



ERWIN MÜLLER

Sponsoring „The Voice Kids“

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

STECKBRIEF 2021

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	HHF 30-59 Jahre
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	26. – 30.04.2021
Stichprobe	n=1.159
Inhalt	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set, Sponsor Erinnerung

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

keine Folge gesehen (Nicht-Seher)

1-4 Folgen gesehen (seltene Seher)

5 oder mehr Folgen gesehen (häufige Seher)

Teilzielgruppe der Seher:
Sponsoring erinnert*

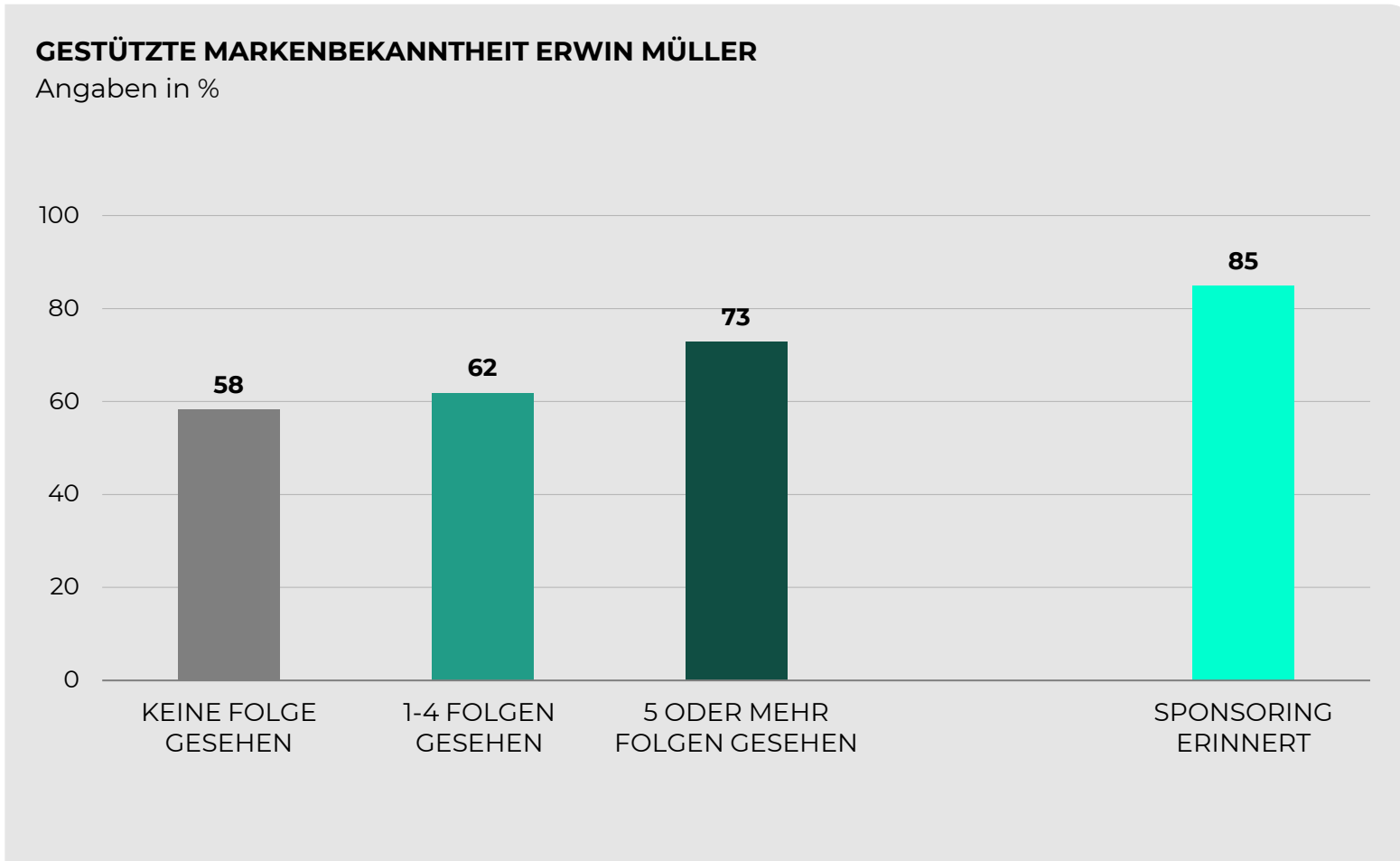
