

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

OFFIZIELLER PARTNER VON
GERMANY'S NEXT
topmodel

Unterföhring, Juni 2014

Emmi

Begleitforschung "Germany's next Topmodel" (Staffel 9)



Agenda

Daten zur Sendung

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

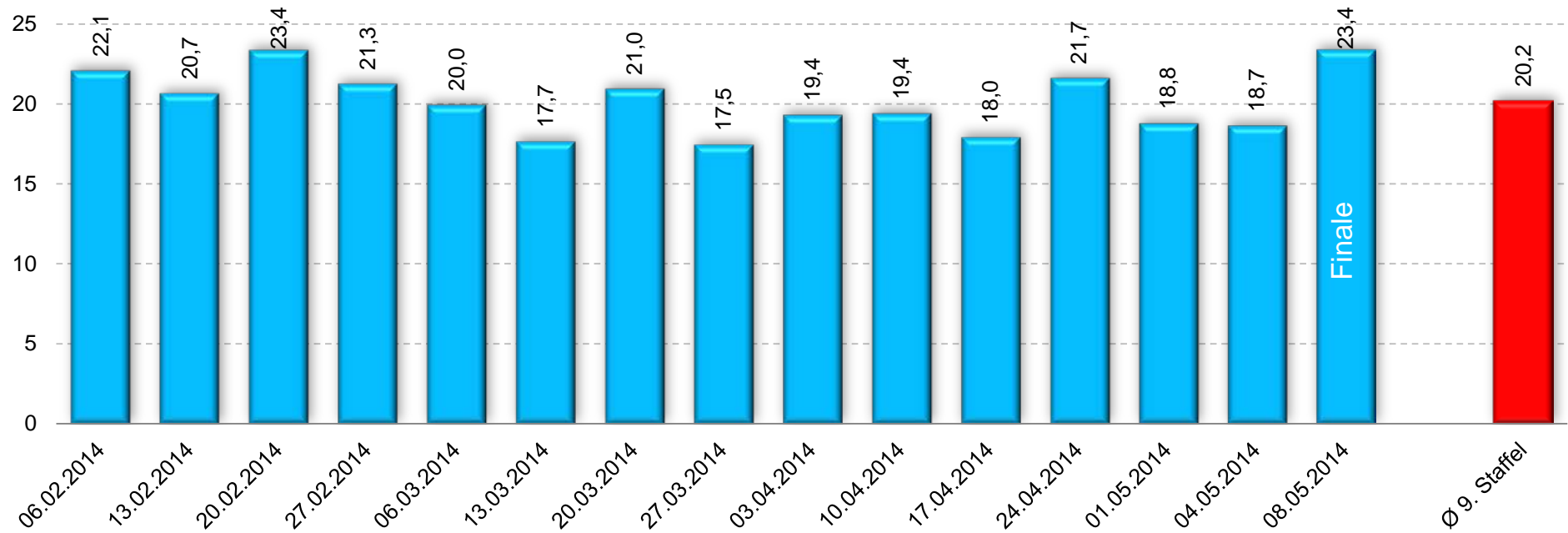
Kooperation

Fazit



Frauen (14-49) mit Ø 20,2% Marktanteil...

„Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ (Do./So., ca. 20:15 Uhr), 9. Staffel
Marktanteile, Frauen 14-49 Jahre, Angaben in Prozent

