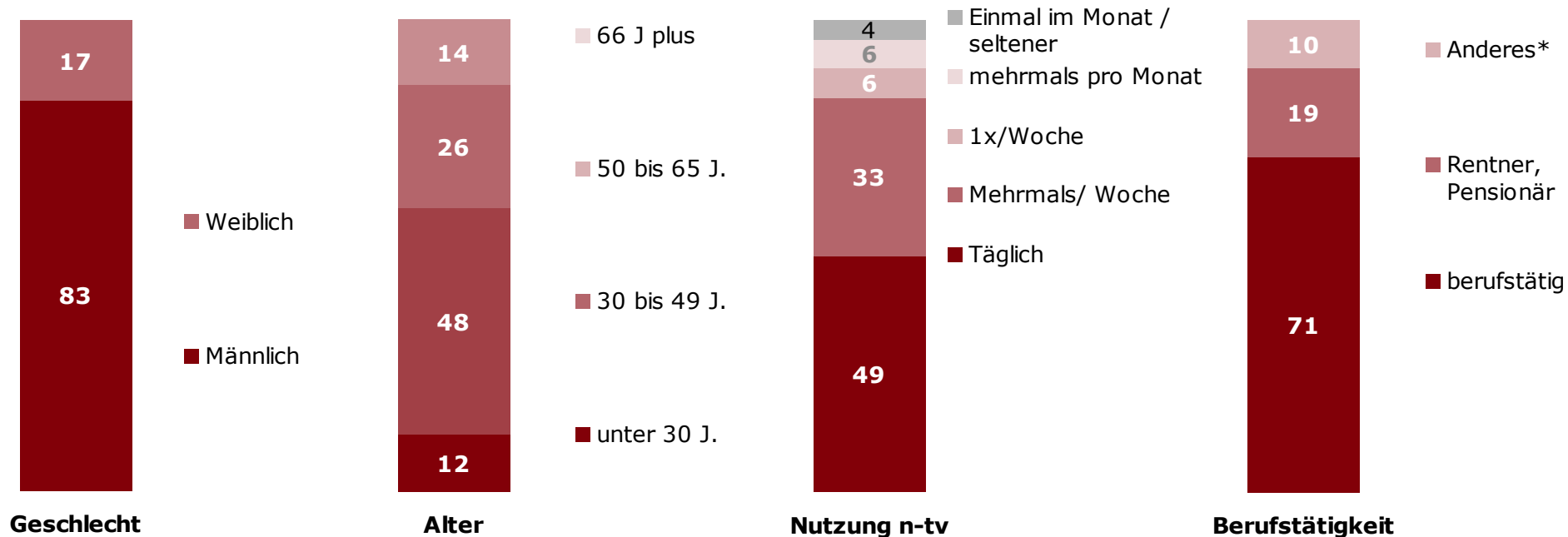
„Betroffene“
n=263
(Basis der weiteren
Auswertung)

Merkmale „Betroffene“ (Index, Basis: alle Befragte =100):



Befragte männlich, mittelalt, nutzen intensiv n-tv

Demographie der Befragungsteilnehmer, die von Hör-Problemen betroffen sind (Werte in Prozent)



n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Basis: Filter Betroffenen (n=262)

