

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

München, Mai 2014

# BRITA

Onsite-Befragung



SIXX

MyVideo

GOLD

ZMAXX

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Fazit**

# Steckbrief

---

<b>Durchführung</b>	SevenOne Media / Advertising Research
<b>Erhebungsform</b>	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Grundgesamtheit</b>	Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.
<b>Auswahlverfahren</b>	Zufallsstichprobe über AdServer
<b>Stichprobe</b>	n=1.818
<b>Befragungszeiträume</b>	TV only 13. bis 23. März 2014 TV und Online parallel 24. bis 30. März 2014 Online only 31. März bis 4. Mai 2014
<b>Inhalte</b>	Werbeerinnerung, erinnerte Werbemedien, Kaufbereitschaft

# Agenda

---

**Steckbrief**

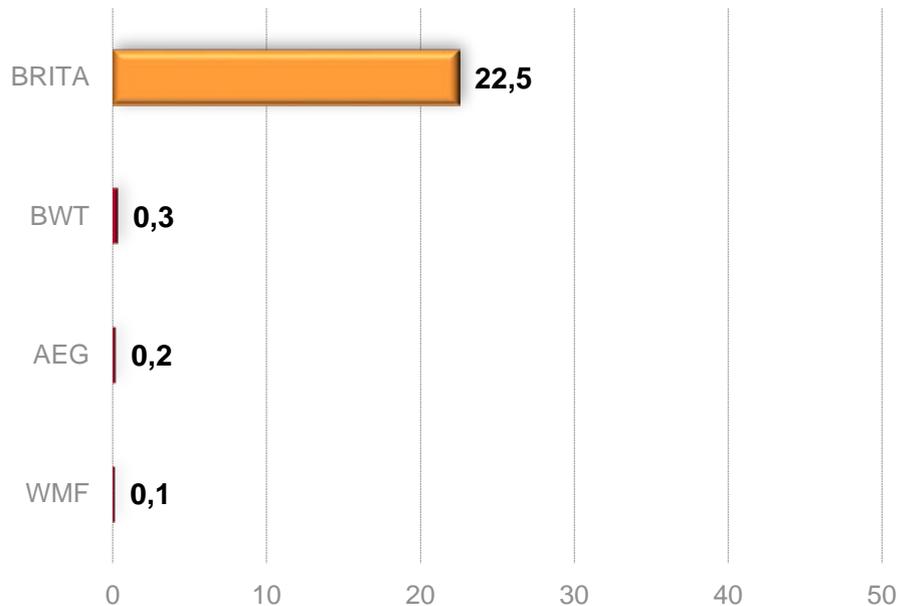
**Werbeerinnerung**

**Kaufbereitschaft**

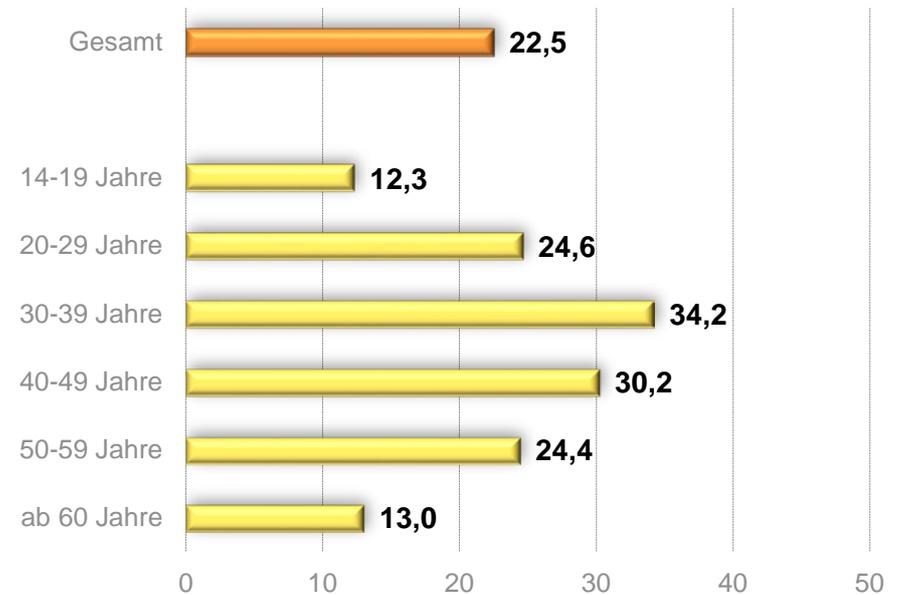