AGENDA

1 Steckbrief

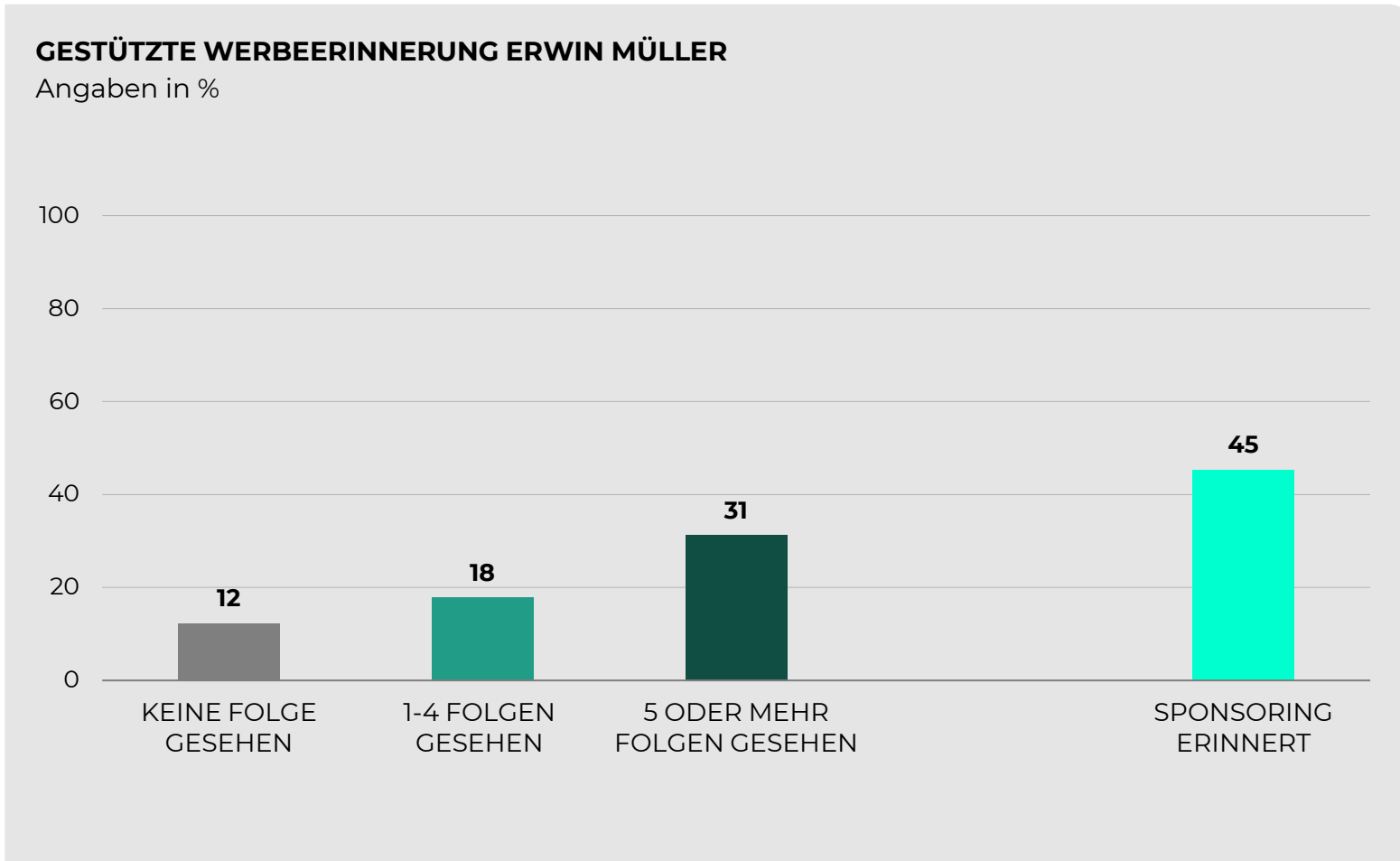
2 Ergebnisse

3 Fazit

SPONSORING STEIGERT DIE GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT



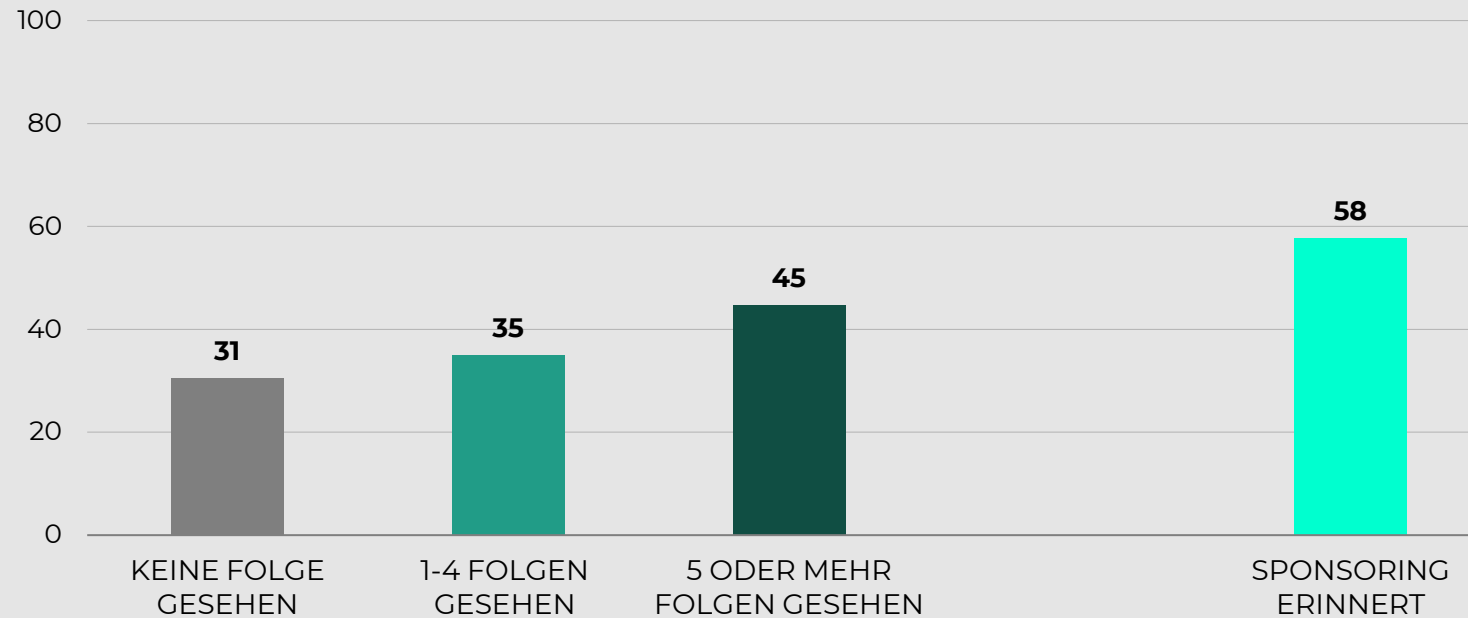
JE MEHR FOLGEN GESCHAUT WURDEN, DESTO HÖHER DIE GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG



SPONSORING MOTIVIERT, SICH NÄHER MIT DEM ANGEBOT VON ERWIN MÜLLER ZU BEFASSEN

BISHERIGER BESUCH / KAUF ERWIN MÜLLER

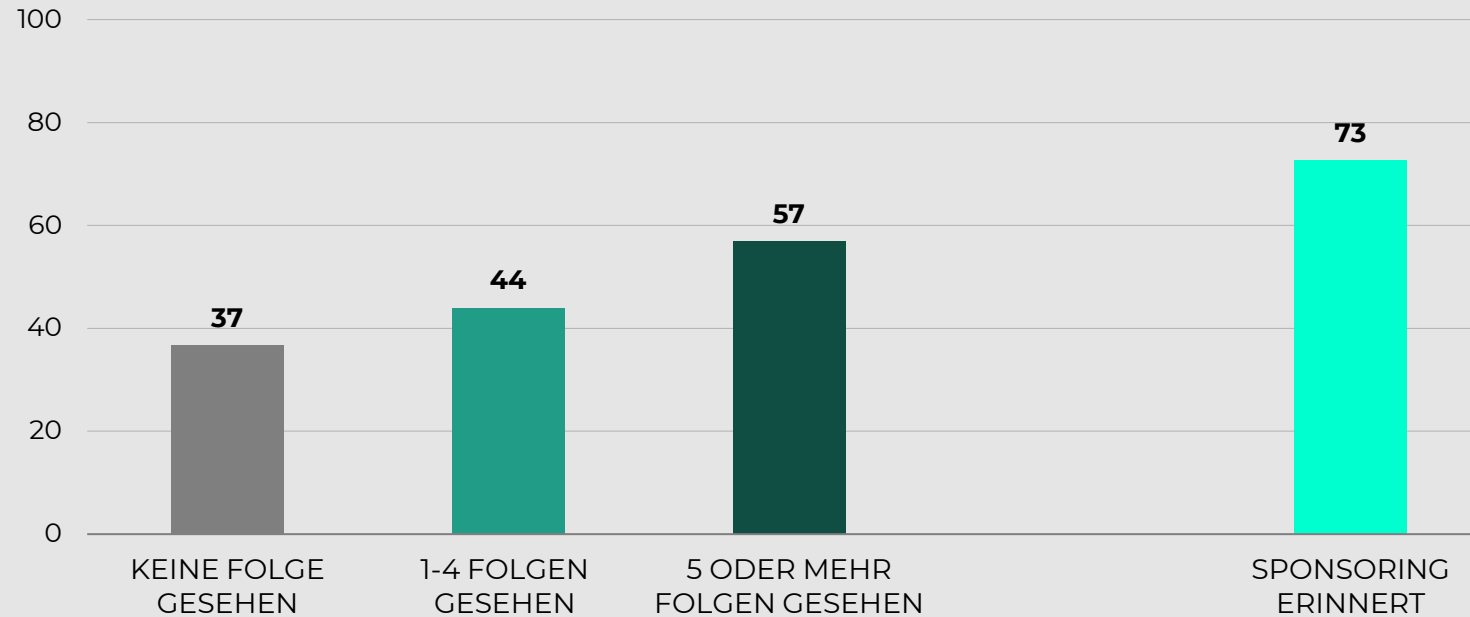
Angaben in %



KAUFBEREITSCHAFT PROFITIERT VOM SPONSORING

KAUFBEREITSCHAFT ERWIN MÜLLER

Angaben in %



STECKBRIEF 2022

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	09.-12. Mai 2022
Stichprobe	Endmessung 2022: n=1.611
Inhalt	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set, Sponsor Erinnerung

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

keine Folge gesehen (Nicht-Seher)

