



Case-Study Erfurt KlimaTec Wetter-Sponsoring auf n-tv

n-tv Expertenbefragung, Wellen 2+3/2009

Methodik

- Online-Befragung im Rahmen der n-tv Expertenbefragung, genutzt wurden die Welle 2/2009 (Nullwelle) und Welle 3/2009 (Hauptwelle).
- Grundgesamtheit: Zuschauer von n-tv, Nutzung mindestens einmal im Monat
- Panelbestand zu Befragungsbeginn: 1.275 Personen
- Teilnehmer:

Nullwelle:	742 Personen
Hauptwelle:	605 Personen
- Einladung: Via E-Mail mit Link zum Online-Fragebogen
- Feldzeit:

Nullwelle:	Fr 27.02. bis So 15.03.2009
Hauptwelle:	Fr 24.04. bis So 10.05.2009
- Institut: Werbestolz, Köln (www.werbestolz.de) / Eckhard Preis





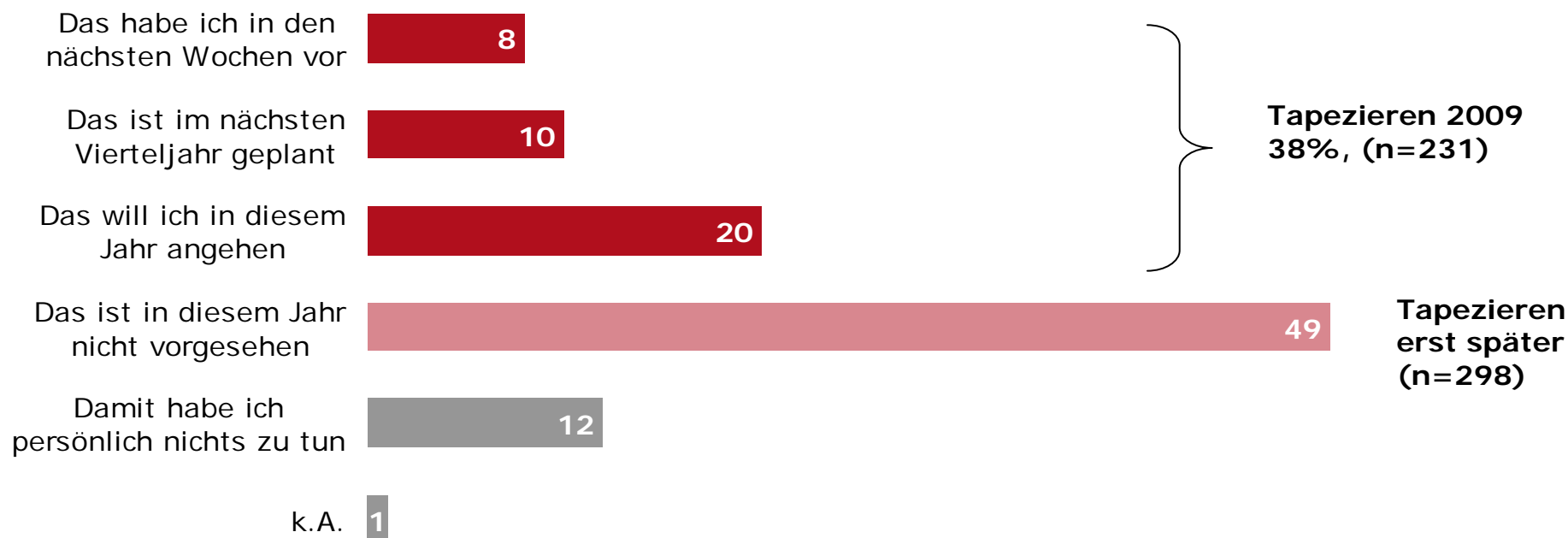
Die Stichprobe

Renovierungsabsichten