**Fazit**

# Ein Viertel erinnert sich spontan an Werbung für BRITA

## Ungestützte Werbeerinnerung Angaben in Prozent



## Ungestützte Werbeerinnerung BRITA Angaben in Prozent

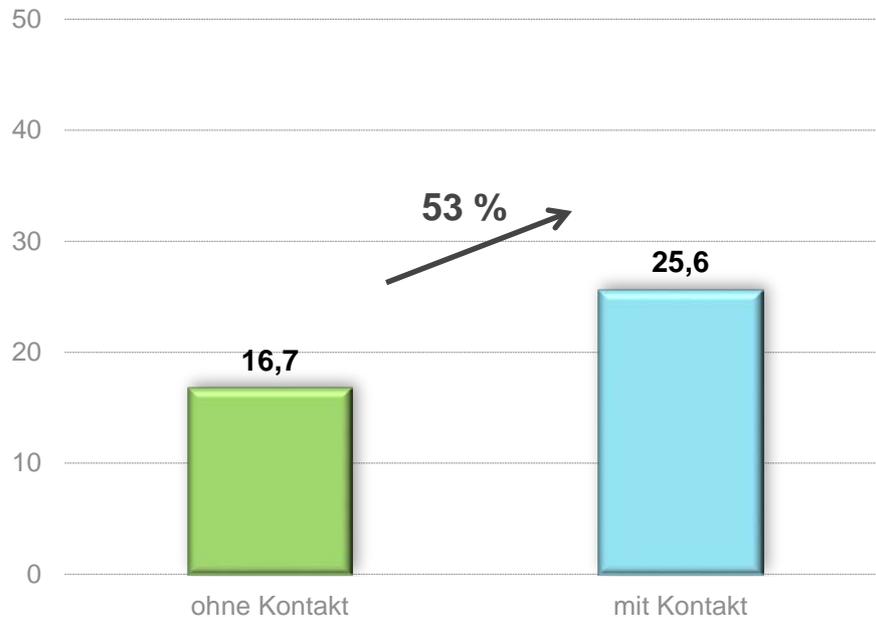


Frage: Versuchen Sie bitte, sich an Werbung zu erinnern, die Sie kürzlich für Wasserfilter gesehen haben. Mit Werbung ist nicht nur die Werbung im Fernsehen gemeint, sondern auch auf Plakaten, in Zeitschriften, Internetwerbung usw.. Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.

Quelle: SevenOne Media

# Die spontane Werbeerinnerung steigt mit Online-Kontakt

## Ungestützte Werbeerinnerung BRITA Angaben in Prozent

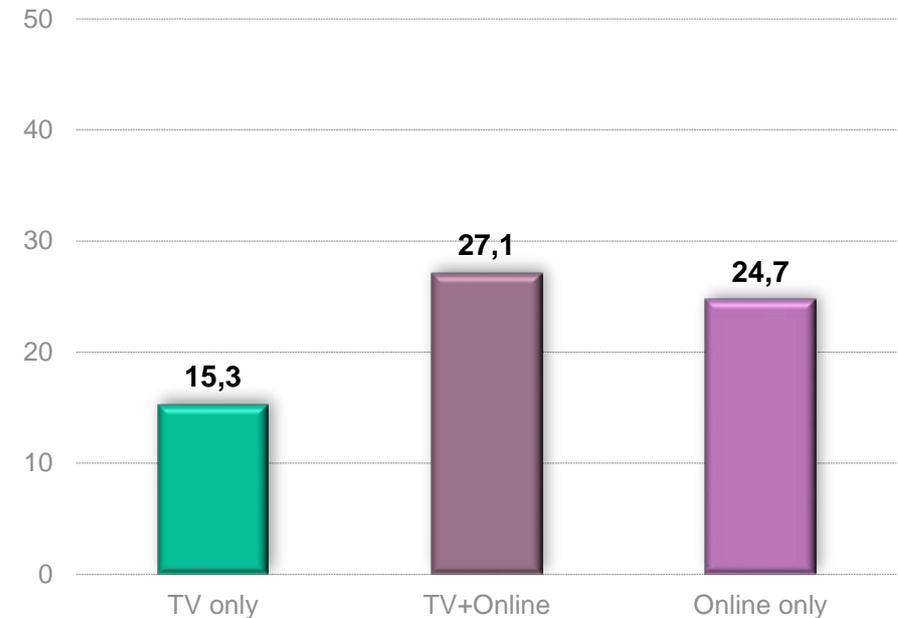


Frage: Versuchen Sie bitte, sich an Werbung zu erinnern, die Sie kürzlich für Wasserfilter gesehen haben. Mit Werbung ist nicht nur die Werbung im Fernsehen gemeint, sondern auch auf Plakaten, in Zeitschriften, Internetwerbung usw.. Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Höchste Werbeerinnerung während des Einsatzes beider Medien