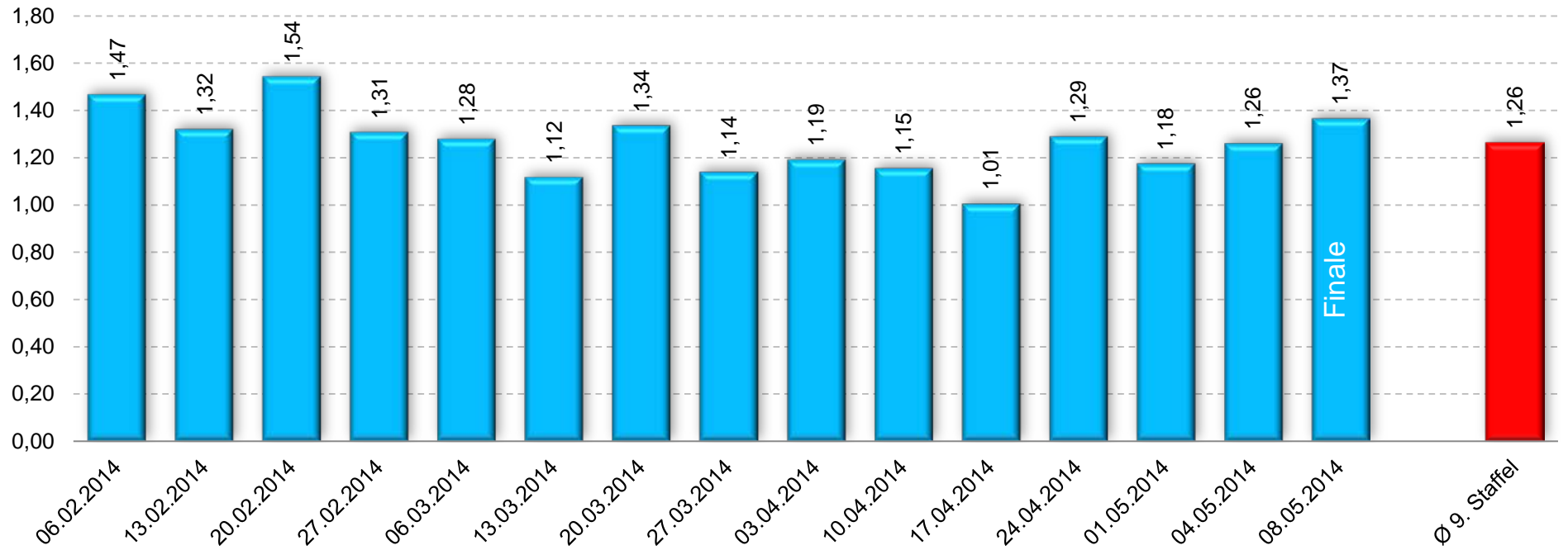


Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland [D+EU]

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research

...und durchschnittlich 1,26 Mio. Zuschauer

„Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ (Do./So., ca. 20:15 Uhr), 9. Staffel
Reichweite in Mio, Frauen 14-49 Jahre



Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland [D+EU]

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research

In der Zielgruppe durchgängig klarer Prime Time-Sieger

Marktführerschaft in der Prime Time

„GNTM“-Zeitschiene im Sendervergleich, Marktanteile, F 14-49 Jahre

Datum	Platzierung „Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“
06.02.2014	1. Platz
13.02.2014	1. Platz
20.02.2014	1. Platz
27.02.2014	1. Platz
06.03.2014	1. Platz
13.03.2014	1. Platz
20.03.2014	1. Platz
27.03.2014	1. Platz
03.04.2014	1. Platz
10.04.2014	1. Platz
17.04.2014	1. Platz
24.04.2014	1. Platz
01.05.2014	1. Platz
04.05.2014	1. Platz (Sonntag)
08.05.2014	1. Platz



Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland [D+EU]

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research/ Media Strategy & Analytics