Bei vielen Befragten steht Tapetenwechsel an

Planung von Tapezierarbeiten oder Wandgestaltung
in %



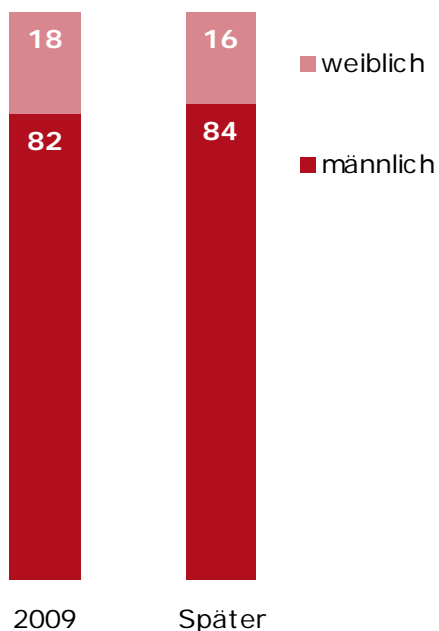
Quelle: n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009, alle Befragten, n=605.



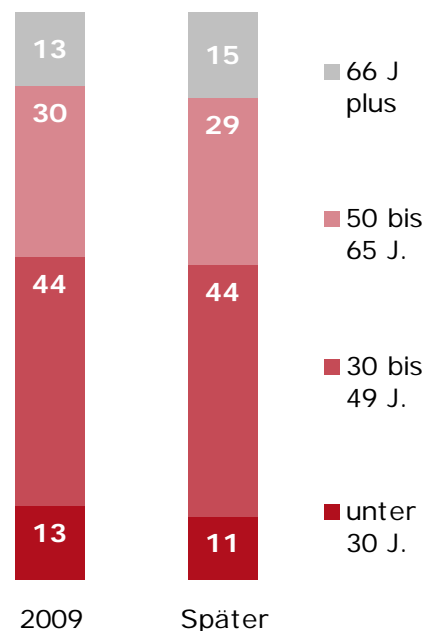
Renovierer: starkes Interesse am Energiesparen

Vergleich Tapezieren 2009/Tapezieren zu späterem Zeitpunkt, in %

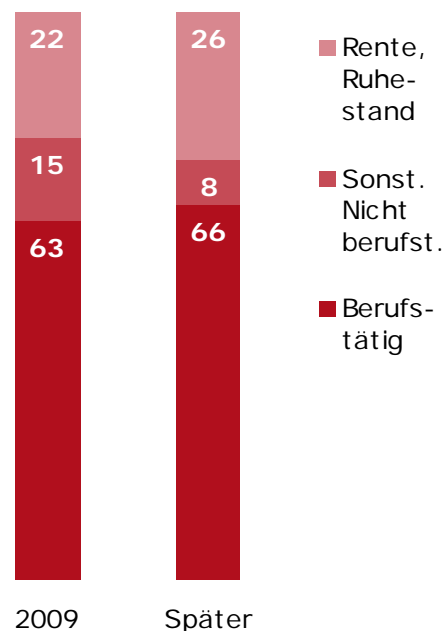
Geschlecht



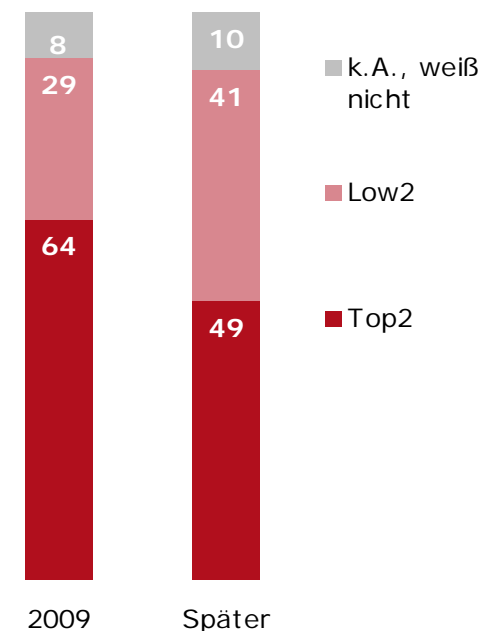
Alter



Berufstätigkeit



Interesse Energiesparen*



*Frage: „Wie sehr sind Sie beim Renovieren an Möglichkeiten interessiert, durch entsprechende Materialien Heizenergie einzusparen?“
Quelle: n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009, alle Befragten, n=605.