*Ausbildung, Schule, Studium / Hausfrau, -mann / Arbeit suchend



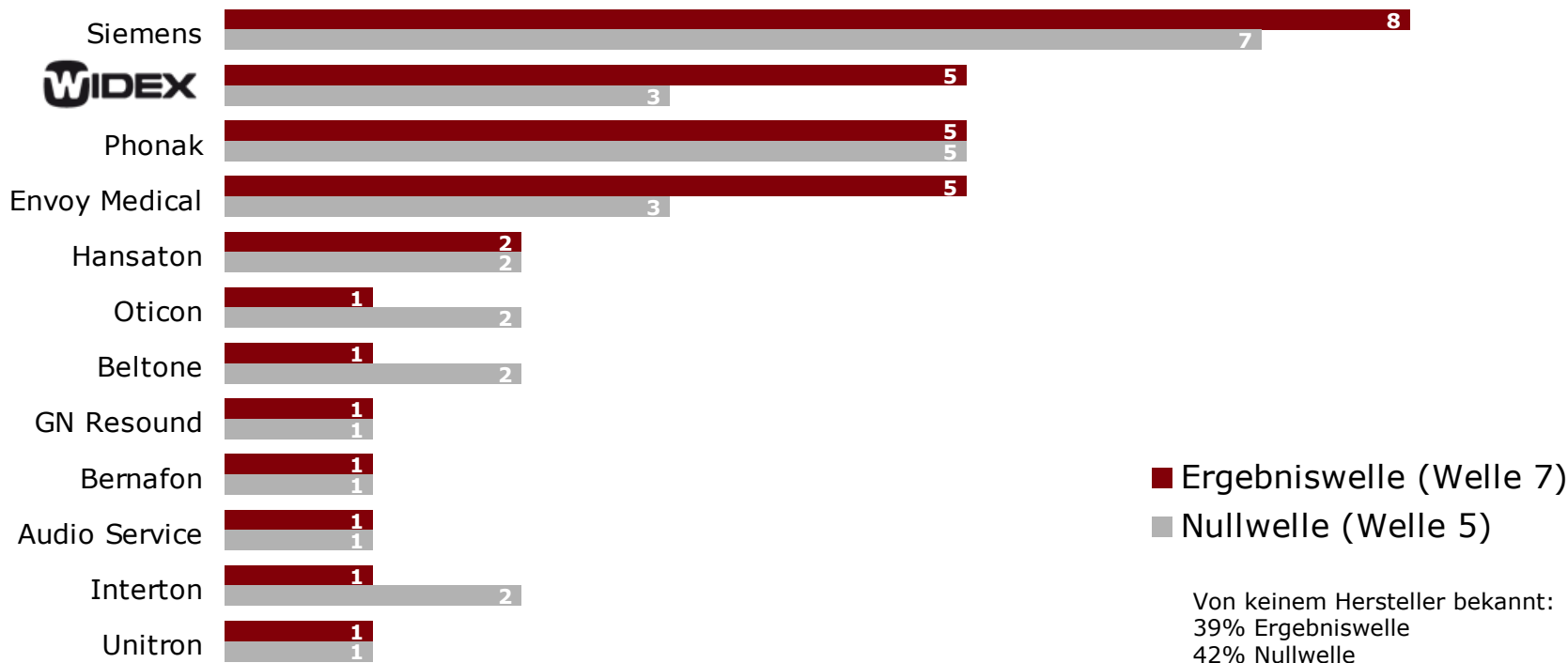


Werbeerinnerung, Recognition, Werbebeurteilung



Widex im Verfolger-Feld direkt hinter Siemens

Werbeerinnerung für Hörgeräte-Hersteller (Werte in Prozent)



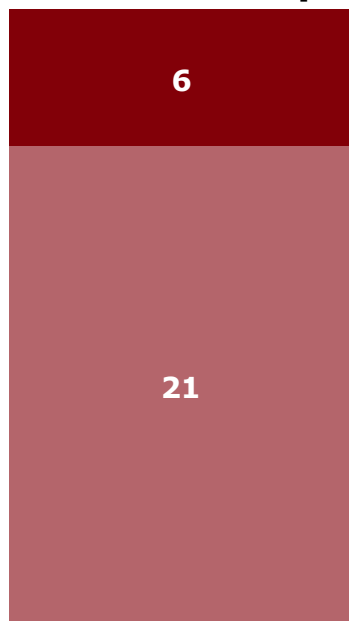
n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Welle 05/2009 vom 21. bis 25.08.2009, Basis: „Betroffene“ (W 07 n=263 / W 05 n=346)
 Frage: „Nun haben wir eine Liste von Hörgeräte-Herstellern (...). Kreuzen Sie dann bitte an, von welchem Hersteller Sie in letzter Zeit Werbung gelesen, gesehen oder gehört haben.“