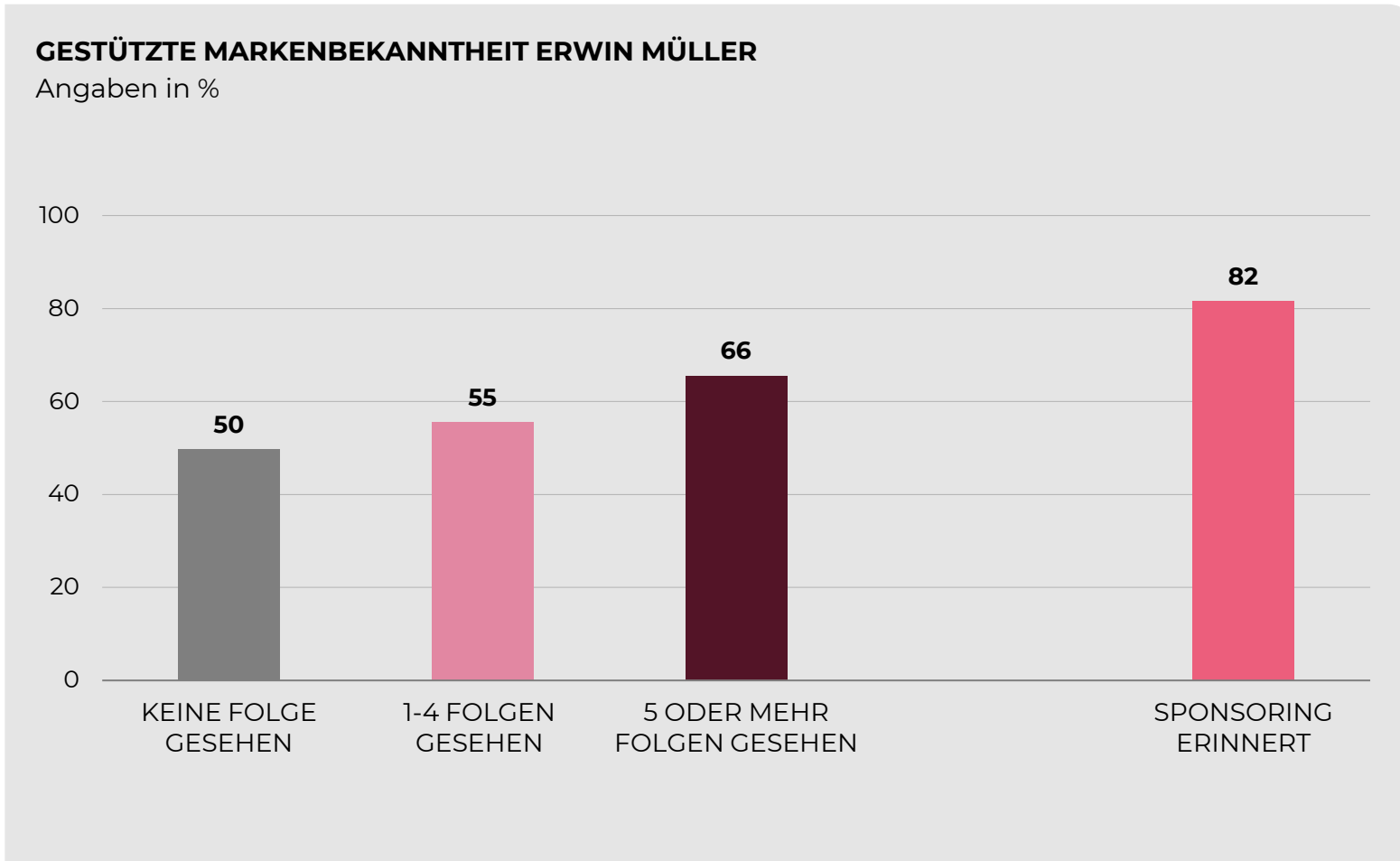
1-4 Folgen gesehen (seltene Seher)

5 oder mehr Folgen gesehen (häufige Seher)