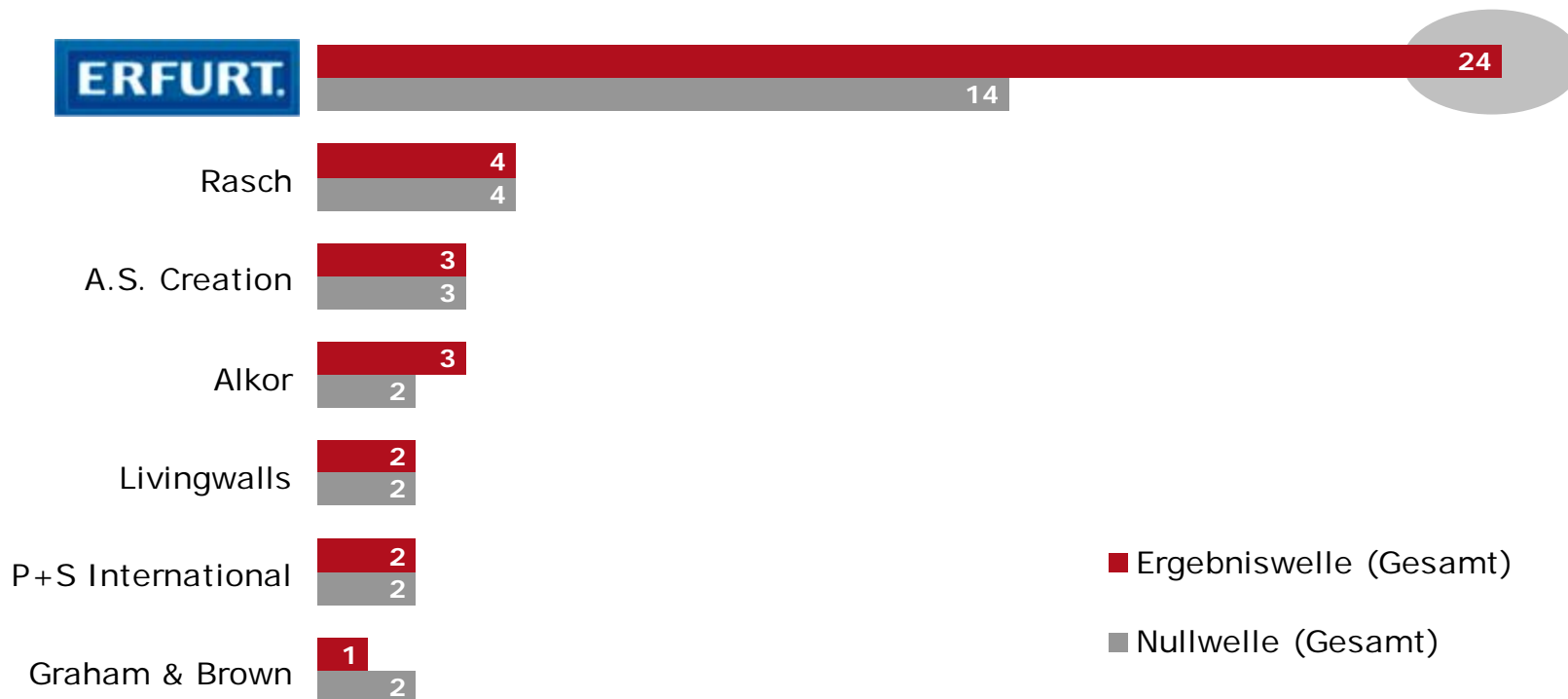
Werbewirkung

Werbeerinnerung, Recognition und Beurteilung
der Werbung



Höchste Werbeerinnerung für Erfurt-Tapeten

Gestützte Werbeerinnerung an Werbung von Tapeten-Herstellern
Alle Befragten, in %