Mehr als jeder Vierte kennt die Widex-Spots

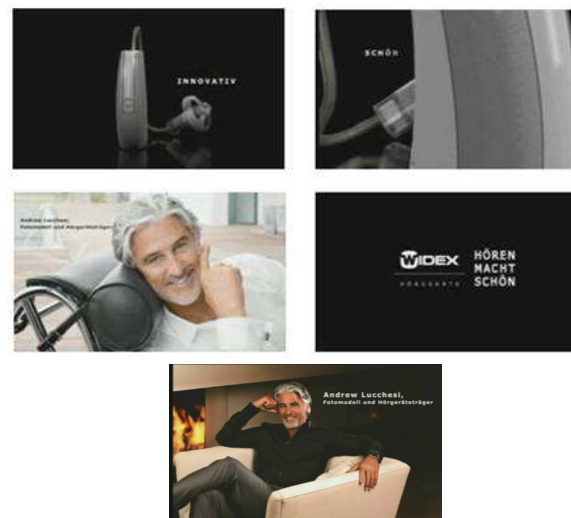
Wiedererkennung der Widex-Spots nach Vorführung oder Screenshots (Werte in Prozent)

27%
kennen den Spot



- "häufig"
- "ab und zu"

Spots gesehen (alle Befragte)



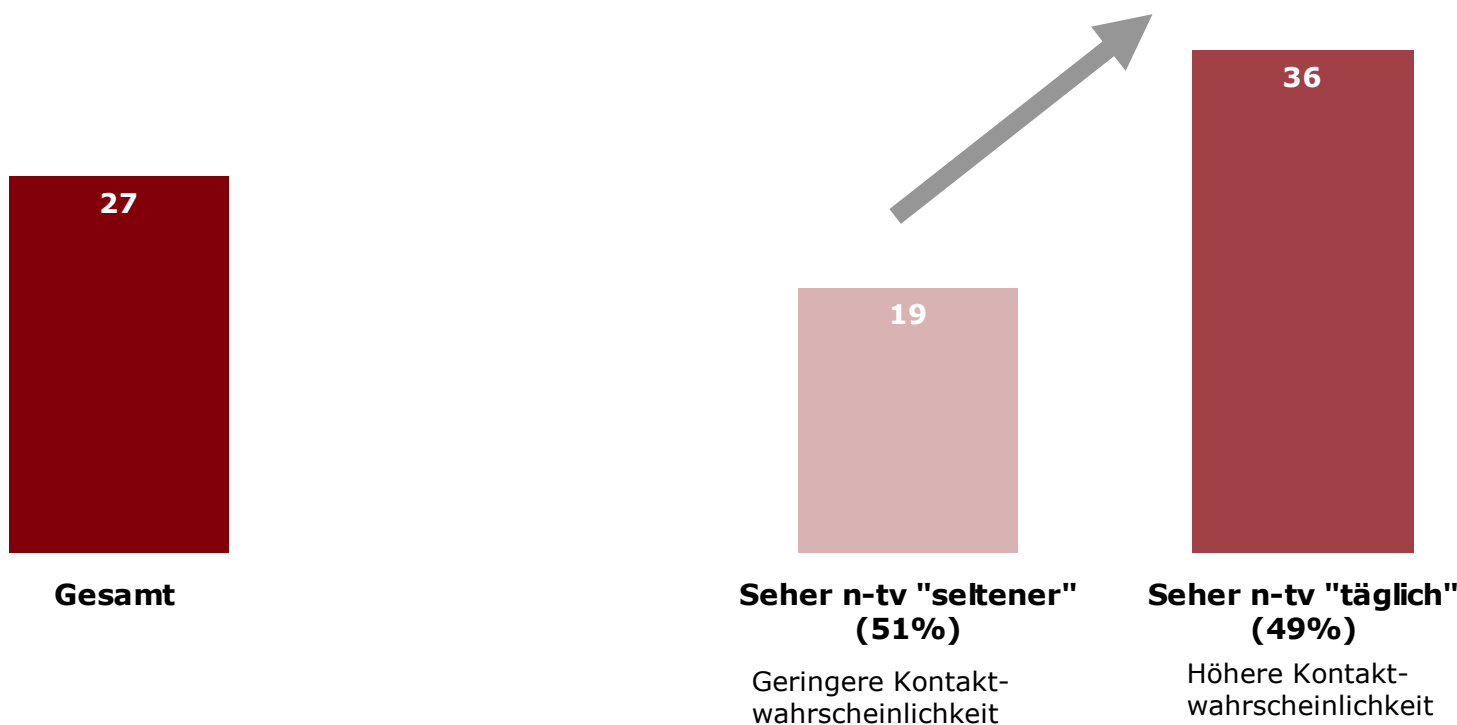
(Eine von zwei Spotvarianten wurde per Zufall ausgewählt und den Befragten präsentiert. Die Wiedererkennung war für beide Varianten nahezu identisch.)

