

FRESSNAPF

Sponsoring „Der Welpentrainer“

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	Erw. ab 18 Jahre, die sixx sehen
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 05. – 08. September 2022; Endmessung: 31. Oktober – 07. November 2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.032; Endmessung: n=1.254
Inhalt	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Kaufbereitschaft, Weiterempfehlung, Markenimage; nur in der Endmessung: ungestützte und gestützte Sponsor Erinnerung, Spotbewertung und –fit, Fit von André Vogt und Fressnapf

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

Nullmessung

Endmessung



Sponsoring erinnert

AGENDA

1 Steckbrief

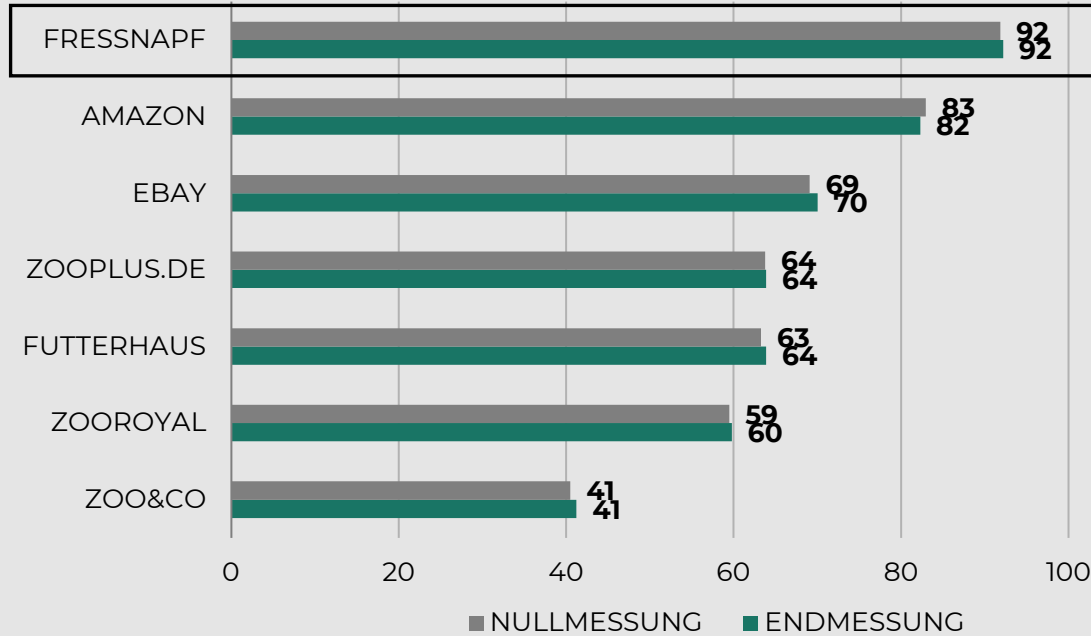
2 Ergebnisse

3 Fazit

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT BEREITS AUF SEHR HOHEM NIVEAU

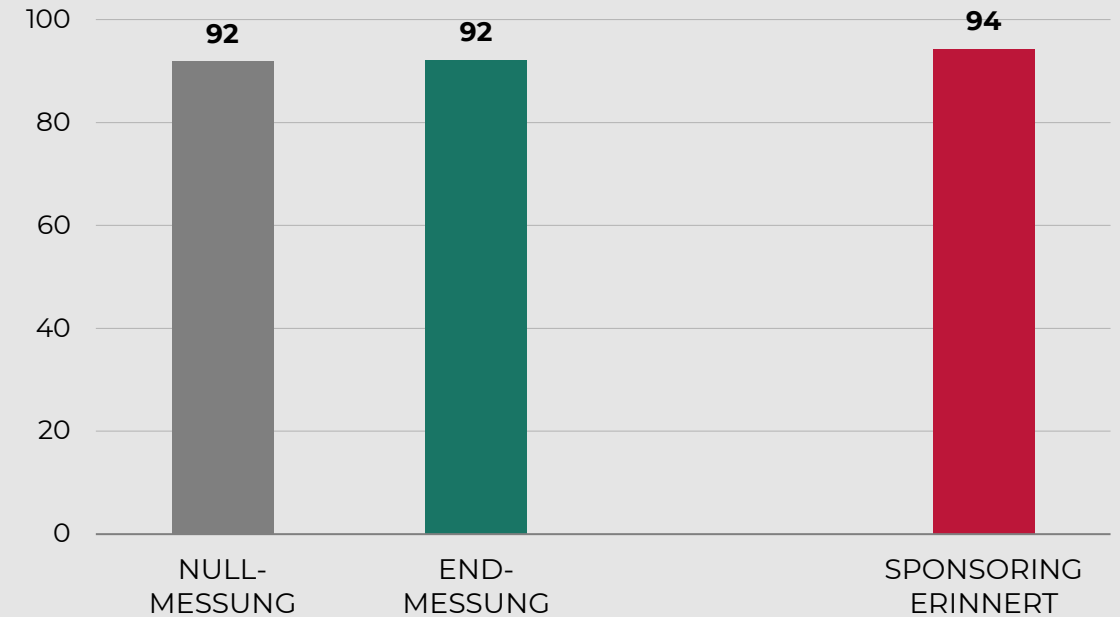
GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT FRESSNAPF