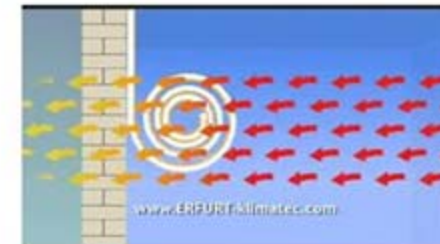
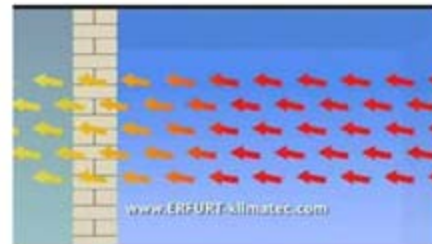
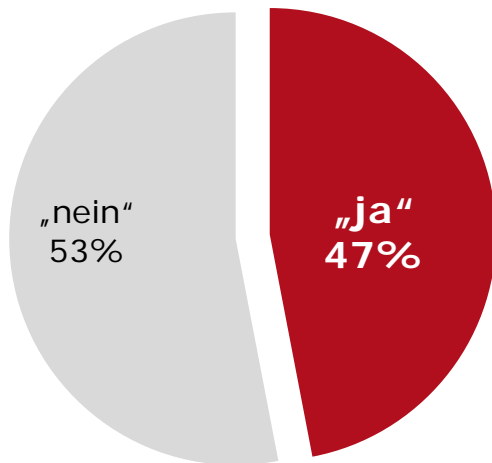


Quellen: n-tv Expertenbefragung, Welle 2/2009 vom 27.02. – 15.03.2009, alle Befragten, n=742 und Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009, alle Befragten, n=605



Fast jeder Zweite hat das Sponsoring gesehen

Wiedererkennung der Sponsor-Hinweise vor und nach dem Wetterbericht (nach Vorführung in Umfrage)



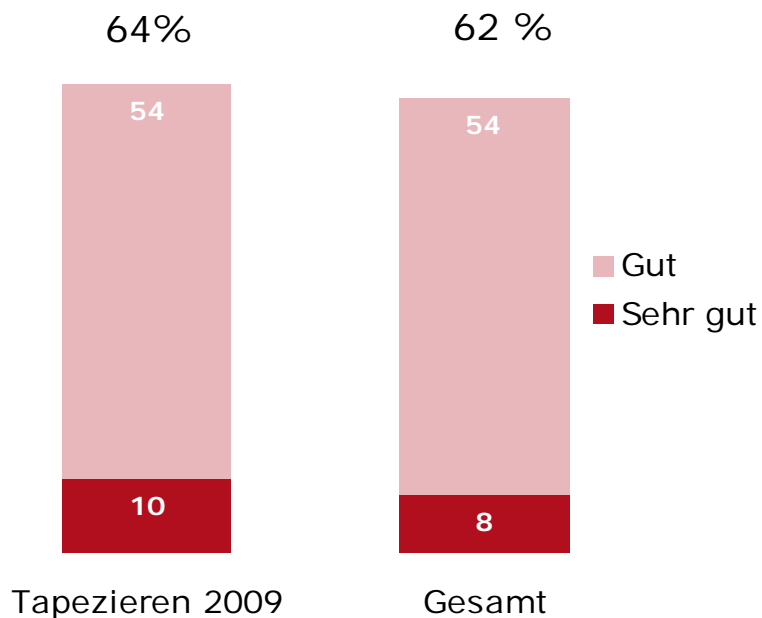
Quelle: n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009, alle Befragten, n=605



Das Wetter-Sponsoring spricht die Zuschauer an

Gefallen des Sponsorings und Begründung (Zusammenfassung aus offener Frage), in %

Gefallen



Top-4-Begründungen „sehr gut/gut“ (68 Nennungen = 100%)