n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Welle 05/2009 vom 21. bis 25.08.2009, Basis: „Betroffene“ (W 07 n=263 / W 05 n=346)
Frage: „Haben Sie diesen Werbespot von WIDEX oder einen ähnlichen Werbespot in letzter Zeit im Fernsehen auf n-tv gesehen?“



Mehr Kontakte steigern die Werbewirkung

Wiedererkennung der Widex-Spots nach Vorführung oder Screenshots (Werte in Prozent)



Jeder Dritte
tägliche n-tv-Seher
kennt den Spot!

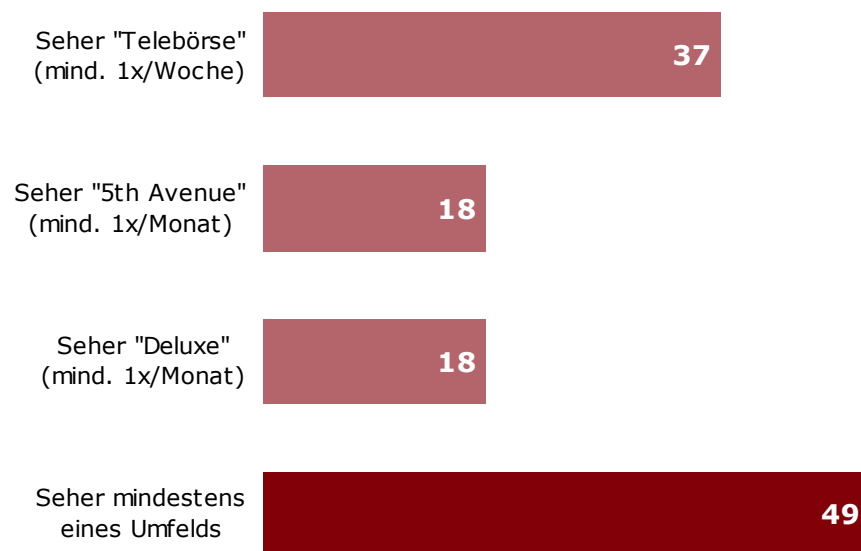
n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Basis: „Betroffene“ (n=263)
Frage: „Haben Sie diesen Werbespot von WIDEX oder einen ähnlichen Werbespot in letzter Zeit im Fernsehen auf n-tv gesehen?“



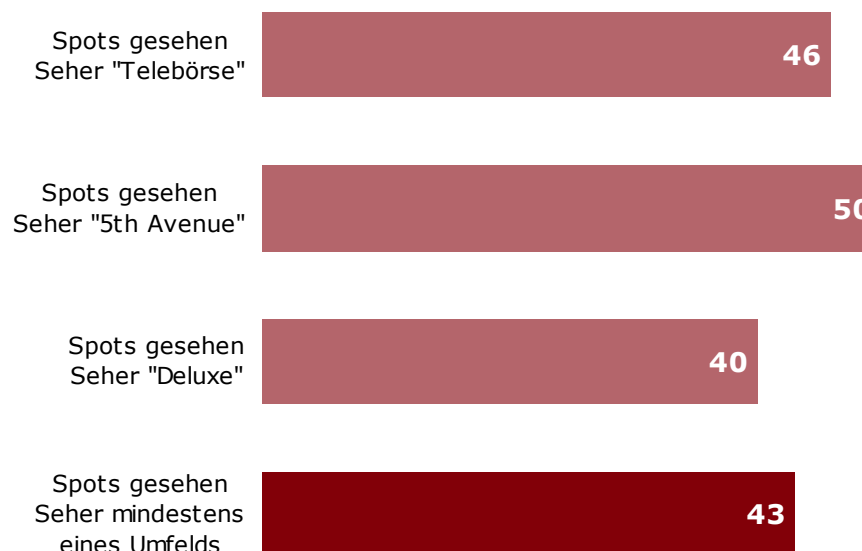
Bis zu 50% der Seher erinnern den Widex-Spot