## Ungestützte Werbeerinnerung BRITA Angaben in Prozent



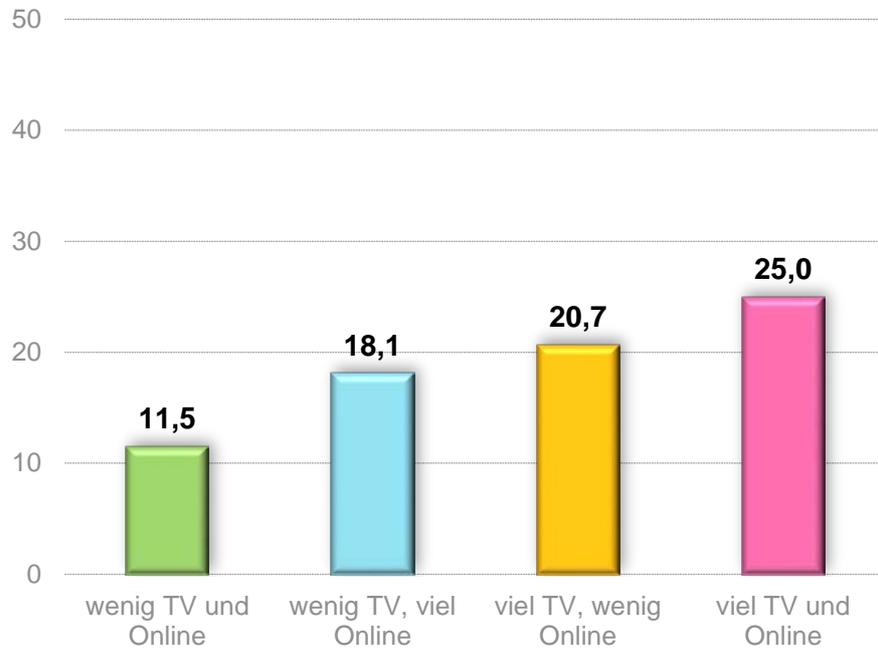
Frage: Versuchen Sie bitte, sich an Werbung zu erinnern, die Sie kürzlich für Wasserfilter gesehen haben. Mit Werbung ist nicht nur die Werbung im Fernsehen gemeint, sondern auch auf Plakaten, in Zeitschriften, Internetwerbung usw.. Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.