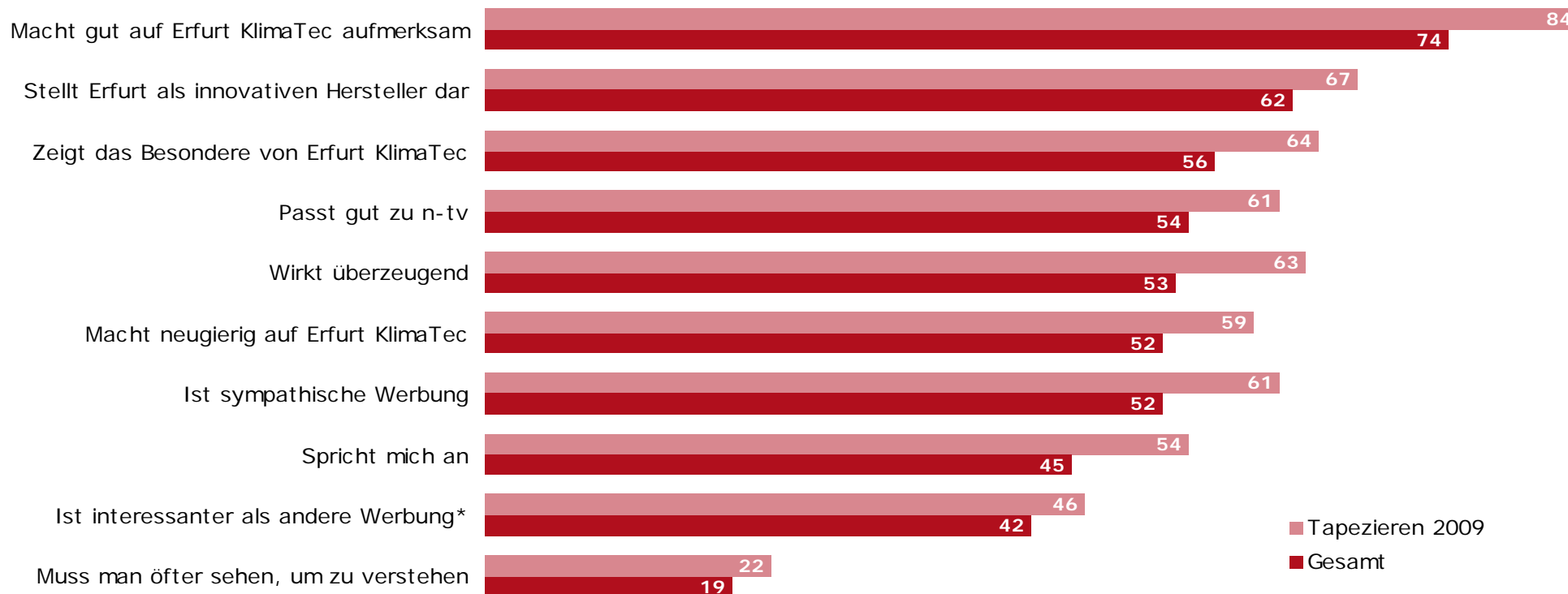


Quelle: n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009
Befragte mit Werbespot-Erinnerung, n=285 (Gesamt) bzw. n=107 (Tapezieren 2009). Antwortende auf offene Frage: n=116



Das Erfurt-Sponsoring kommt hervorragend an

Zustimmung zu Aussagen über das Erfurt-Sponsoring,
Top-2-Nennungen auf vierstufiger Skala, in %



*...für Tapeten und Wandgestaltung

Quelle: n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009, Befragte mit Sponsoring-Erinnerung, n=285 (Gesamt) bzw. n=107 (Tapezieren 2009).

