

# EUCERIN

Begleitforschung Podcast-Werbung bei Zum Scheitern verurteilt

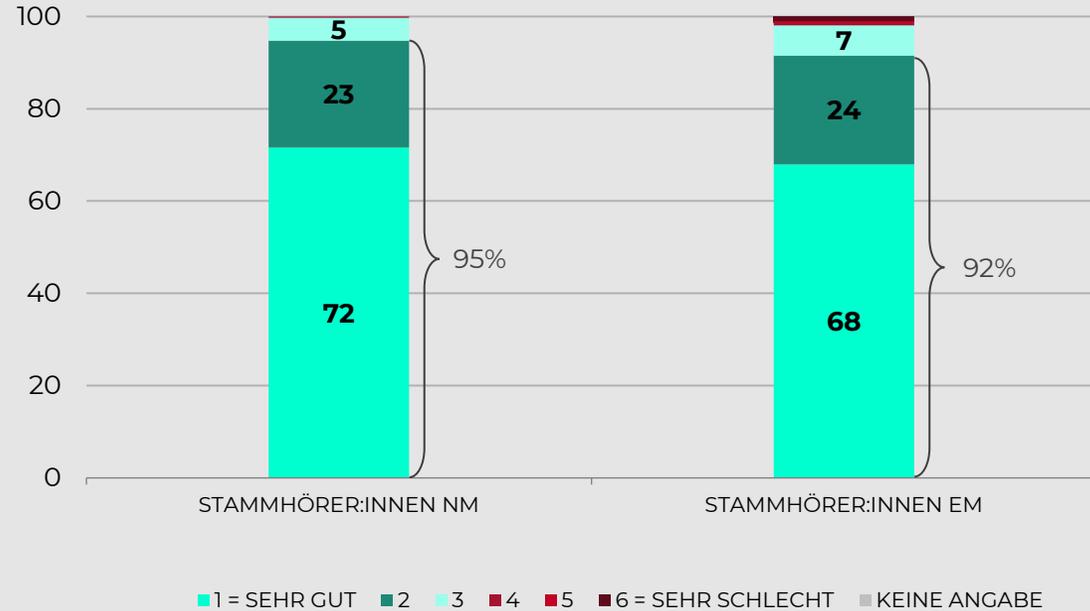
# STECKBRIEF

<b>Auftraggeber</b>	Seven.One Audio
<b>Durchführung</b>	Seven.One Advertising and Media Research
<b>Grundgesamtheit</b>	Erwachsene ab 16 Jahren, die mind. monatlich Podcasts hören, gewichtet nach Alter
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens nach Einladung bei Facebook und Instagram
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 22.-26.09.2023 // Endmessung: 14.-21.11.2023
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: Gesamt: n = 457 // Hörer:innen: n = 279 // Stammhörer:innen: n = 225 Endmessung: Gesamt: n = 499 // Hörer:innen: n = 269 // Stammhörer:innen: n = 179
<b>Wirkungsmaße</b>	Bewertung Podcast, ungestützte Sponsor Erinnerung, gestützte Werbeerinnerung, Passung zum Podcast, Kaufbereitschaft, Image Eucerin