Quelle: SevenOne Media

# Höhere Werbeerinnerung mit häufiger Nutzung von TV und Online

## Ungestützte Werbeerinnerung BRITA

Angaben in Prozent

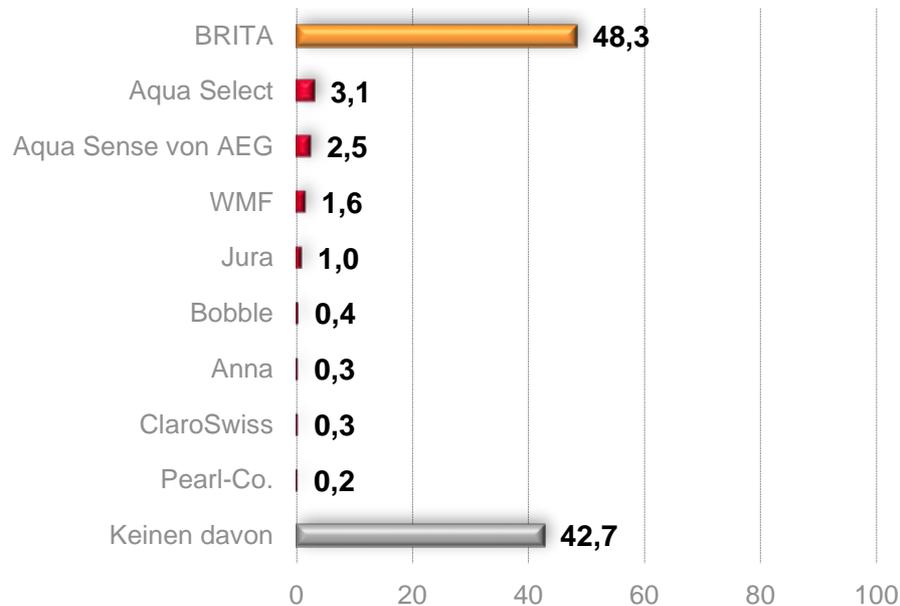


Frage: Versuchen Sie bitte, sich an Werbung zu erinnern, die Sie kürzlich für Wasserfilter gesehen haben. Mit Werbung ist nicht nur die Werbung im Fernsehen gemeint, sondern auch auf Plakaten, in Zeitschriften, Internetwerbung usw.. Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.; viel TV/Online: 4-7 Tage pro Woche, wenig TV/Online: 3 Tage oder seltener  
Quelle: SevenOne Media