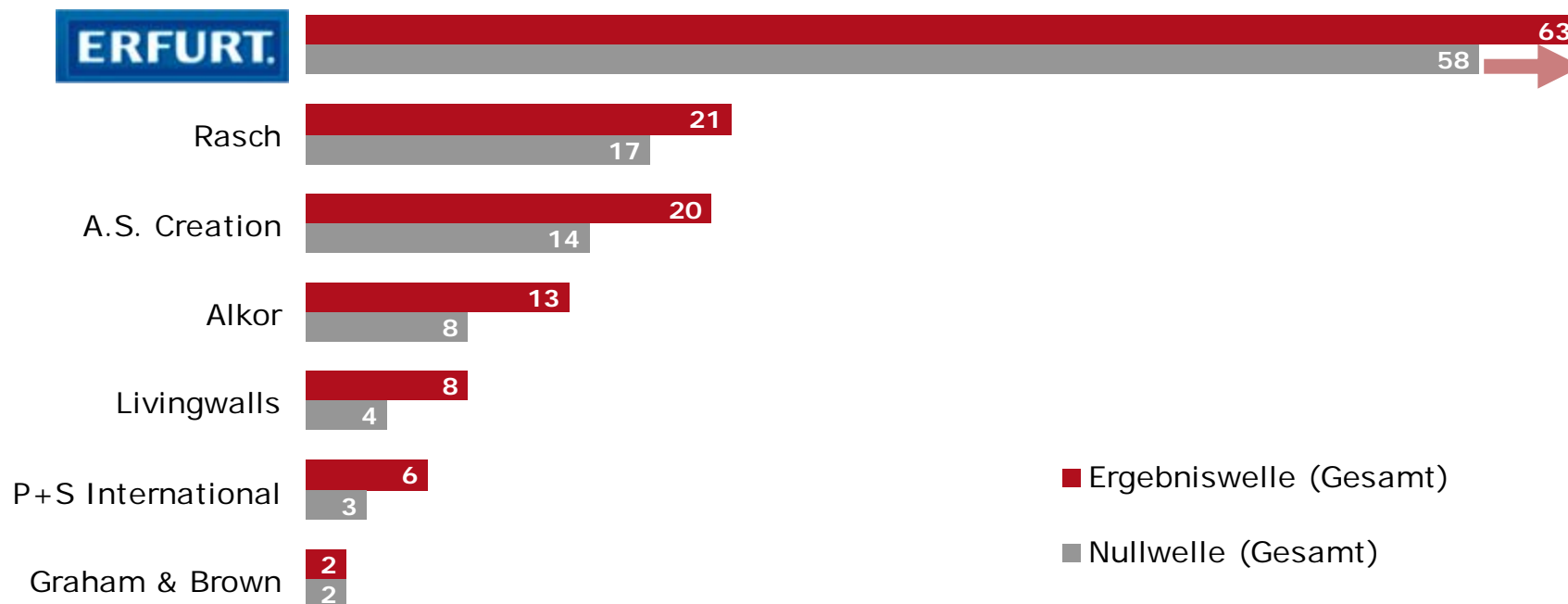




Markenbekanntheit und Verwendung

Erfurt ist die bekannteste Tapetenmarke

Gestützte Markenbekanntheit von Tapeten-Herstellern
alle Befragten, in%

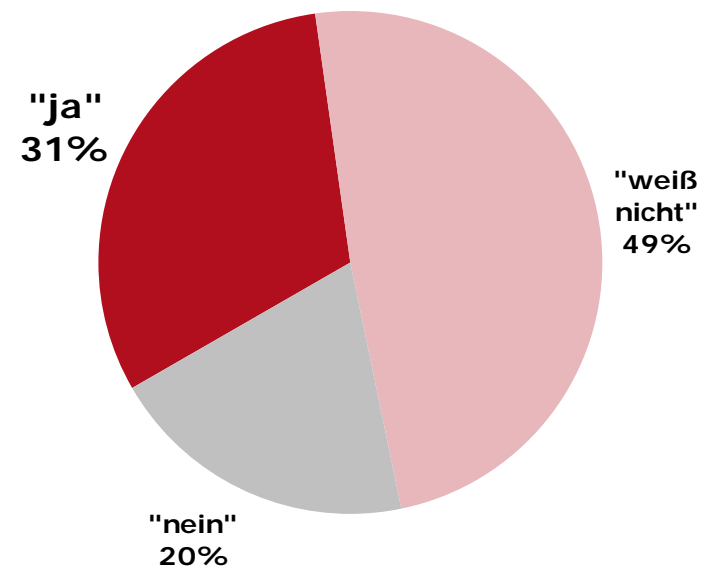
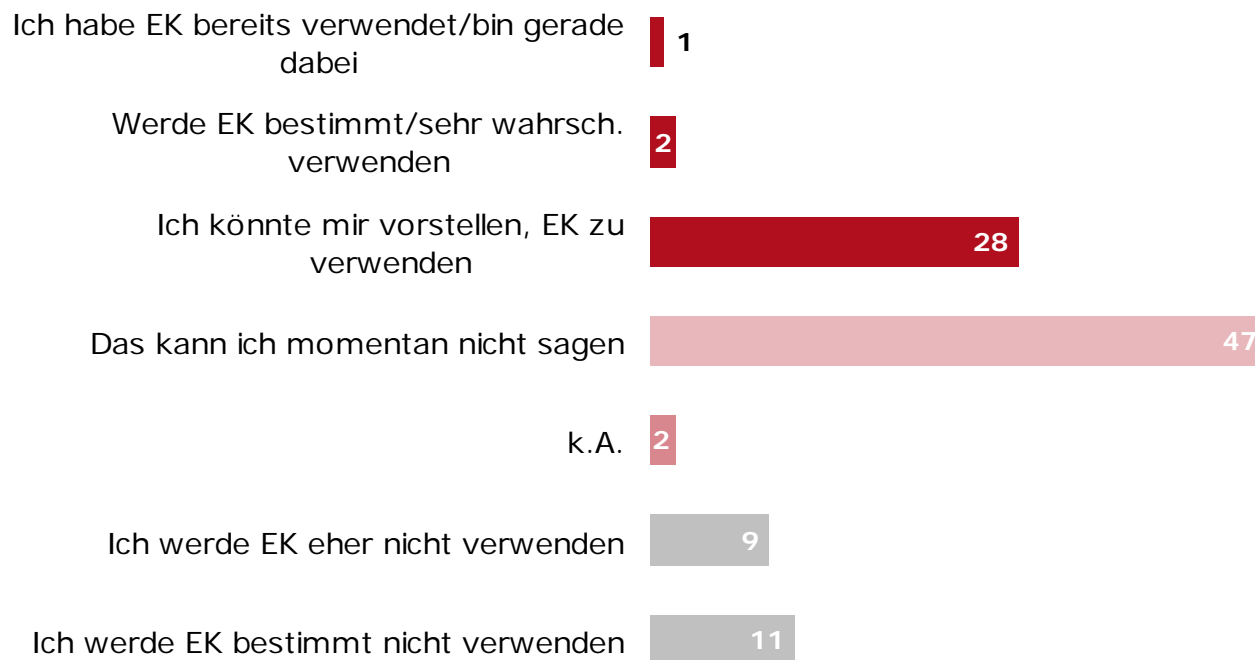


Quellen: n-tv Expertenbefragung, Welle 2/2009 vom 27.02. – 15.03.2009, alle Befragten, n=742 und Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009, alle Befragten, n=605



Jeder Dritte würde KlimaTec einsetzen

Verwendungsabsicht Erfurt KlimaTec („EK“)
Befragte mit Marken- / Werbeawareness, in %



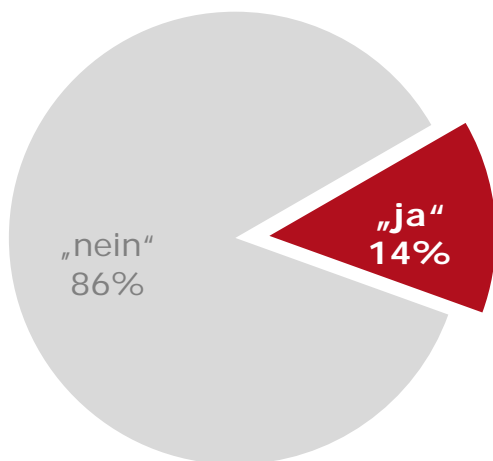
Quelle: n-tv Expertenbefragung, Welle 3/2009 vom 24.04. – 10.05.2009, Befragte mit Markenbekanntheit, Werbe- oder Sponsoring-Erinnerung, n=474