Agenda

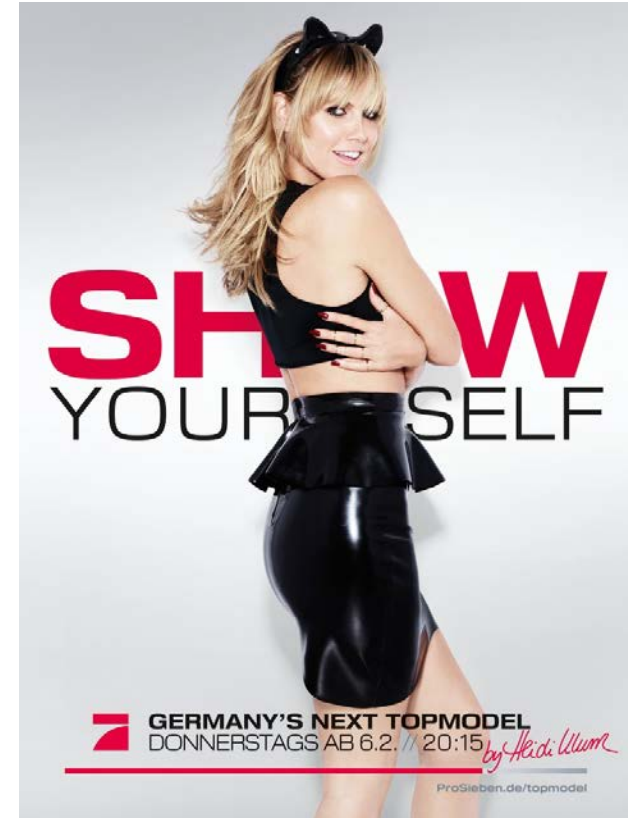
Daten zur Sendung

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Kooperation

Fazit



Steckbrief

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	forsa. Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Frauen zwischen 14 und 49 Jahren in Privathaushalten
Auswahlverfahren	Systematische Zufallsauswahl (mehrstufige geschichtete Stichprobe)
Methode	Computergestützte Telefon-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Datum	Nullmessung: 06. – 13. Januar 2014 Endmessung: 09. – 22. Mai 2014
Stichprobe	Nullmessung: n= 501 Endmessung: n= 1.000
Inhalt	Gestützte Bekanntheit, Werbeerinnerung, Sponsor Erinnerung, Sponsorfitting, Erinnerung Placement, Kaufbereitschaft, Image, Nutzung „Germany´s next Topmodel“

Verschiedene Sehergruppen

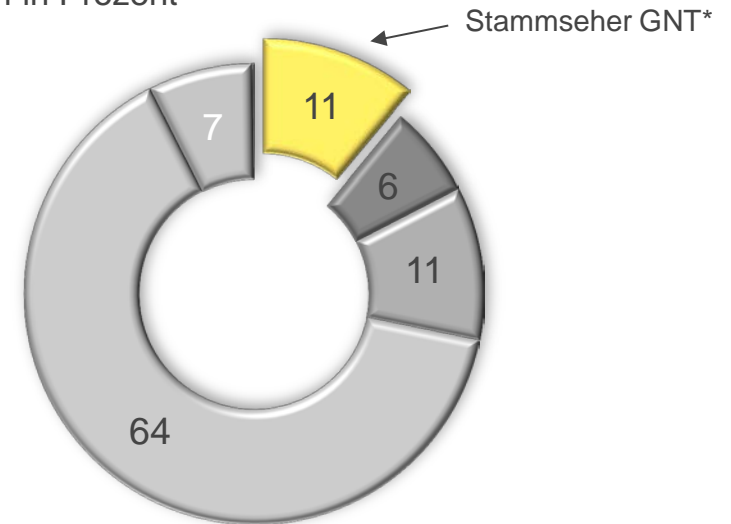
In den folgenden Auswertungen werden vier Gruppen dargestellt:

Nullmessung	Repräsentative Stichprobe vor Werbestart
Endmessung	Repräsentative Stichprobe nach Sendung
Stammseher GNT*	Hohe Kontaktwahrscheinlichkeit mit gesamter Kooperation
Placement erinnert	Kontaktgruppe Placement Mydays

* Stammseher sind per Definition alle Befragten, die angeben, mindestens jede zweite Folge der neunten Staffel von „Germany’s next Topmodel“ gesehen zu haben.

Sehhäufigkeit „Germany’s next Topmodel“

Angaben in Prozent



- mind. jede zweite Folge
- ca. jede dritte oder vierte Folge
- seltener
- keine, aber bekannt
- Sendung unbekannt
- weiß nicht/K.A.

Wie viele Folgen der neunten Staffel von „Germany’s next Topmodel“ haben Sie gesehen? Basis: Frauen 14-49 Jahre
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Agenda

