



# RAN BUNDESLIGA SPONSORING

Krombacher

# STUDIE



# STECKBRIEF

<b>Auftraggeber</b>	Seven.One Entertainment Group – Sat.1
<b>Durchführung</b>	Payback
<b>Grundgesamtheit</b>	Männer 18-49 Jahre, die sich für Fußballberichterstattung im TV interessieren
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens (CAWI)
<b>Zeitraum</b>	18.-24. August 2021
<b>Stichprobe</b>	n = 528 // Aufteilung anhand gesehener Spiele im TV: n = 128 kein Spiel gesehen; n = 159 1 Spiel gesehen; n = 241 2-3 Spiele gesehen
<b>Wirkungsmaße</b>	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Image, Sponsor Erinnerung, Sponsorfit

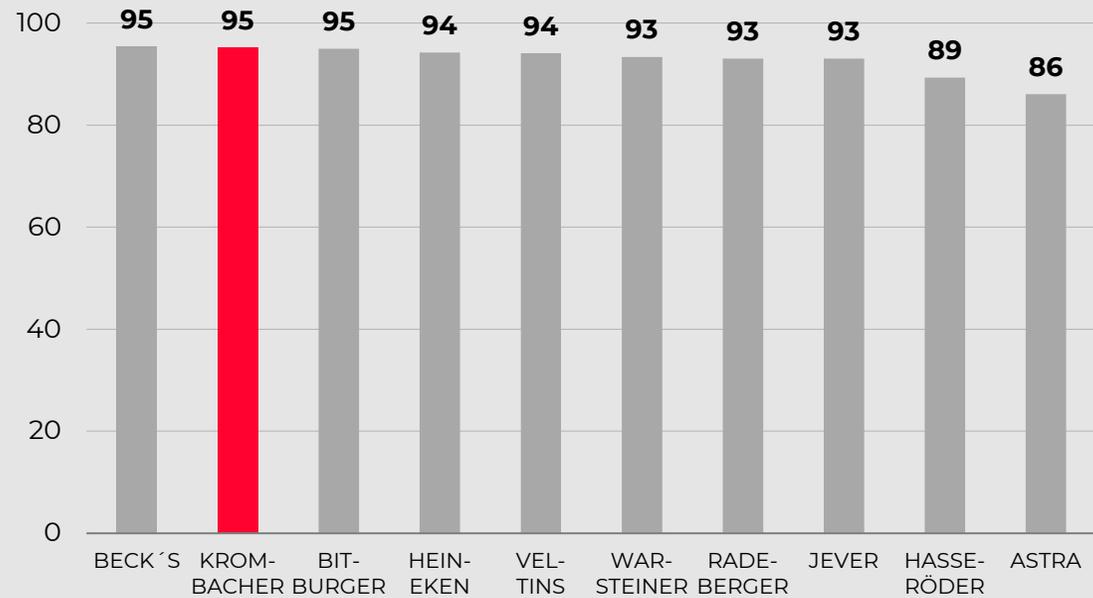
# ERGEBNISSE



# TROTZ HOHEM NIVEAU NIMMT DIE BEKANNTHEIT ZU

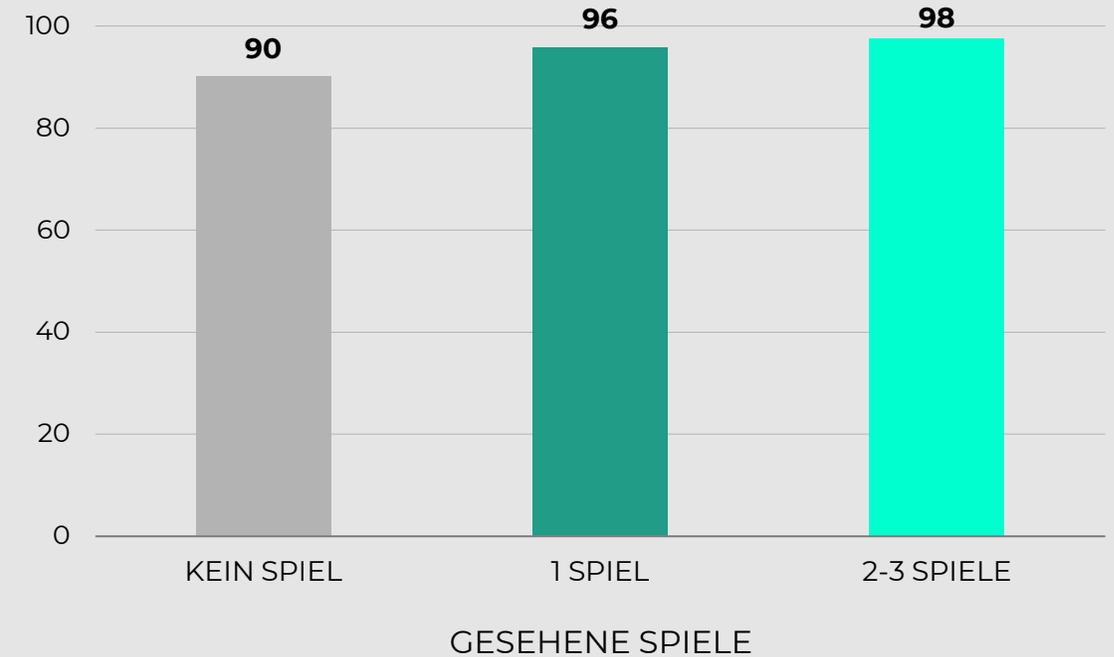