Teilzielgruppe der Seher:
Sponsoring erinnert*



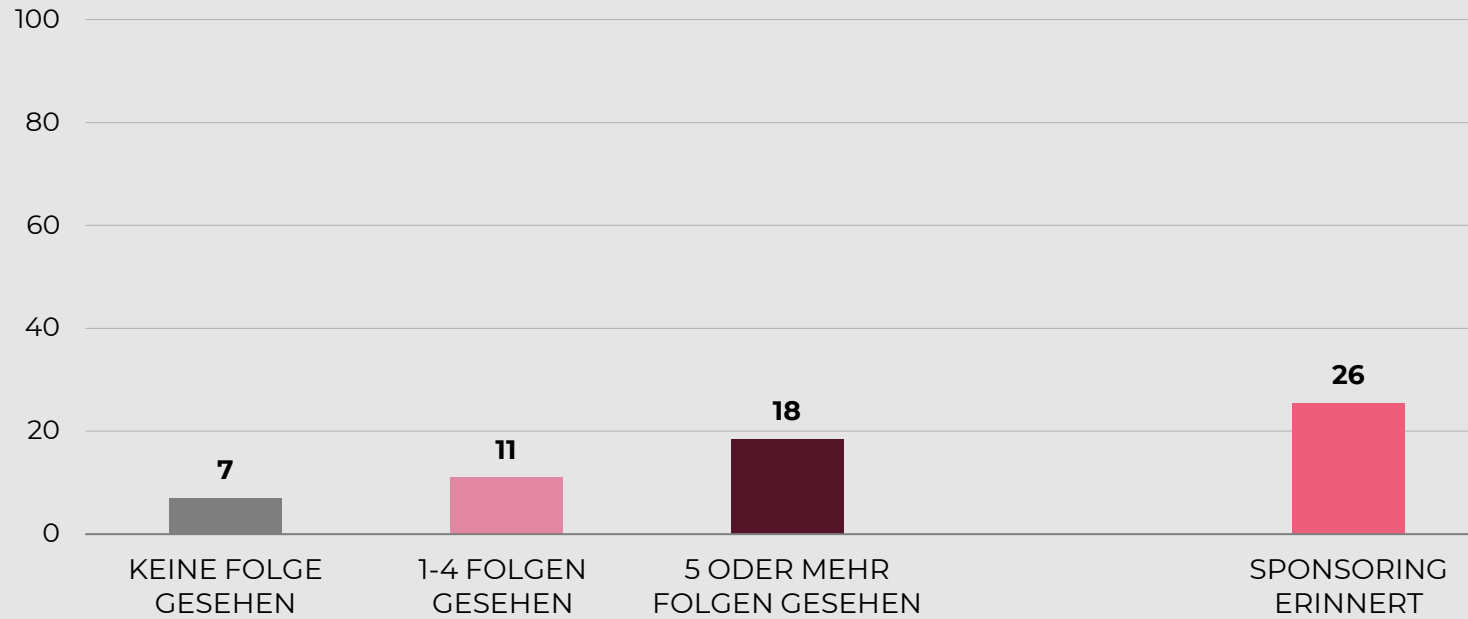
STEIGERUNG DER GESTÜTZTEN MARKENBEKANNTHEIT DURCH SPONSORING



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG DURCH SPONSORING POSITIV BEEINFLUSST