# Die Hälfte erinnert sich gestützt an Werbung für BRITA

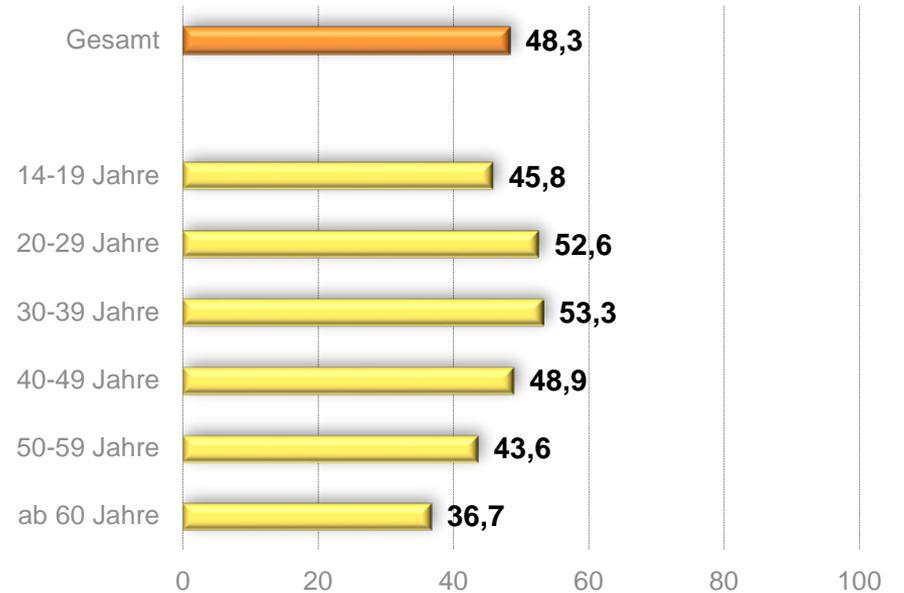
## Gestützte Werbeerinnerung

Angaben in Prozent



## Gestützte Werbeerinnerung BRITA

Angaben in Prozent

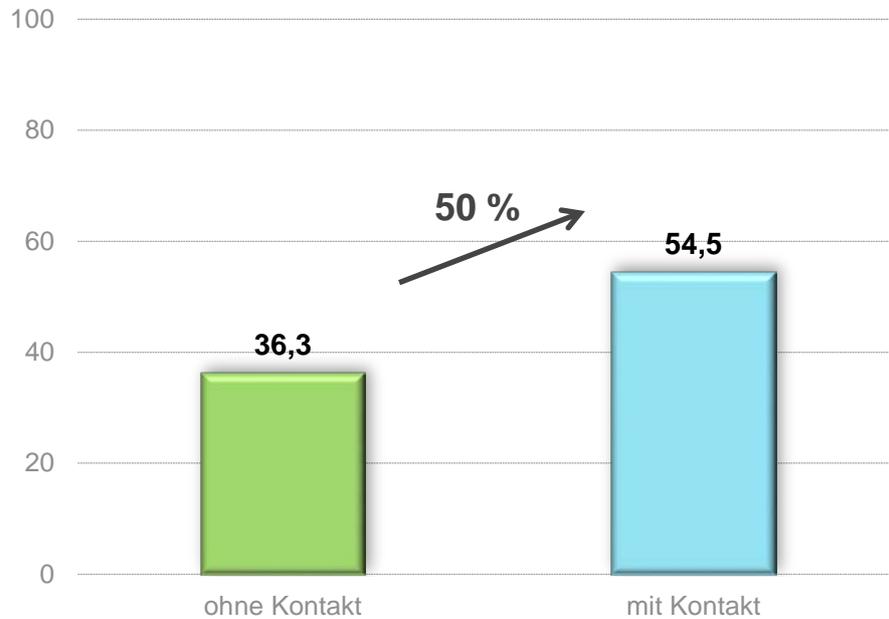


Frage: Bei welchen der folgenden Marken von Wasserfiltern können Sie sich an Werbung in der letzten Zeit erinnern?  
Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Deutlicher Anstieg mit Online-Kontakt

## Gestützte Werbeerinnerung BRITA

Angaben in Prozent



Frage: Bei welchen der folgenden Marken von Wasserfiltern können Sie sich an Werbung in der letzten Zeit erinnern?

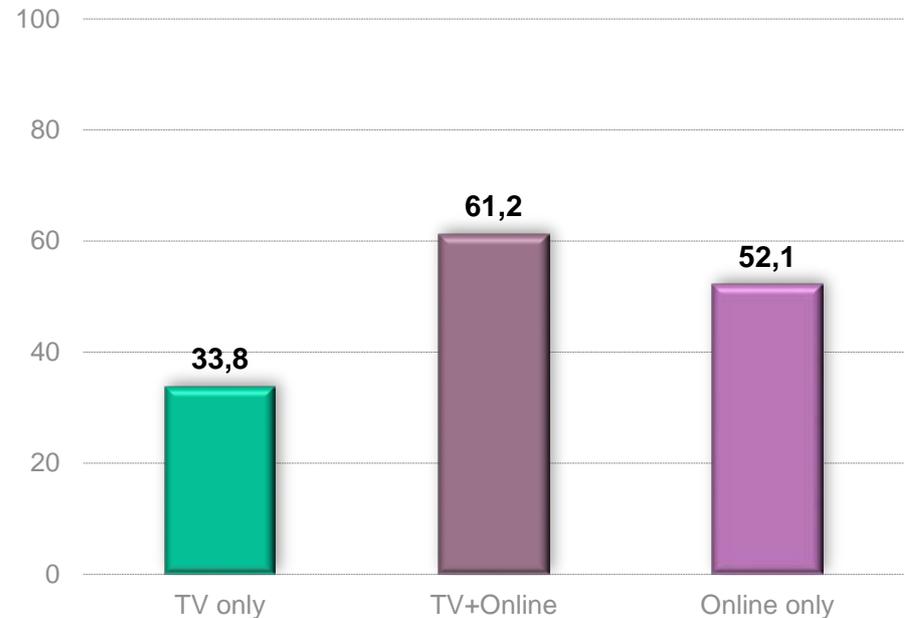
Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.