## BEKANNTHEIT BIERMARKEN

in %



## BEKANNTHEIT KROMBACHER

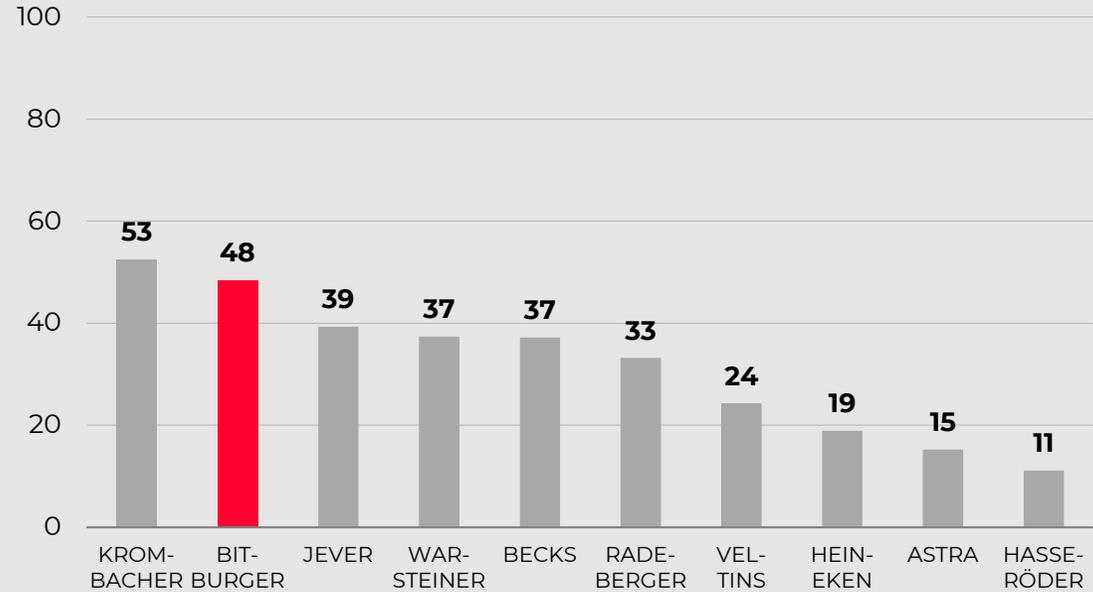
in %



# AUCH DIE WERBEERINNERUNG WIRD NOCH GESTEIGERT

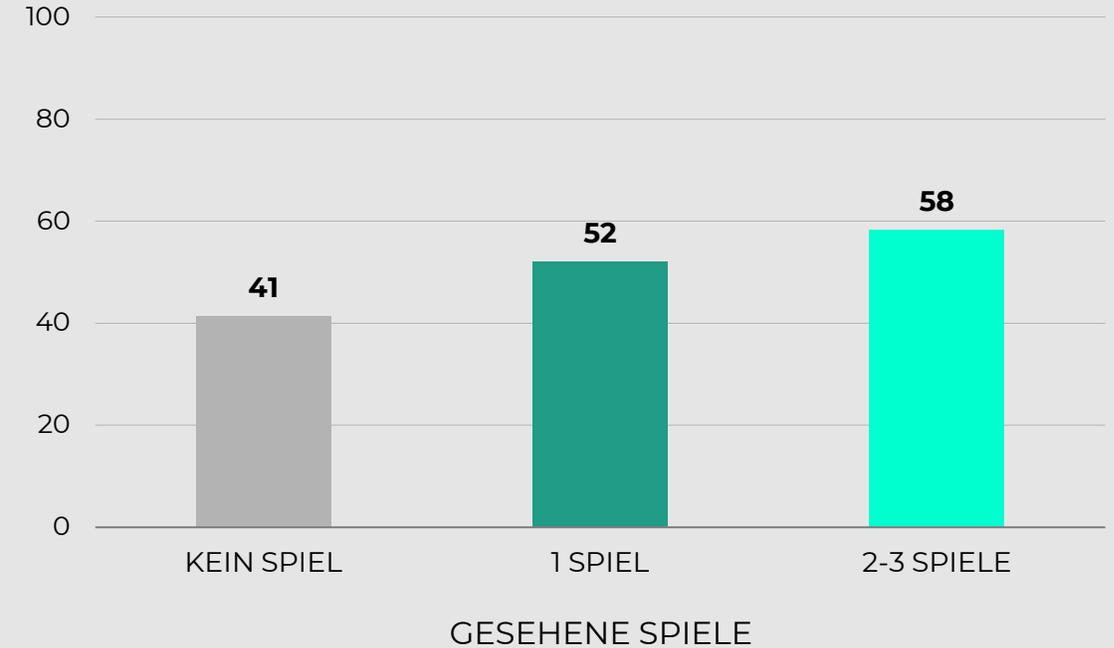
## WERBEERINNERUNG BIERMARKEN

in %



## WERBEERINNERUNG KROMBACHER

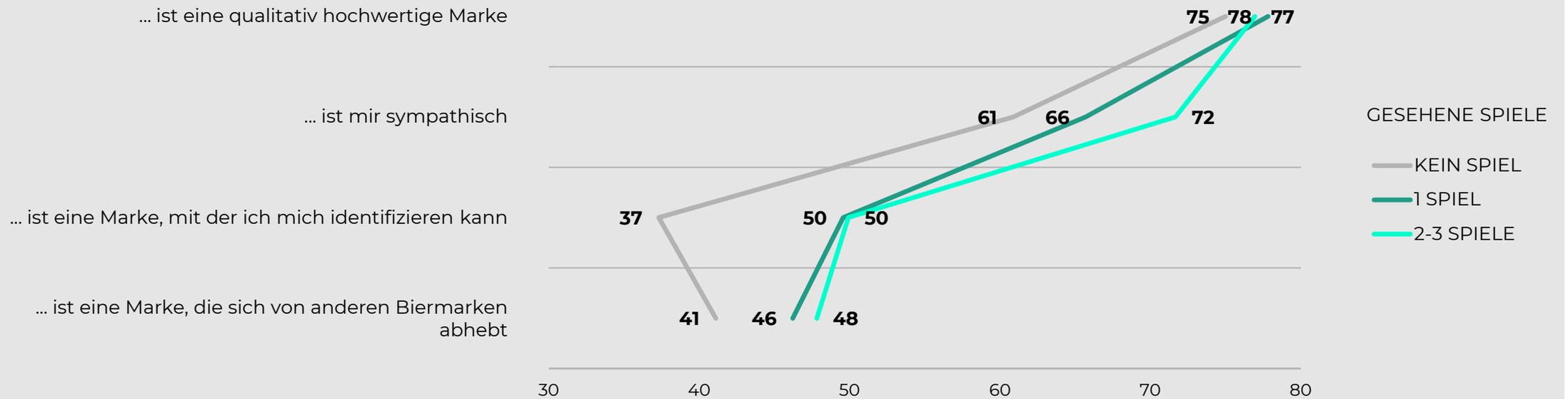
in %



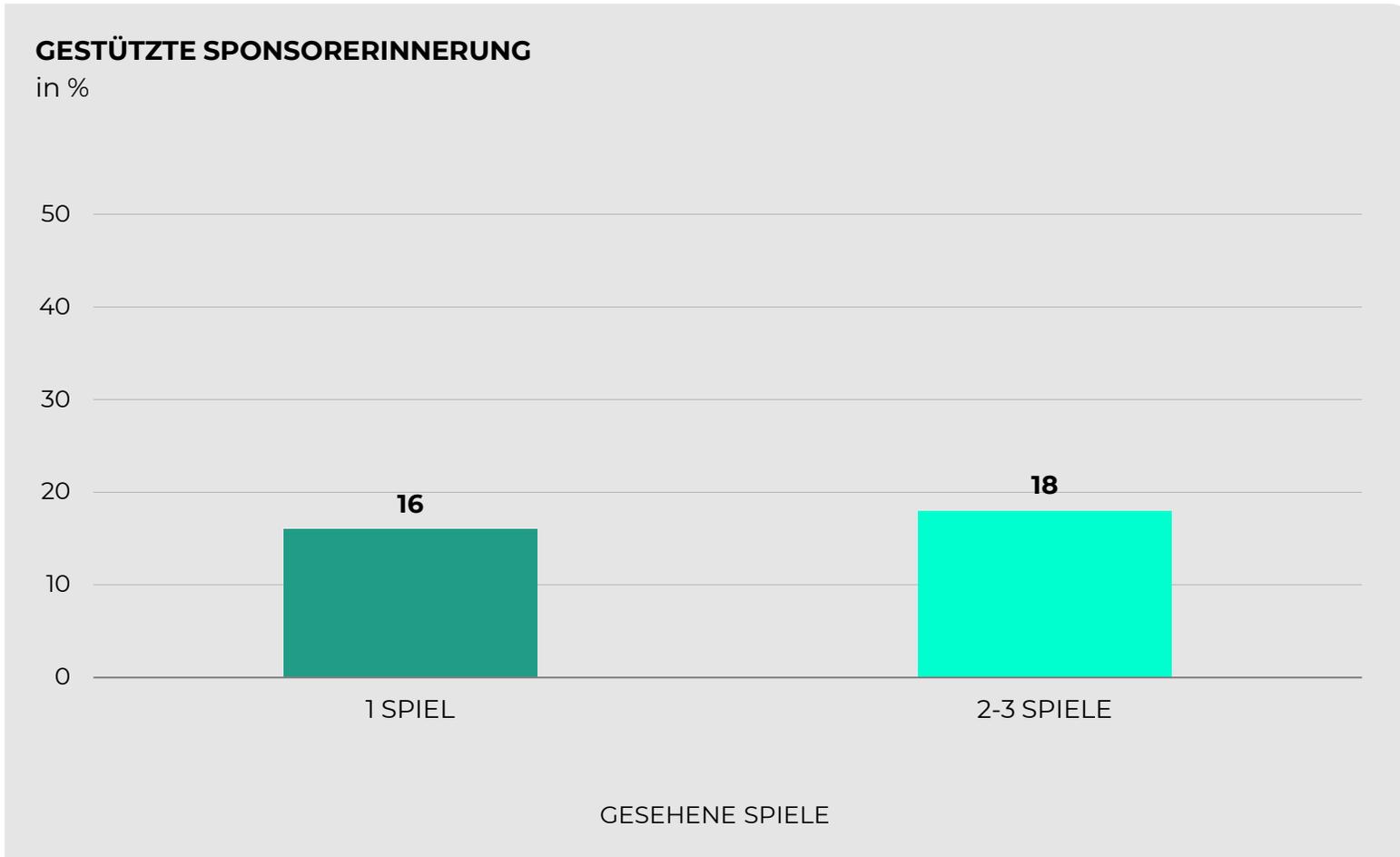