# INSGESAMT SEHR POSITIVE BEWERTUNG DES PODCAST

## BEWERTUNG ZSV

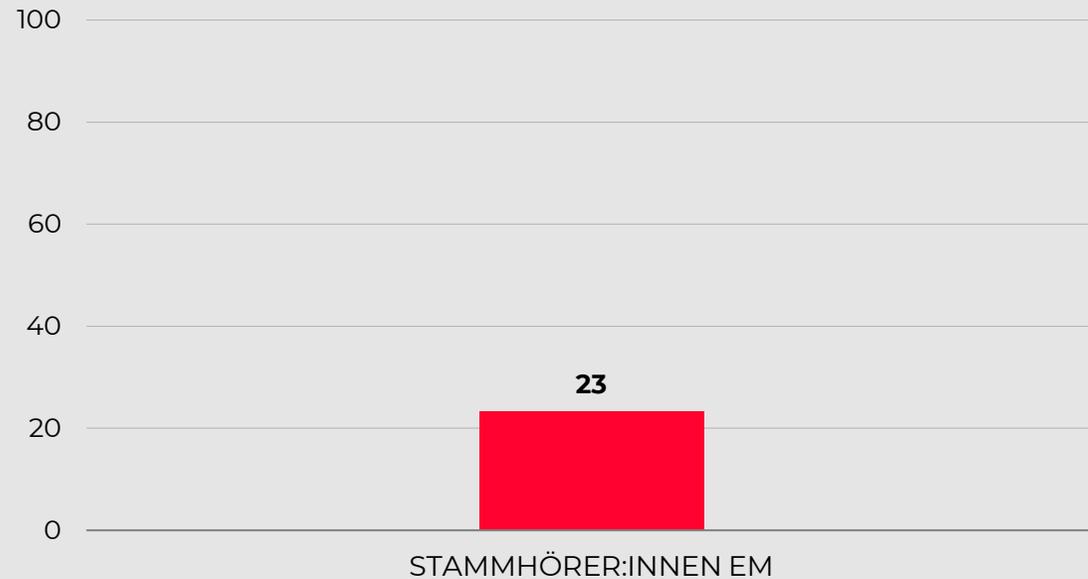
Angaben in Prozent



# KNAPP DIE HÄLFTE DER STAMMHÖRER:INNEN ERINNERT SICH AN WERBUNG

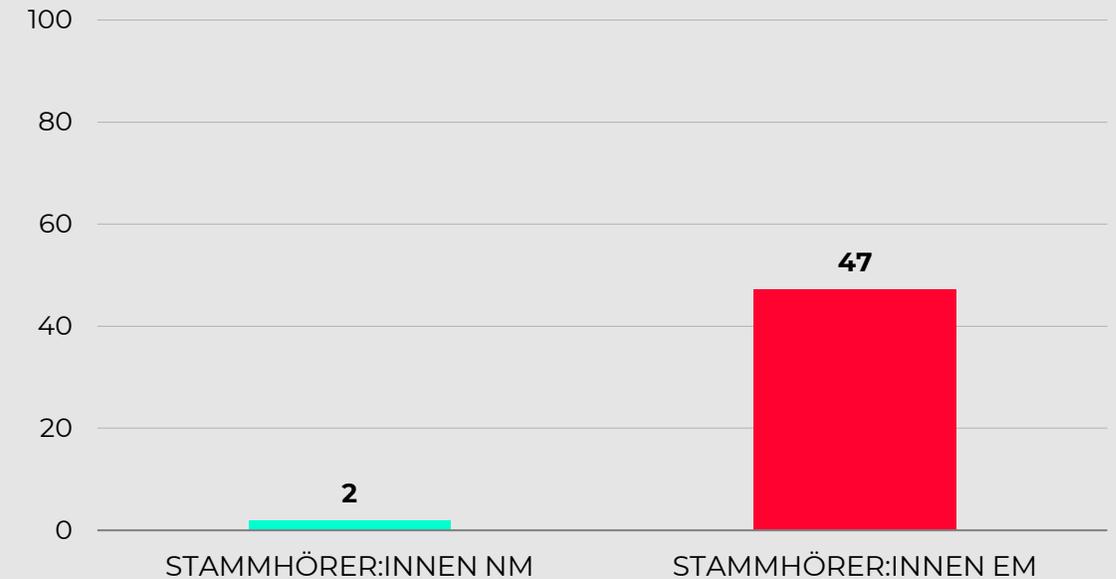
## UNGESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG – EUCERIN