Quelle: SevenOne Media

# Während der TV-Online-Phase können sich über 60 Prozent an Werbung erinnern



## Gestützte Werbeerinnerung BRITA Angaben in Prozent

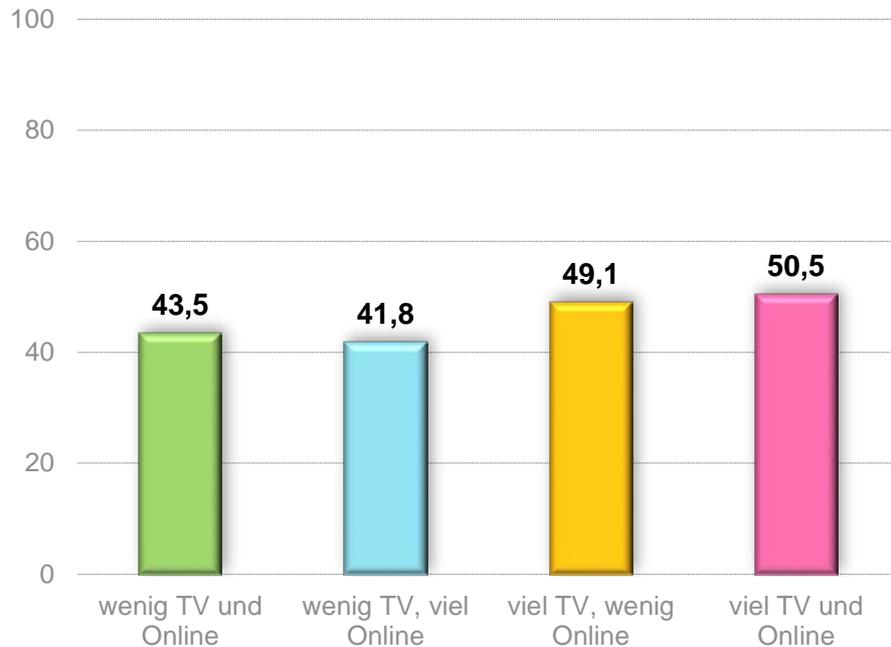


Frage: Bei welchen der folgenden Marken von Wasserfiltern können Sie sich an Werbung in der letzten Zeit erinnern?  
Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.  
Quelle: SevenOne Media

# Häufige Nutzung beider Medien wirkt am besten auf die gestützte Erinnerung

## Gestützte Werbeerinnerung BRITA

Angaben in Prozent



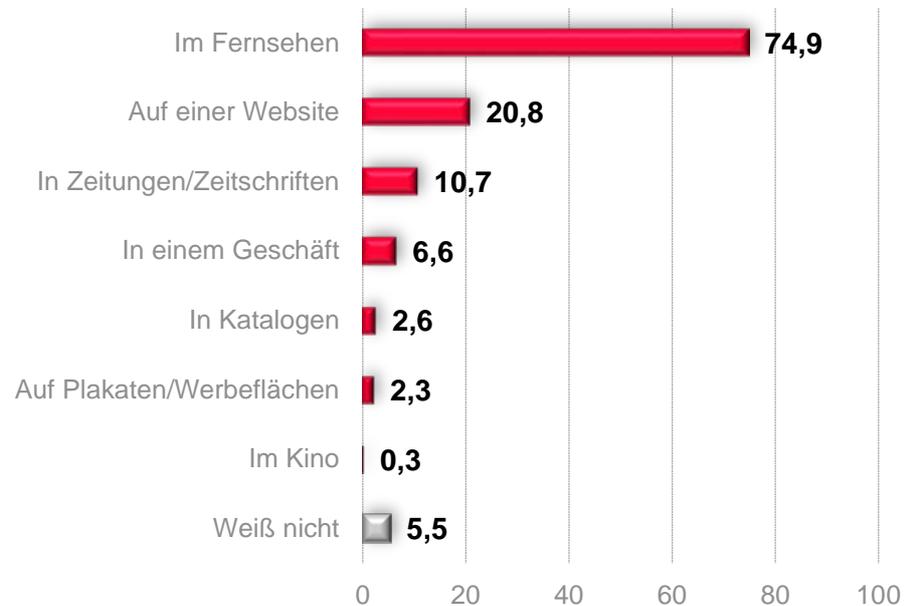
Frage: Bei welchen der folgenden Marken von Wasserfiltern können Sie sich an Werbung in der letzten Zeit erinnern?

Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a.; viel TV/Online: 4-7 Tage pro Woche, wenig TV/Online: 3 Tage oder seltener

Quelle: SevenOne Media

# Werbung für BRITA vor allem in Fernsehen und Internet wahrgenommen

## Erinnerte Werbemedien Angaben in Prozent



Frage: Sie haben angegeben, dass Sie sich an Werbung für BRITA erinnern können. Wo haben Sie diese Werbung gesehen oder gehört?  
Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a., die sich an Werbung für BRITA erinnern  
Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