Wiedererkennung der Widex-Spots bei Sehern der ausgewählten Umfeldler (Werte in Prozent)

Sendungsnutzung



Werbewirkung

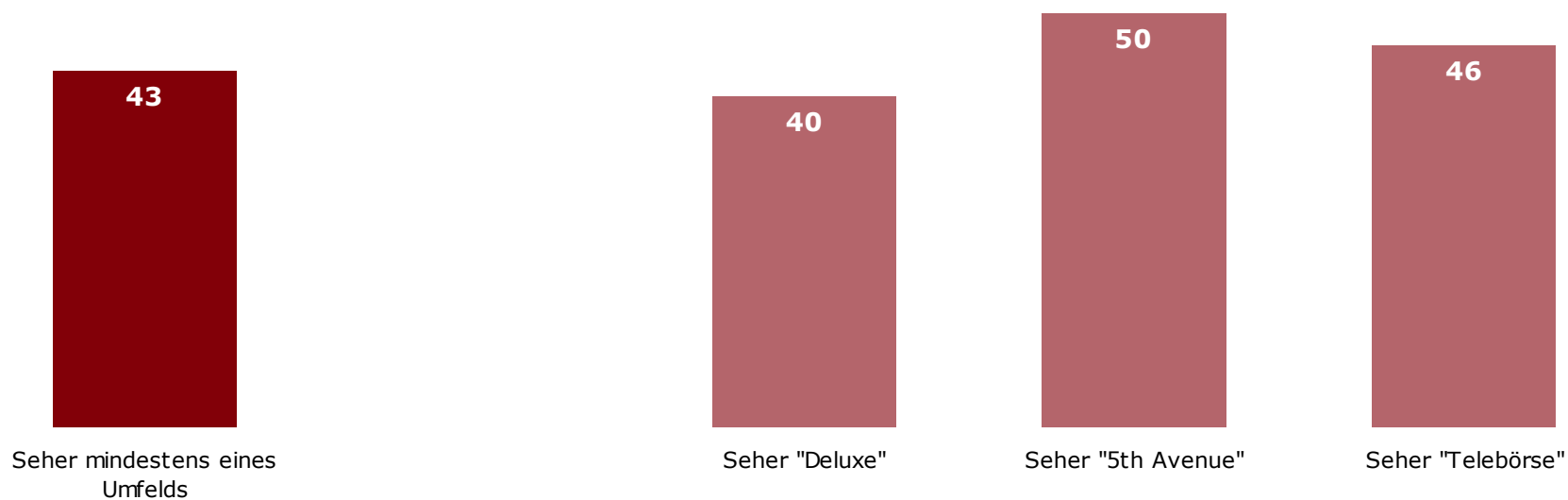


n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Basis: „Betroffene“ (n=263), davon Seher der Sendungen
Frage: „Haben Sie diesen Werbespot von WIDEX oder einen ähnlichen Werbespot in letzter Zeit im Fernsehen auf n-tv gesehen?“



Bis zu 50% der Seher erinnern den Widex-Spot

Wiedererkennung der Widex-Spots bei Sehern der ausgewählten Umfeldler (Werte in Prozent)

