

ERWIN MÜLLER

Sponsoring von „Wer stiehlt mir die Show?“

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

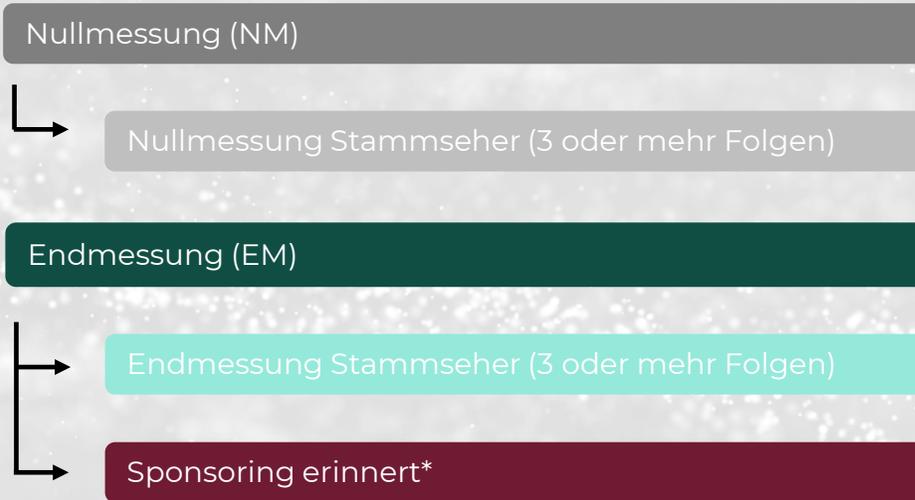
3 Fazit

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	Erw. 18-49 Jahre
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 9. – 15. Dezember 2021; Endmessung: 9. – 12. Februar 2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.051; Endmessung: n=1.3013
Inhalt	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set, Sponsor Erinnerung

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:



AGENDA

1 Steckbrief

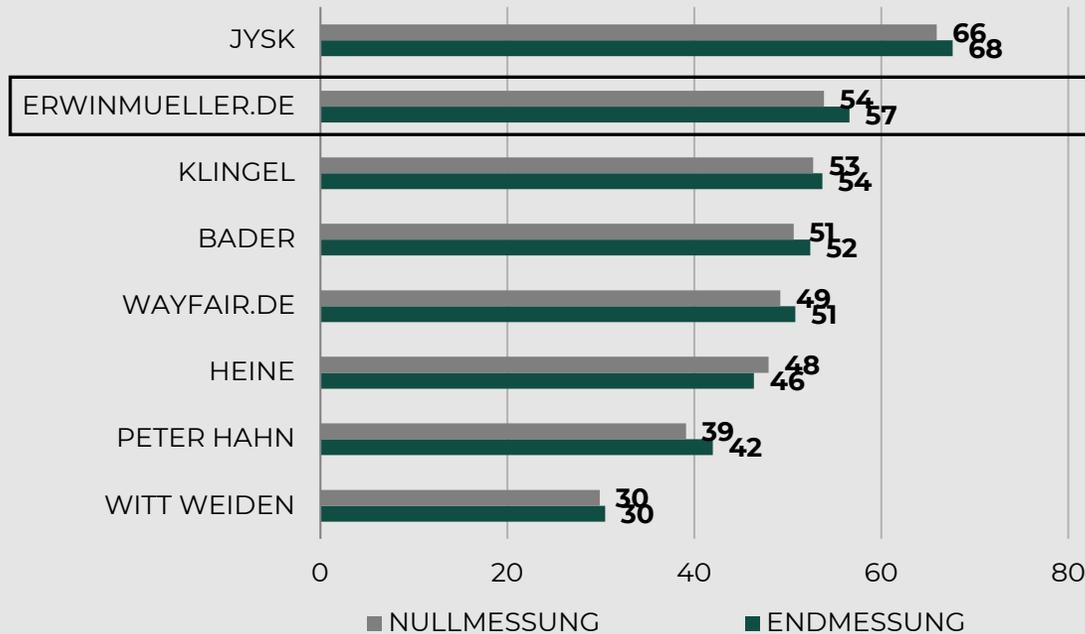
2 Ergebnisse

3 Fazit

DEUTLICHE STEIGERUNG DER MARKENBEKANNTHEIT BEI STAMMSEHERN

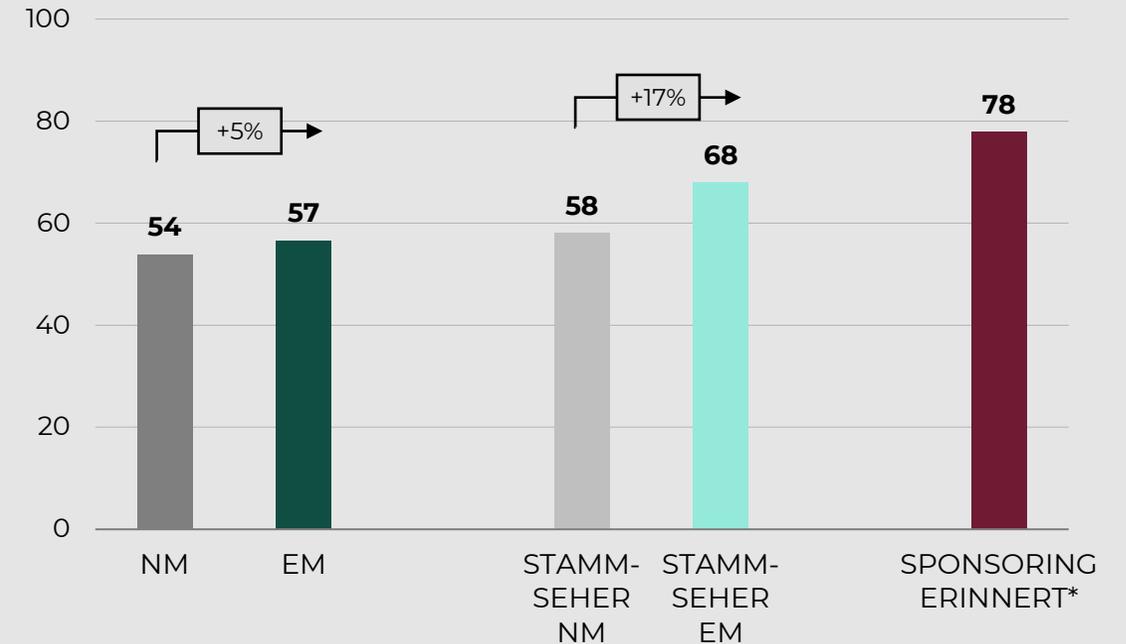
GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT ERWIN MÜLLER