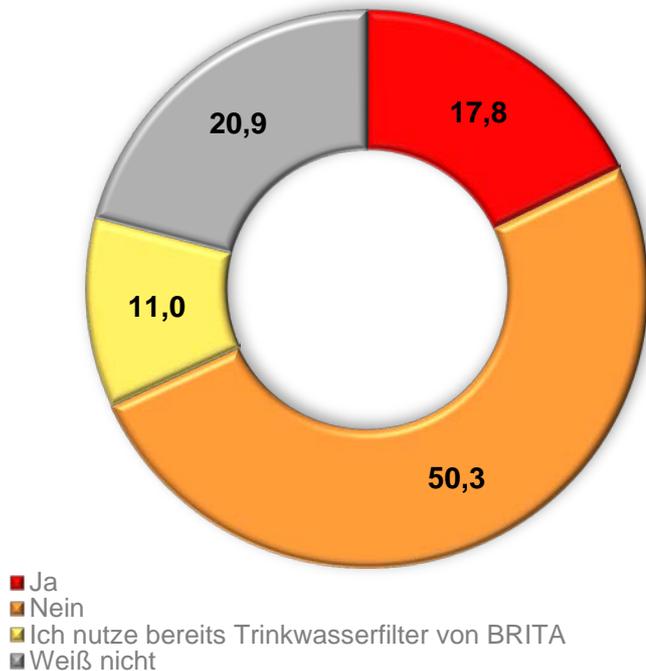
**Kaufbereitschaft**

---

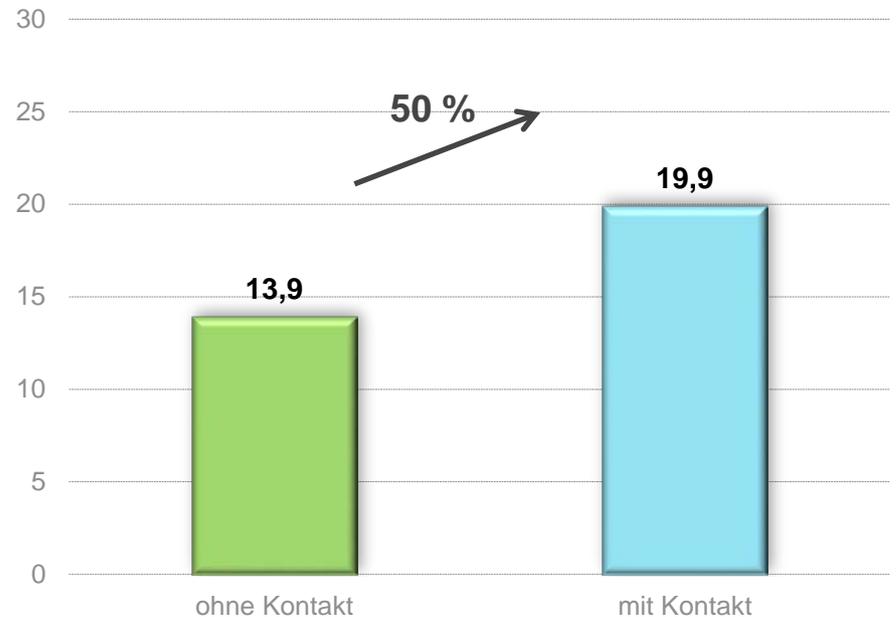
**Fazit**

# Kaufabsicht durch Online-Kontakt gesteigert

**Kaufbereitschaft**  
Angaben in Prozent



**Kaufbereitschaft**  
Angaben in Prozent

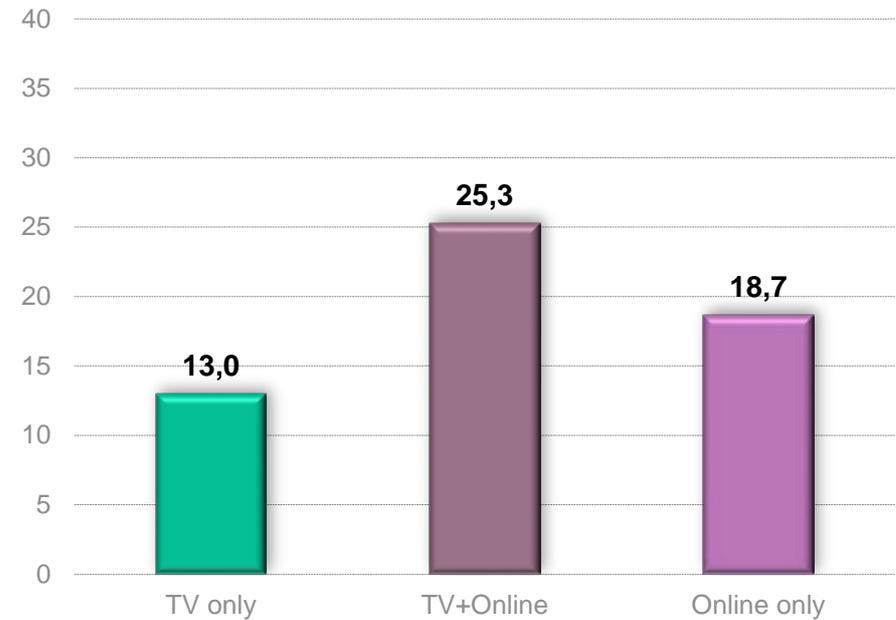


Frage: Können Sie sich vorstellen, einen Trinkwasserfilter von BRITA zu kaufen?  
Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a., die BRITA kennen  
Quelle: SevenOne Media