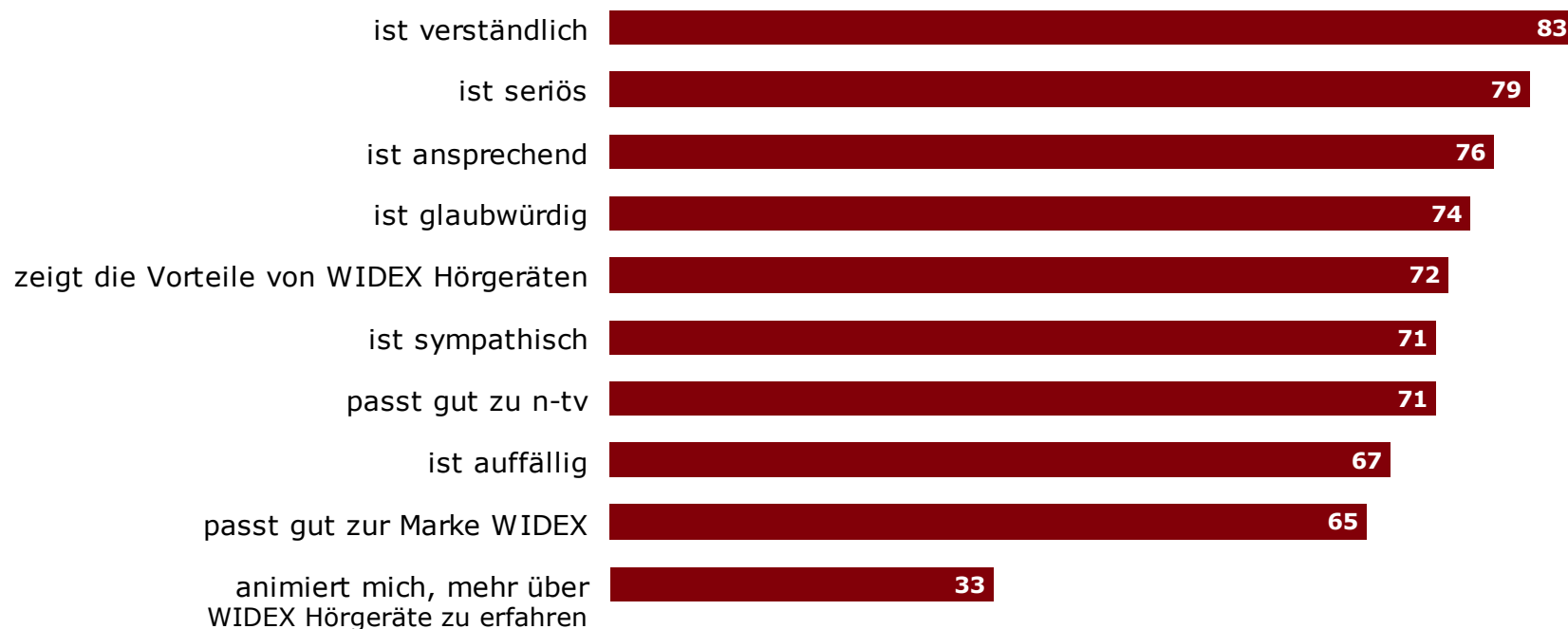


n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Basis: „Betroffene“ (n=263), davon Seher der Sendungen
Frage: „Haben Sie diesen Werbespot von WIDEX oder einen ähnlichen Werbespot in letzter Zeit im Fernsehen auf n-tv gesehen?“



Bestnoten für den Werbeauftritt von Widex

Bewertung der WIDEX-Werbung (Werte in %, Top2 auf 4er Skala, Befragte mit Wiedererkennung)



n-tv Expertenbefragung, W 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Basis: „Betroffene“ mit Spot-Wiedererkennung (n=72)

Frage: "Wie sehr treffen die folgenden Aussagen für Sie persönlich auf die eben gesehene Werbung von WIDEX zu?" (trifft voll zu / eher zu / eher nicht zu / überhaupt nicht zu)