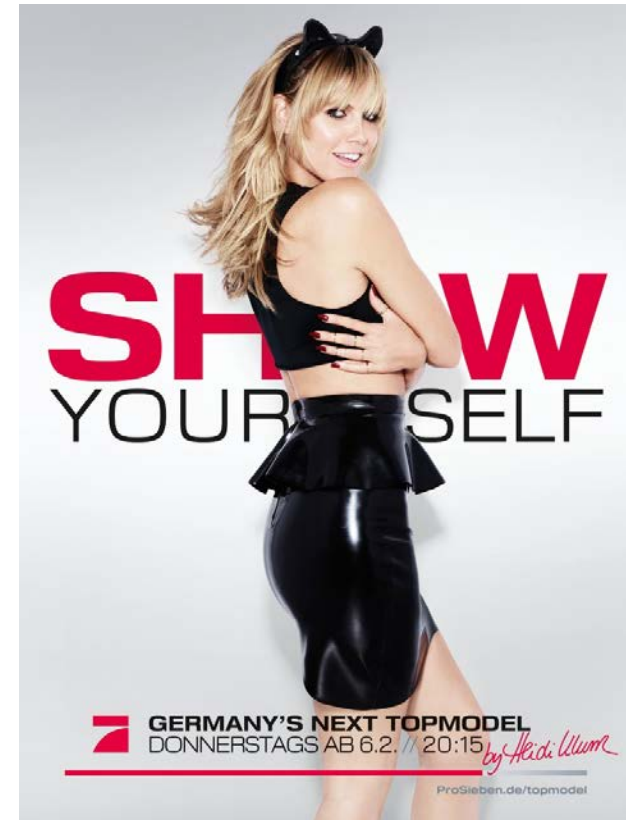
Daten zur Sendung

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Kooperation

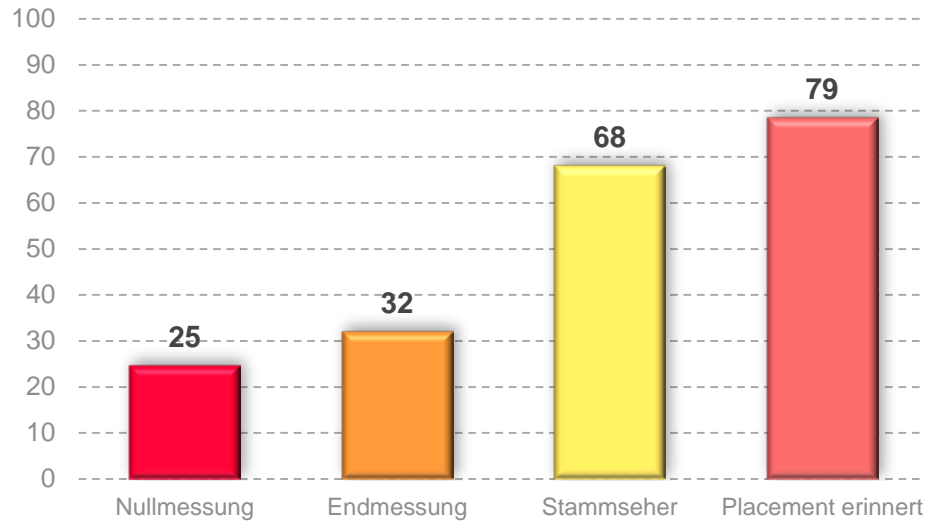
Fazit



Das Engagement zahlt in hohem Maße auf die Markenbekanntheit ein

Gestützte Bekanntheit Emmi CHAI LATTE

Angaben in Prozent

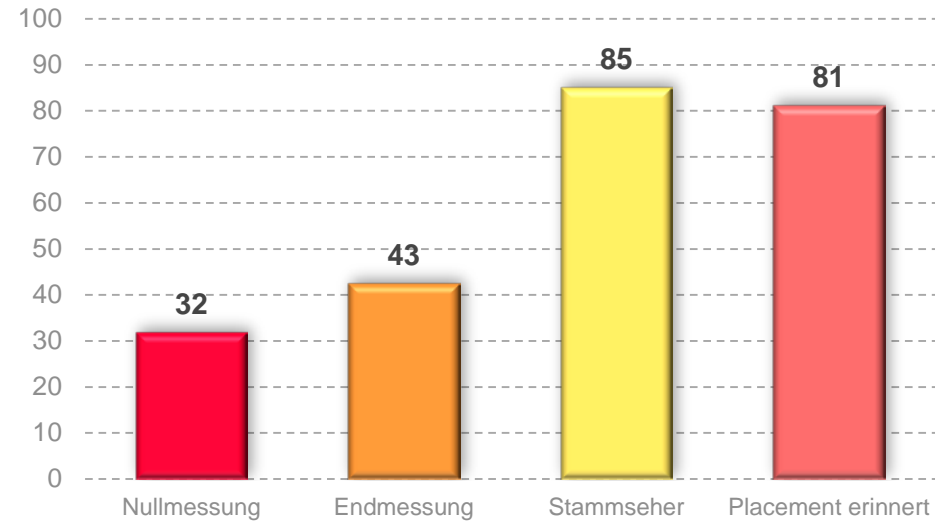


■ Nullmessung ■ Endmessung ■ Stammseher ■ Placement erinnert

Nun geht es noch um gekühlte Tee- und Kaffeegetränke. Ich lese Ihnen nun einige dieser Getränke vor und Sie sagen mir bitte, welche dieser Sorten Sie kennen, und sei es auch nur dem Namen nach. Basis: Frauen 14-49 Jahre. Quelle: forsa. / SevenOne Media