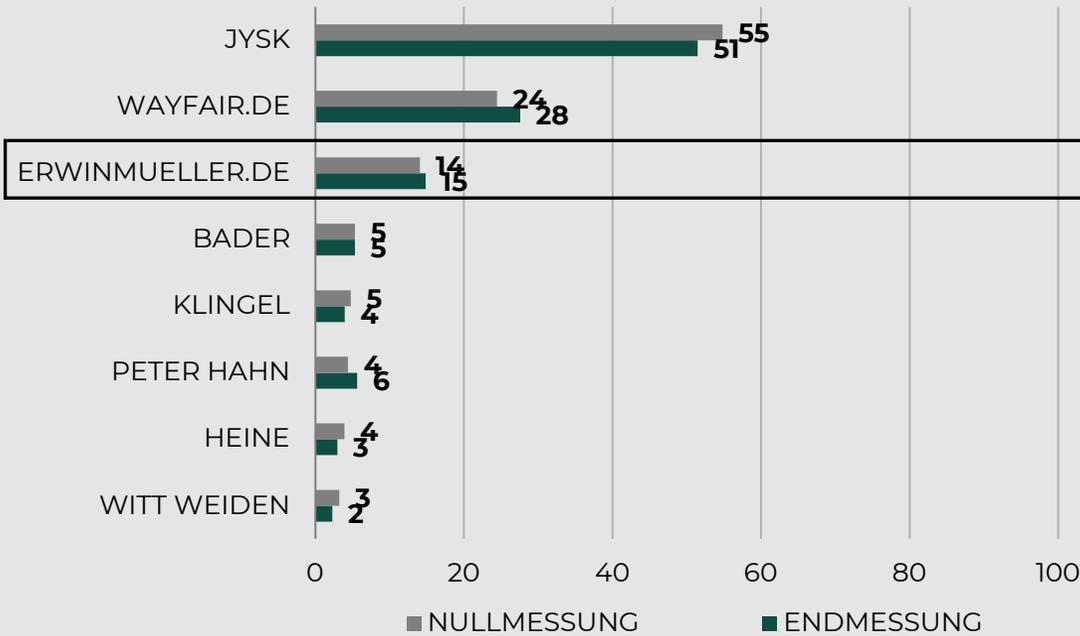
Angaben in %



LEICHTE STEIGERUNG DER WERBEERINNERUNG

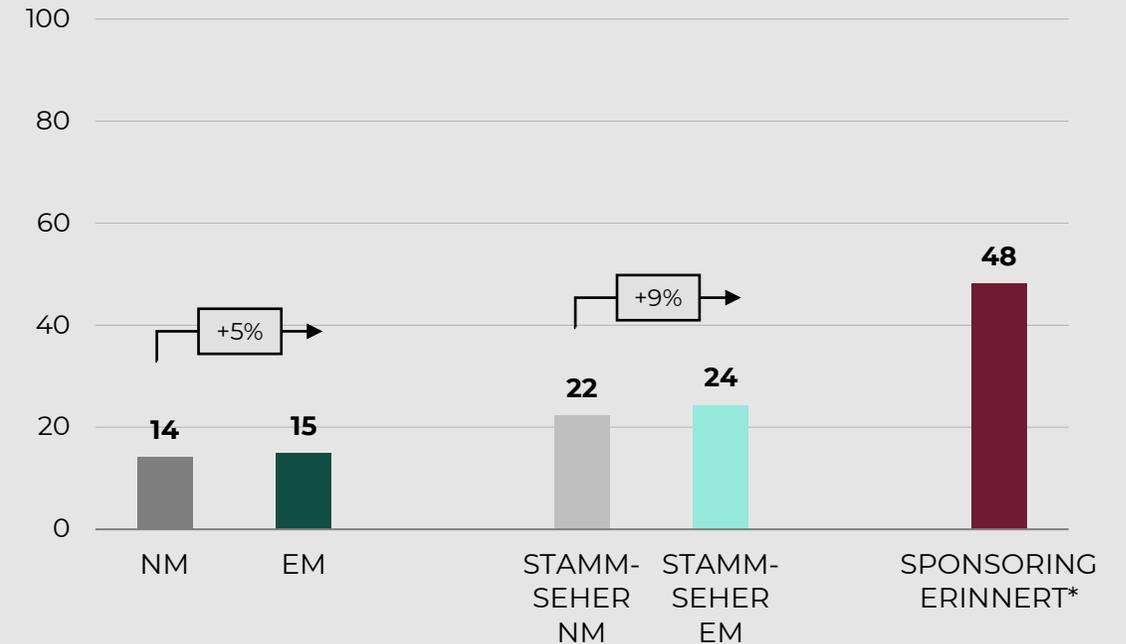
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG ERWIN MÜLLER