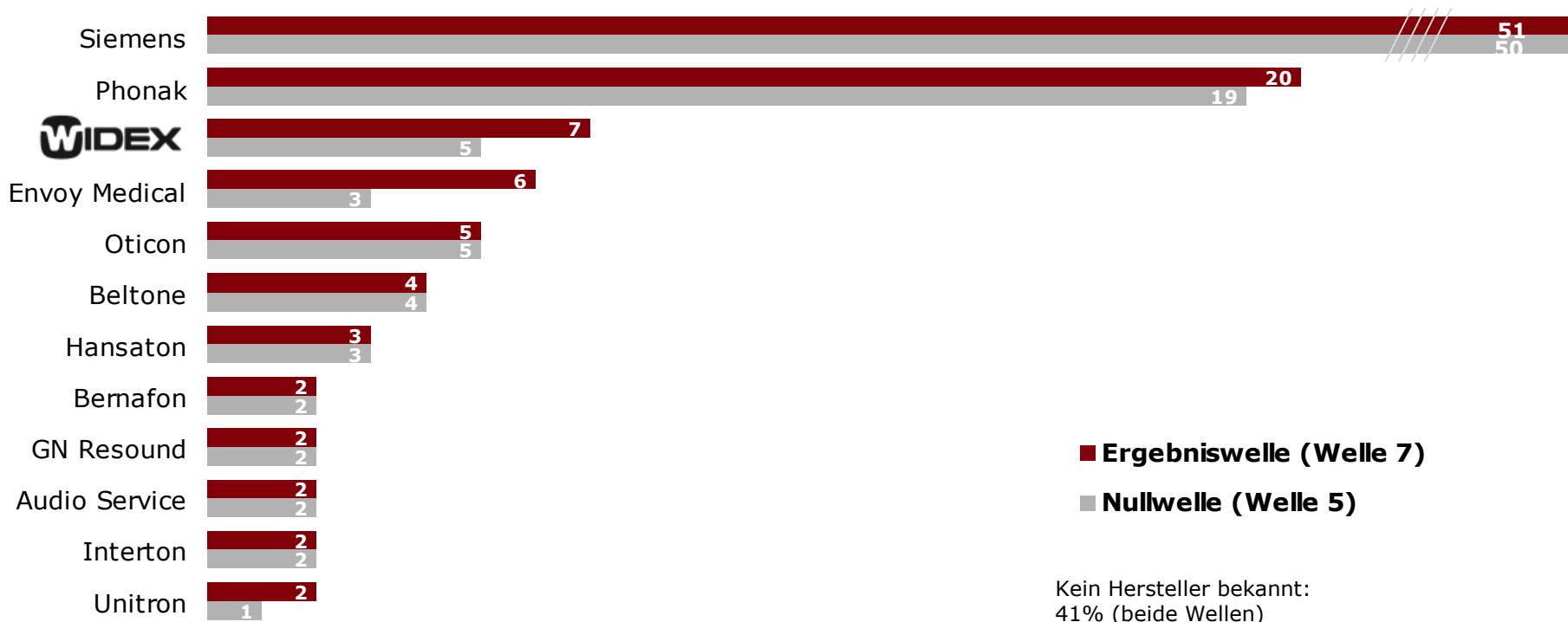


Markenbekanntheit Image



Widex legt zu und erreicht den dritten Platz

Markenbekanntheit für Hörgeräte-Hersteller (Werte in Prozent)