Angaben in Prozent



## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG – EUCERIN

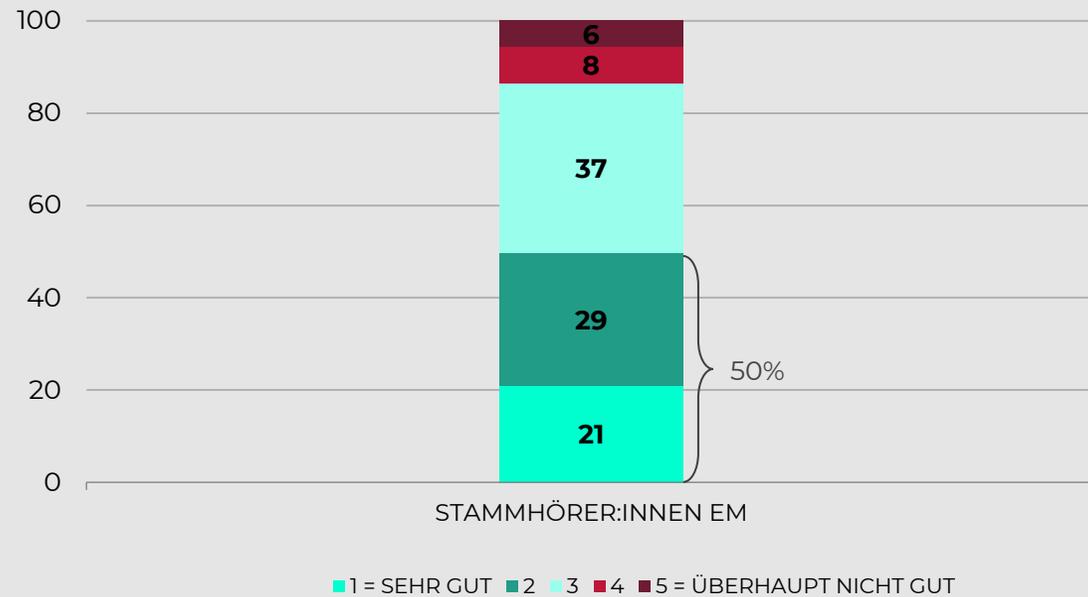
Angaben in Prozent



# 50 PROZENT FINDEN EUCERIN PASSEND ZUM PODCAST

## PASSUNG EUCERIN ZUM PODCAST

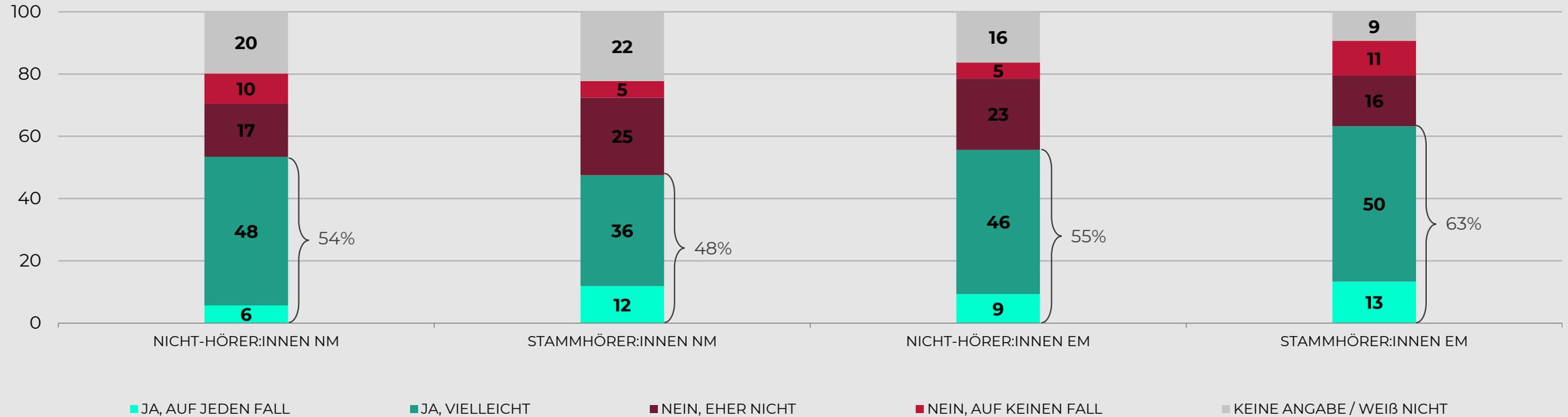
Angaben in Prozent, ohne KA-Option



# INTEGRATIONEN STEIGERN DIE KAUFBEREITSCHAFT

## KAUFBEREITSCHAFT

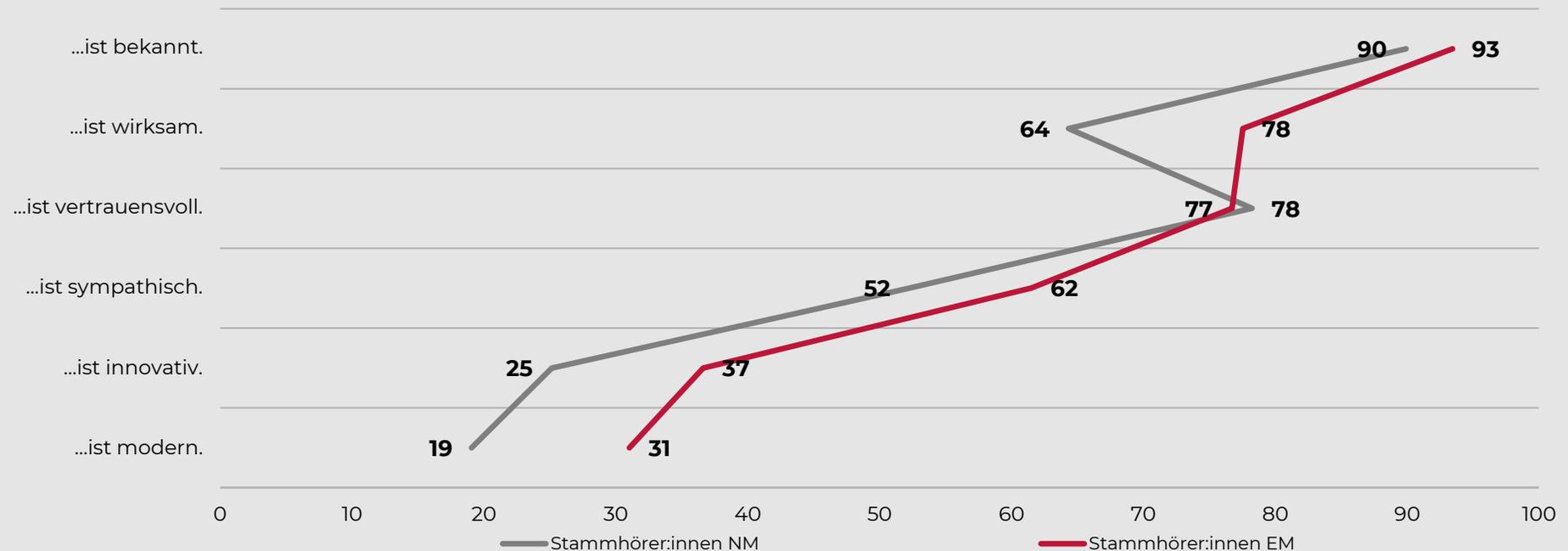
Angaben in Prozent



# WIRKSAMKEIT, MODERNITÄT UND VERBUNDENE INNOVATION DER MARKE STEIGEN

## IMAGE EUCERIN

Angaben in Prozent (Top2), ohne KA-Option



# KEY FACTS

- Über 90 Prozent der Stammhörer:innen, finden Zum Scheitern verurteilt gut oder sehr gut.
  - Ungestützt nennen 23 Prozent der Stammhörer:innen Eucerin als Werbepartner des Podcast.
  - Gestützt erinnern sich 47 Prozent an Werbung von Eucerin bei Zum Scheitern verurteilt.
  - Die Stammhörer:innen finden überwiegend, dass Eucerin zum Podcast passt.
- 
- Die Werbung im Podcast erhöht die Wahrscheinlichkeit das Produkt Eucerin Urea Repair Plus 10% Urea zu kaufen. In der Nullmessung kam das Produkt für 48 Prozent der Stammhörer:innen in Frage, in der Endmessung sind es 63 Prozent (Top 2).
  - Auch das Image profitiert von der Partnerschaft. Insbesondere die Aussagen "ist wirksam", "ist innovativ" und "ist modern" werden im Vergleich zu Nullmessung von den Stammhörer:innen deutlich positiver bewertet.

## Fazit

Die Integrationen bei Zum Scheitern verurteilt (und vermutlich auch in den anderen Podcasts) werden gut erinnert und zeigen eine positive Wirkung auf die Kaufbereitschaft und das Image.

Advertising and Media Research

# JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

[jennifer.osterhold@seven.one](mailto:jennifer.osterhold@seven.one)