Gestützte Werbeerinnerung Emmi CHAI LATTE

Angaben in Prozent



■ Nullmessung ■ Endmessung ■ Stammseher ■ Placement erinnert

Und für welche der folgenden gekühlten Tee- und Kaffeegetränke haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört? Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Emjmi CHAI LATTE kennen. Quelle: forsa. / SevenOne Media

Agenda

Daten zur Sendung

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Kooperation

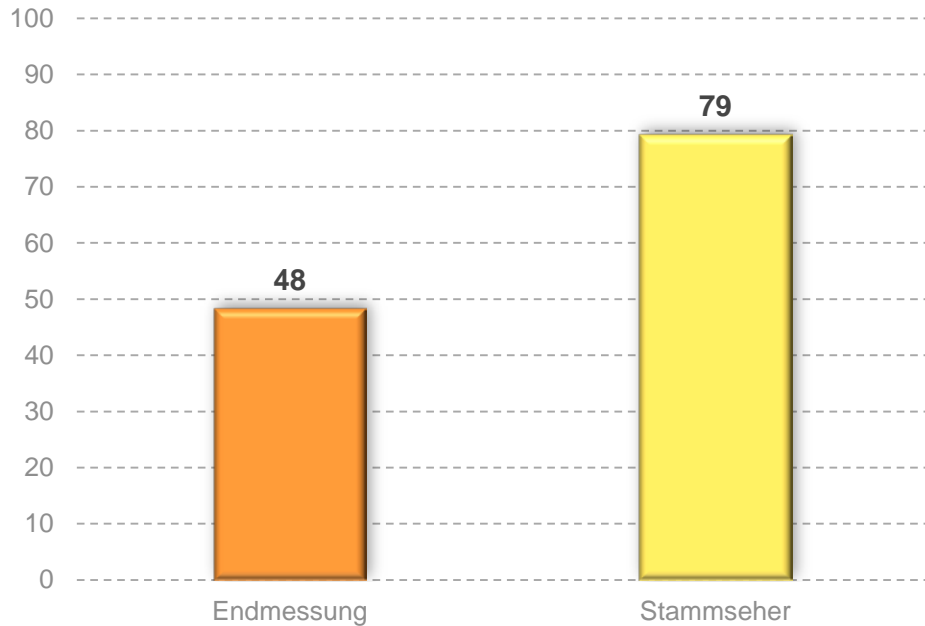
Fazit



Drei von Vier Stammsehern erinnert die Produktplatzierungen von Emmi

Bekanntheit Integration von Emmi CHAI LATTE

Angaben in Prozent



[...] Können Sie sich an einen oder mehrere Auftritte von Emmi CHAI LATTE während der Sendung erinnern?

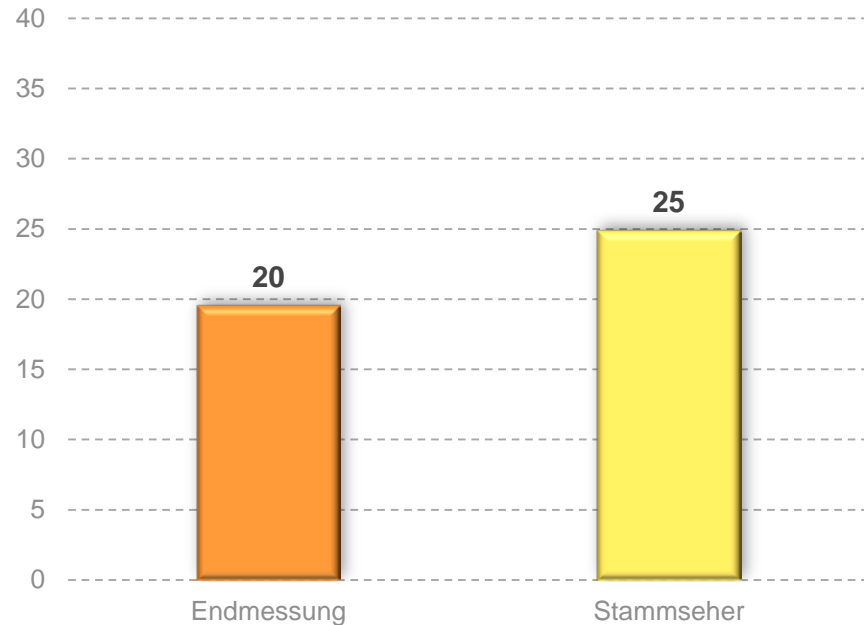
Basis: Frauen 14-49 Jahre, die Germany's next Topmodel mindestens selten sehen