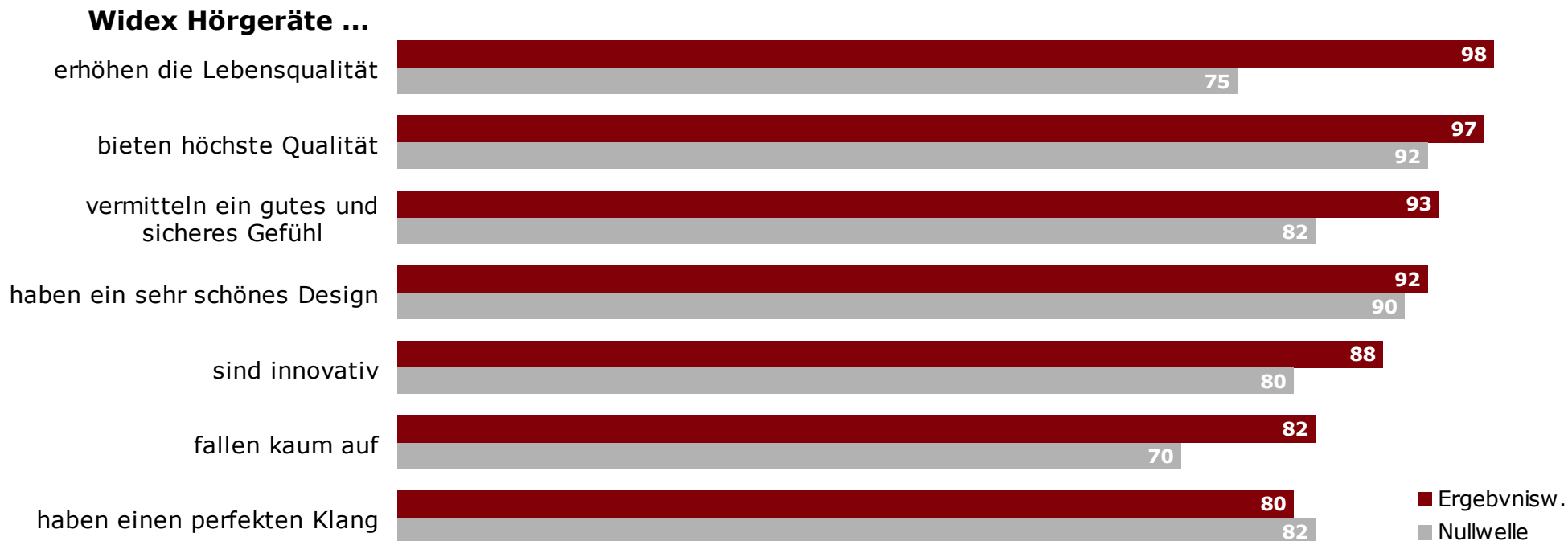


n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Welle 05/2009 vom 21. bis 25.08.2009, Basis: „Betroffene“ (W 07 n=263 / W 05 n=346)
Frage: „Nun haben wir eine Liste von Hörgeräte-Herstellern. Bitte kreuzen Sie alle Hersteller an, die Sie kennen, auch wenn es nur dem Namen nach ist.“



Die Kampagne zahlt auf das Image ein!

Eigenschaften von Widex Hörgeräten (Werte in %, Top2 auf 4er Skala, geringe Fallzahl/nur Trend!)



n-tv Expertenbefragung, Welle 07/2009 vom 30.10. bis 16.11.2009, Welle 05/2009 vom 21. bis 25.08.2009, Basis: „Betroffene“ mit Markenbekanntheit, Werbeerinnerung oder Spot-Widererkennung, (W 07 je nach Aussage n=30-74 mit Antwort / W 05 dto. n=10-12) Frage: „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu dem Hörgeräte-Hersteller Widex zu?“



Gelungener Einstand für Widex Hörgeräte

- Sechs von zehn Befragten sind selber von Hörproblemen betroffen oder kennen Menschen mit Hörproblemen in ihrem persönlichen Umfeld.
- Widex kann seine Werbebekanntheit in dieser Zielgruppe merklich steigern und schließt zum Verfolger-Feld von Siemens auf. Mehr als ein Viertel der n-tv Zuschauer haben die Widex TV-Spots in letzter Zeit gesehen.
- Der Werbeauftritt von Widex wird sehr positiv aufgenommen, jeder Dritte Befragte mit Werbe Erinnerung will sich weiter zu Widex informieren.
- Die Markenbekanntheit ist durch die Fernsehwerbung deutlich gestiegen und beschert Widex den dritten Platz hinter Siemens und Phonak.
- Die ästhetische Produkt-Inszenierung im TV-Spot stärkt wesentliche Image-Dimensionen von Widex.
- **Widex schafft es, die n-tv Zuschauer zu interessieren und zu faszinieren!**





Noch Fragen?

Ihr Ansprechpartner:

Antje Sauer
Senior-Projektleiterin
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