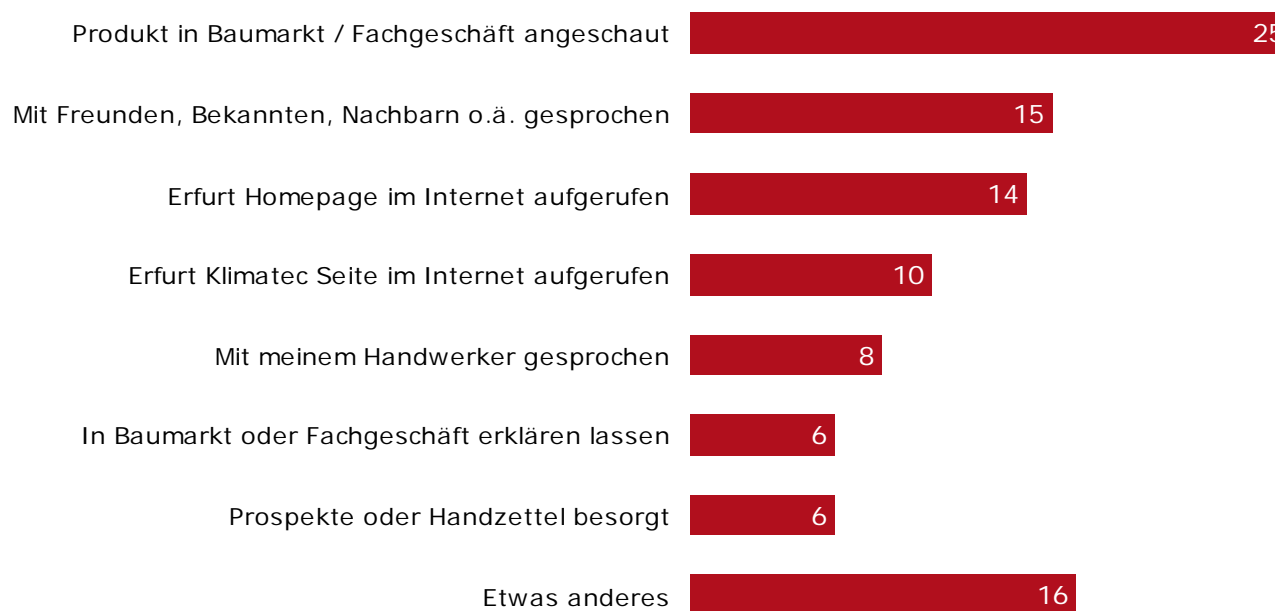
Bereits jeder Achte hat sich weiter informiert

„Weiter über Erfurt KlimaTec informiert?“

Art der Information, Befragte mit Marken-/Werbeawareness*, in %



87 Befragte haben weitere Informationen zu KlimaTec eingeholt (= 100%):



Quelle: n-tv Expertenbefragung – Welle 3/2009 vom 24.04.-10.05.2009,

*Befragte mit Markenbekanntheit, Werbeerinnerung oder Sponsoring-Erinnerung, n=474



Erfurt überzeugt auf ganzer Linie!

- Mehr als ein Drittel der Befragten plant in diesem Jahr Tapezierarbeiten. Das Interesse an Energieeinsparung ist in dieser Gruppe besonders ausgeprägt.
 - Erfurt ist führend bei der Markenbekanntheit und lässt die anderen Wettbewerber weit hinter sich.
 - Bei der Werbeerinnerung setzt sich Erfurt im Wettbewerbsumfeld klar an die Spitze und weist im Kampagnen-Zeitraum die höchste Steigerung auf. Den Sponsoring-Auftritt hat sogar fast jeder Zweite wahrgenommen.
 - Das Erfurt Wetter-Sponsoring erhält Bestnoten, es wird als informativ und aufmerksamkeitsstark bewertet und kommuniziert hervorragend die Stärken von Marke und Produkt.
 - Das Sponsoring überzeugt: Ein knappes Drittel der Befragten will Erfurt KlimaTec einsetzen, jeder Achte hat bereits weitere Informationen eingeholt.
- ➔ Die sachliche Gestaltung des Sponsorings schöpft die Synergien mit dem Nachrichtenumfeld voll aus erzielt eine enorme Kommunikationsleistung.





Noch Fragen?

Ihre Ansprechpartnerin: 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