Quelle: forsa. / SevenOne Media

Besonders die Stammseher haben die besondere Kennzeichnung der Becher bemerkt

Erinnerung Lizenz Emmi CHAI LATTE

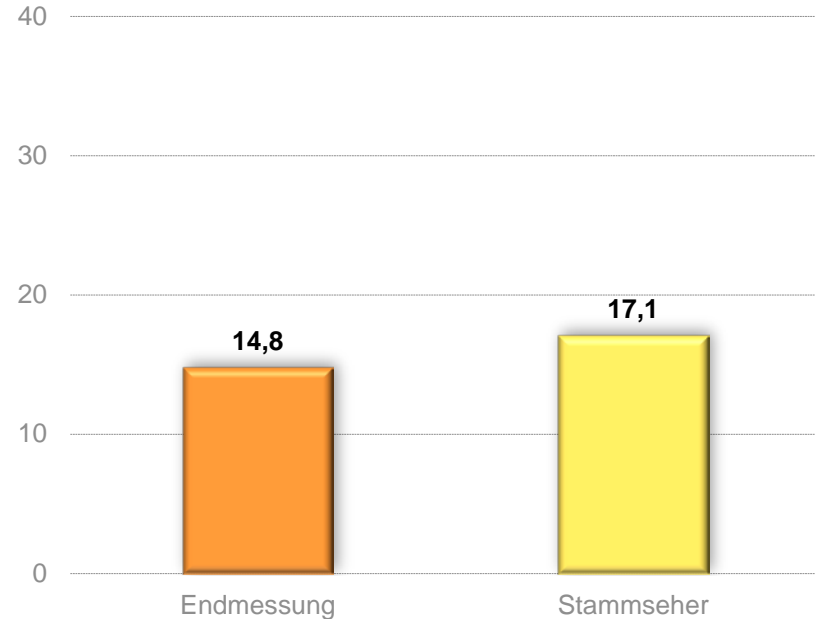
Angaben in Prozent



Haben Sie in letzter Zeit bemerkt, dass Emmi CHAI LATTE in Geschäften bzw. in der Werbung besonders gekennzeichnet ist [...] ? Basis: Frauen 14-49 Jahre, die „Germany’s Next Topmodel“ mindestens selten gesehen haben und Emmi kennen; Quelle: forsa. / SevenOne Media

Kaufanreiz durch Lizenzprodukte

Angaben in Prozent; Top Two



[...] Wäre eine derartige Kennzeichnung bei einem Produkt ein zusätzlicher Kaufanreiz für Sie? Basis: Frauen 14-49 Jahre
Quelle: forsa. / SevenOne Media

Agenda

Daten zur Sendung

Steckbrief CATI-Tracking

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Kooperation

Fazit



Rundum gelungenes und wirksames Engagement

- Deutlich **steigende Markenbekanntheit** für das neue Produkt – überproportionale Werte bei den Seherinnen der Sendung
- **Top Werbeerinnerung** – im Zeitverlauf sowie insbesondere bei den Stammseherinnen
- **Produktplatzierungen** werden gut erinnert



Kontakt

Johanna Teichmann

Head of Advertising Research

SevenOne Media GmbH

Betastr. 10i

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-41 85

Fax +49 (0) 89/9507-941 85

www.sevenonemedia.de

johanna.teichmann@sevenonemedia.de

Sandra Altenburg

Research Manager

SevenOne Media GmbH

Betastr. 10i

D-85774 Unterföhring

Tel. +49 (0) 89/9507-41 83

Fax +49 (0) 89/9507-941 83

www.sevenonemedia.de

sandra.altenburg@sevenonemedia.de