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG ERWIN MÜLLER

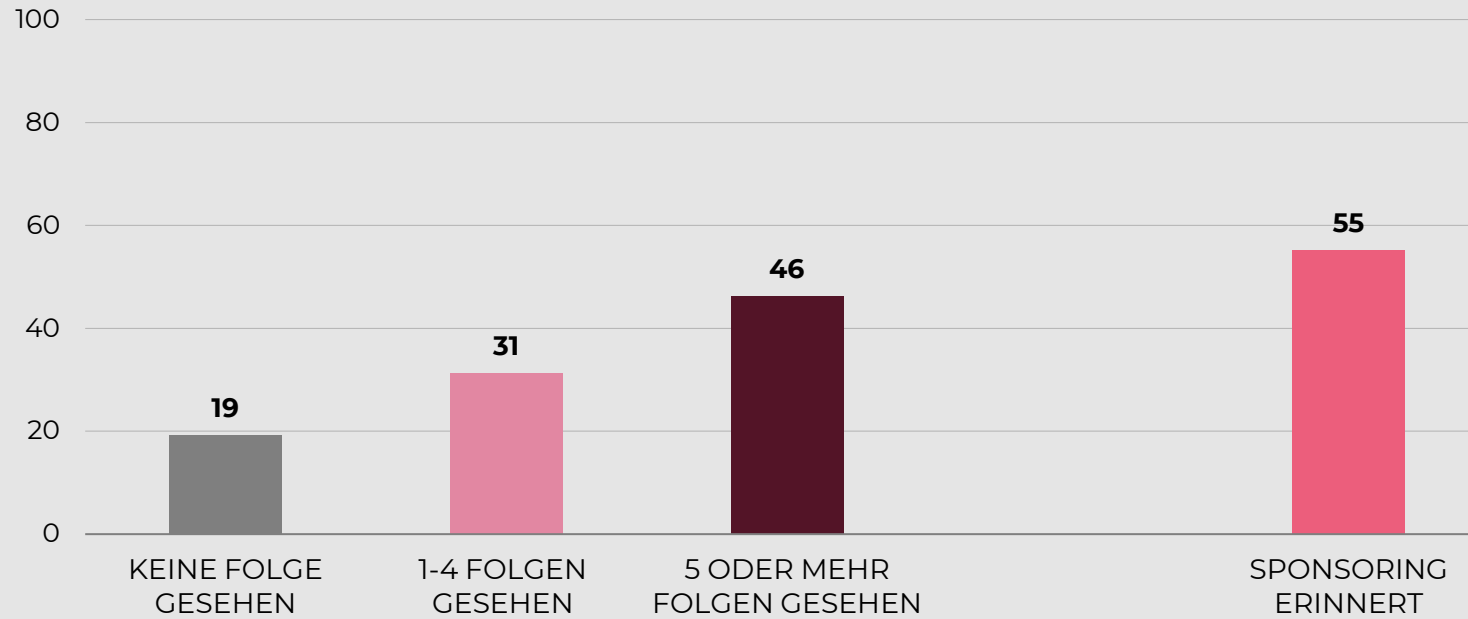
Angaben in %



HÄUFIGE SEHER:INNEN SIND INTERESSIERTER AM ANGEBOT

BISHERIGER BESUCH / KAUF ERWIN MÜLLER

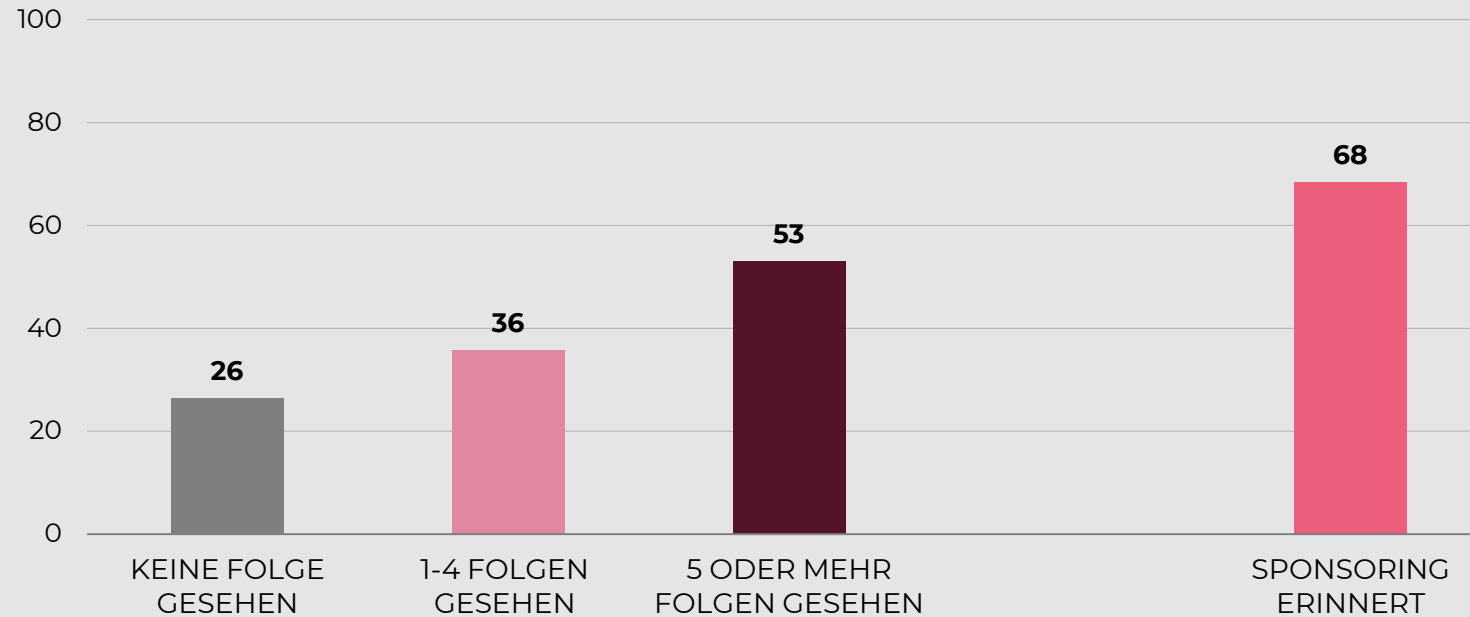
Angaben in %



SPONSORING KURBELT KAUFBEREITSCHAFT AN

KAUFBEREITSCHAFT ERWIN MÜLLER

Angaben in %



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

Unabhängig von der befragten Zielgruppe bewirkt das TV-Sponsoring von „The Voice Kids“ in beiden Staffeln...

- eine Steigerung der Markenbekanntheit und Werbeerinnerung.
- Eine Zunahme der Besuche und / oder Käufe auf der Website von Erwin Müller.
- eine höhere Kaufbereitschaft.

AdvertisErwin Müller & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 UnterföhrErwin Müller

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