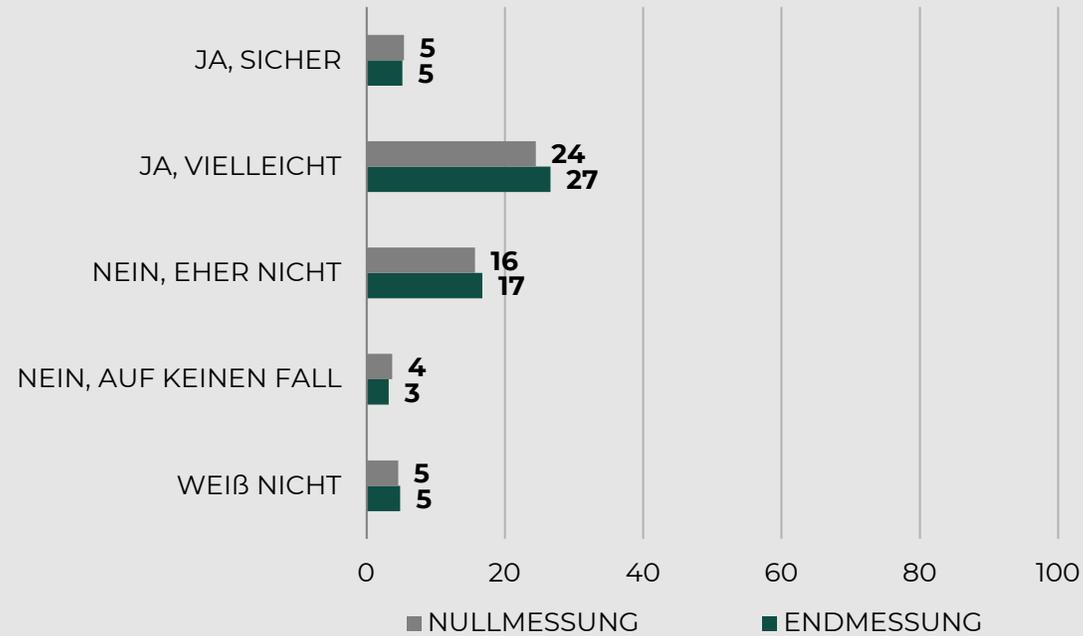
Angaben in %



HÖHERE KAUFBEREITSCHAFT BEI STAMMSEHERN IN DER ENDMESSUNG

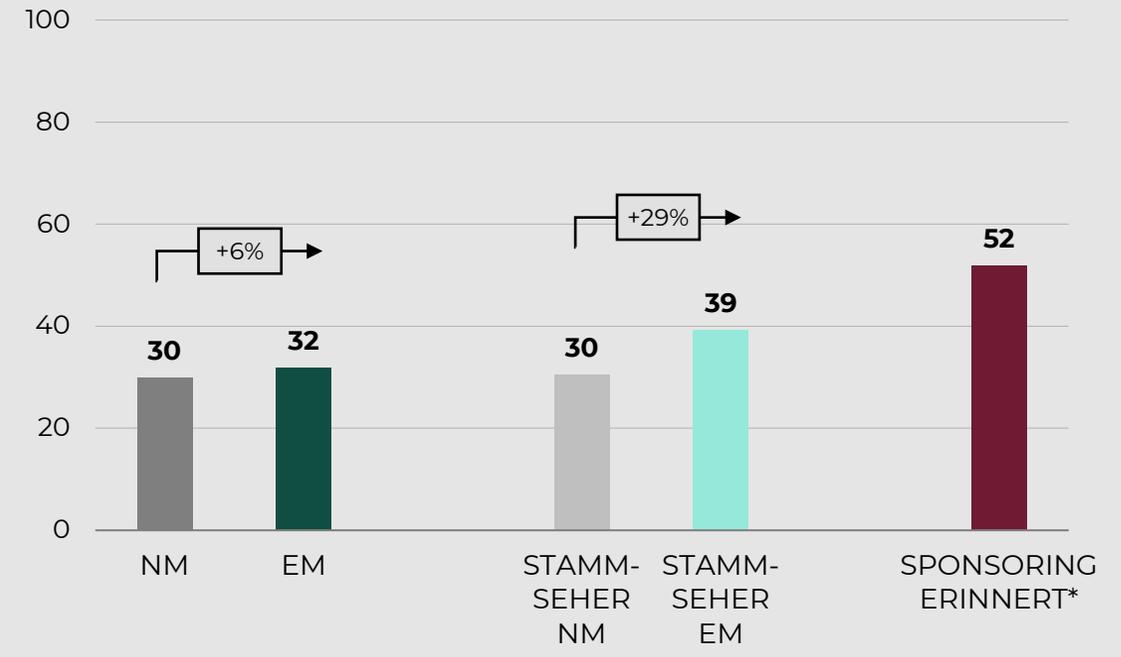
RELEVANT SET

Angaben in %



RELEVANT SET ERWIN MÜLLER

Angaben in % (Top2)



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

FAZIT

Durch das TV-Sponsoring von „Wer stiehlt mir die Show?“ ...

- wird die Markenbekanntheit bei den Stammsehern deutlich gesteigert.
- profitiert die Werbeerinnerung leicht.
- ist die Kaufbereitschaft bei den Stammsehern der aktuellen Staffel deutlich höher.

AdvertisErwin Müller & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 UnterföhrErwin Müller

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