# Kaufbereitschaft in der TV+Online-Phase am höchsten



## Kaufbereitschaft Angaben in Prozent



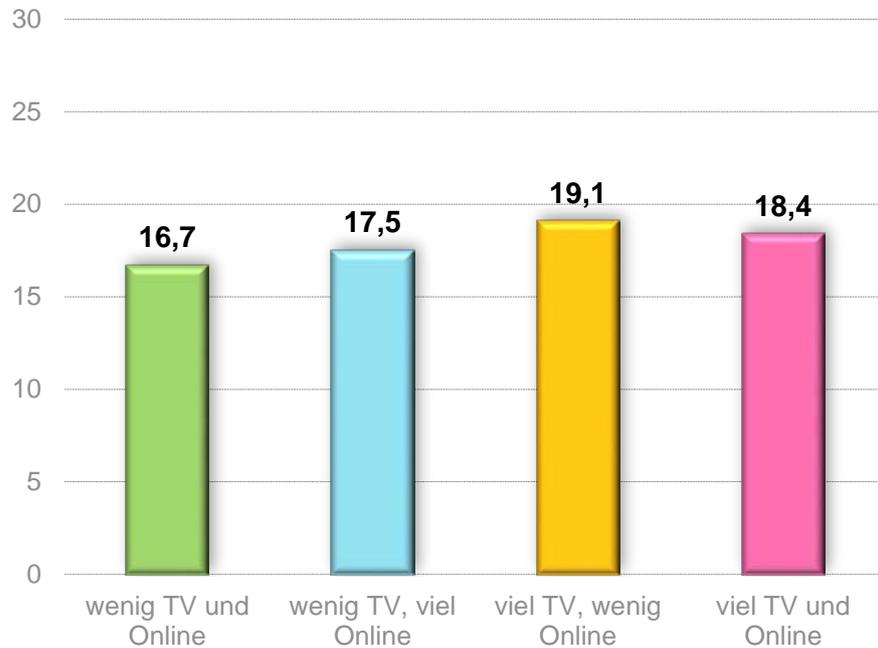
Frage: Können Sie sich vorstellen, einen Trinkwasserfilter von BRITA zu kaufen?

Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a., die BRITA kennen

Quelle: SevenOne Media

# TV wirkt als Basismedium

## Kaufbereitschaft Angaben in Prozent



Frage: Können Sie sich vorstellen, einen Trinkwasserfilter von BRITA zu kaufen?

Basis: Userinnen von ProSieben.de, Sat1.de, kabeleins.de, sixx.de, Wetter.com u.a., die BRITA kennen; viel TV/Online: 4-7 Tage pro Woche, wenig TV/Online: 3 Tage oder seltener

Quelle: SevenOne Media

# Agenda

---

---

**Steckbrief**

---

**Werbeerinnerung**

---

**Kaufbereitschaft**

---

**Fazit**

# Fazit

## Werbeerinnerung

Ein Viertel der Befragten erinnert sich ungestützt an Werbung für BRITA. Die spontane Werbeerinnerung steigt deutlich durch Kontakt mit der Onlinekampagne. Gestützt erinnern knapp 50 Prozent der Befragten BRITA-Werbung. Beide Indikatoren erreichen Höchstwerte bei häufiger TV- und Online-Nutzung.

## Kaufbereitschaft

18 Prozent der Befragten, die BRITA kennen, können sich vorstellen, einen Wasserfilter des Unternehmens zu kaufen. Die Kaufbereitschaft fällt mit Online-Kontakt deutlich höher aus. Auch bei diesem Indikator erweisen sich viele TV- und Online-Kontakte wieder als besonders erfolgreich.

## Fazit

Die Kampagne hat Werbeerinnerung und Kaufbereitschaft positiv beeinflusst. Beide Wirkungsparameter profitierten besonders durch die Kombination von häufiger TV- und Online-Nutzung.



# Kontakt

---

**Franziska Rochau**  
Senior Research Manager

SevenOne Media  
Medienallee 4  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89/9507-43 52  
Fax +49 (0) 89/9507-943 52  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)  
[franziska.rochau@sevenonemedia.de](mailto:franziska.rochau@sevenonemedia.de)