# DAS IMAGE VON KROMBACHER PROFITIERT VON DER EINBINDUNG

## IMAGE KROMBACHER

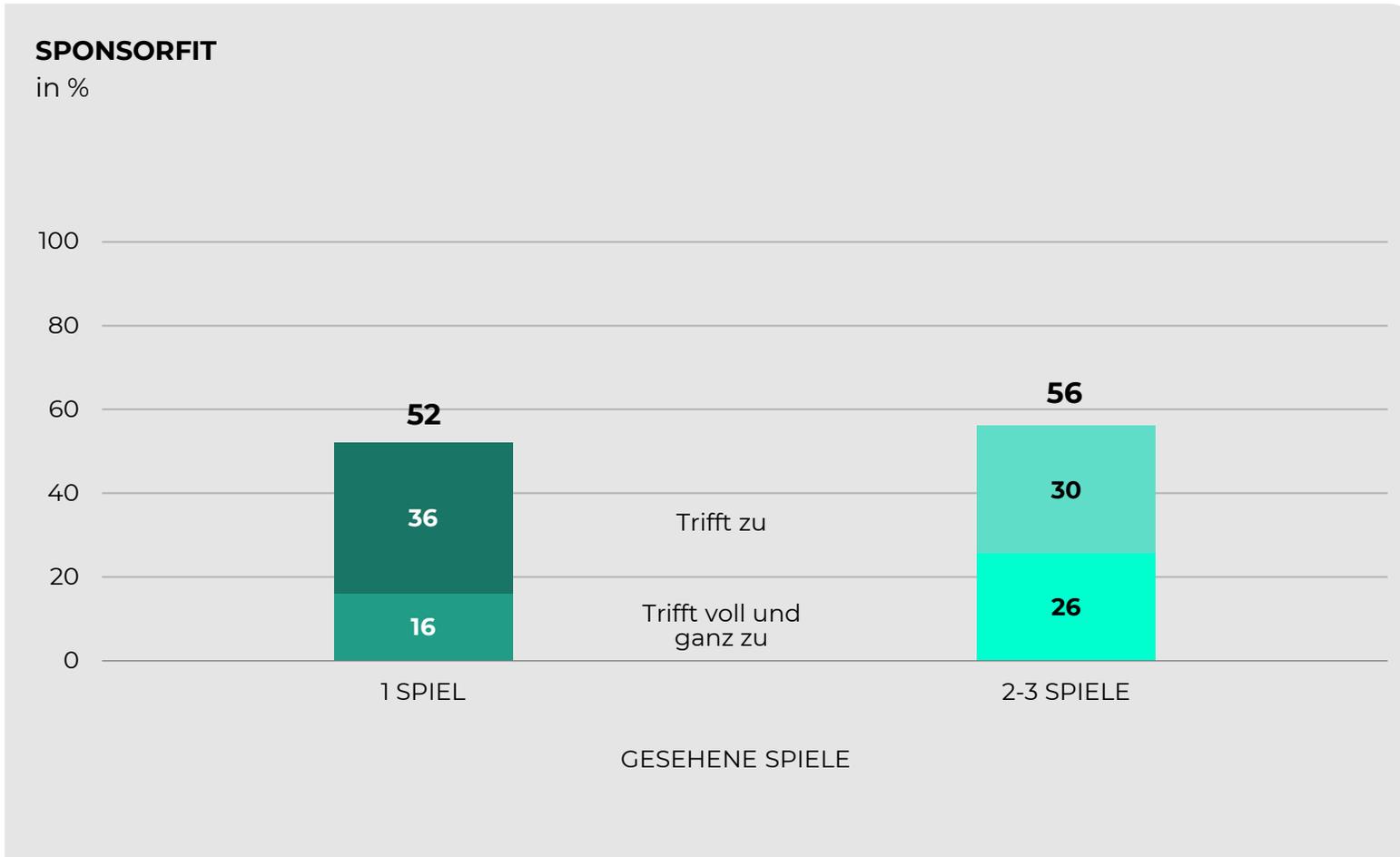
in Prozent (Top2)



# GUTE ERINNERUNG AN DIE SPONSORING PARTNER



# KNAPP DIE HÄLFTE FINDET, DASS SPONSORPARTNER GUT PASST



# Key Facts



## KEY FACTS

- Auf sehr hohem Ausgangsniveau zeigt die Integration Wirkung und steigert Bekanntheit und Werbeerinnerung.
- Etwa jeder Fünfte erinnert sich gestützt korrekt an das Sponsoring von Krombacher.
- Mehr als die Hälfte ist der Meinung, dass der Partner (sehr) gut zu der Sendung passt.

Advertising & Media Research

**MARTIN MARTIN**  
**SENIOR RESEARCH MANAGER**

Medienallee 7

85774 Unterföhring

Tel.: +49 89 9507 4256

eMail: [Martin.Martin@seven.one](mailto:Martin.Martin@seven.one)