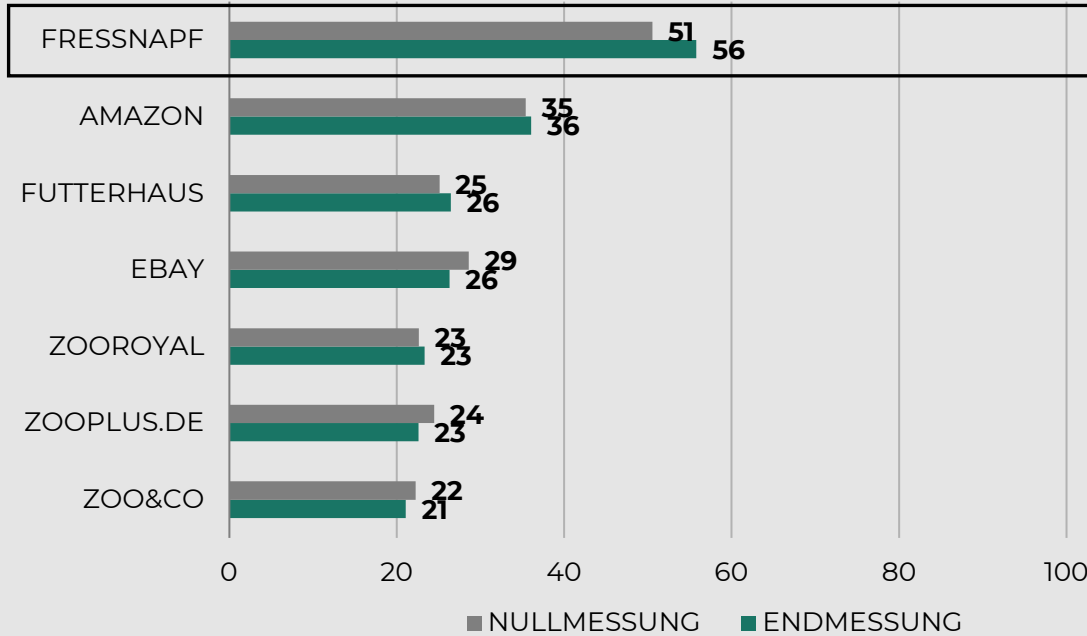
Angaben in %



STEIGERUNG DER GESTÜTZTEN WERBEERINNERUNG UM ZEHN PROZENT

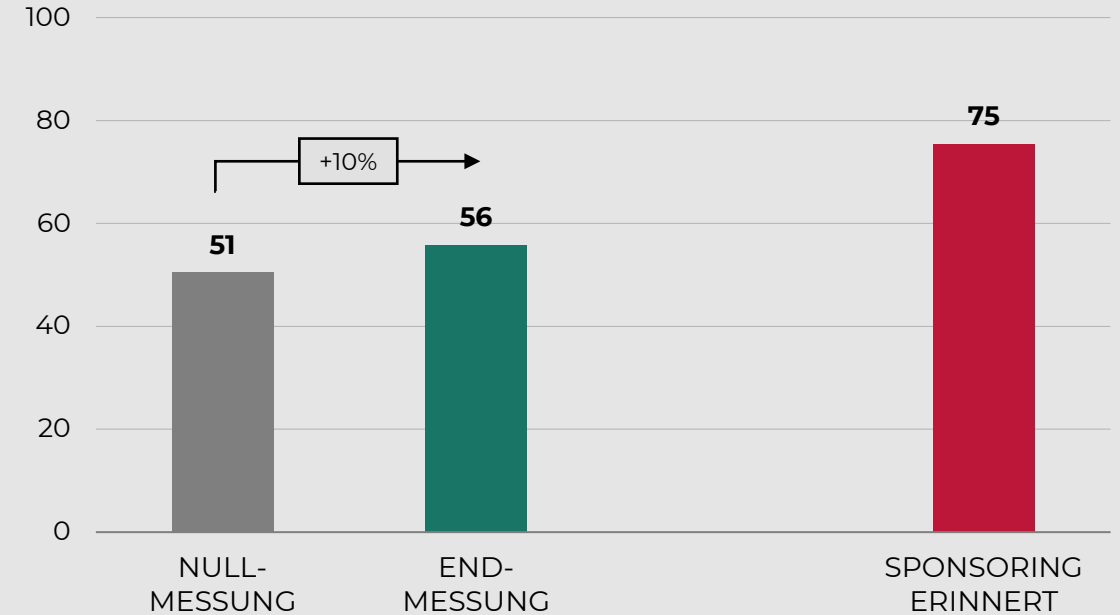
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG FRESSNAPF

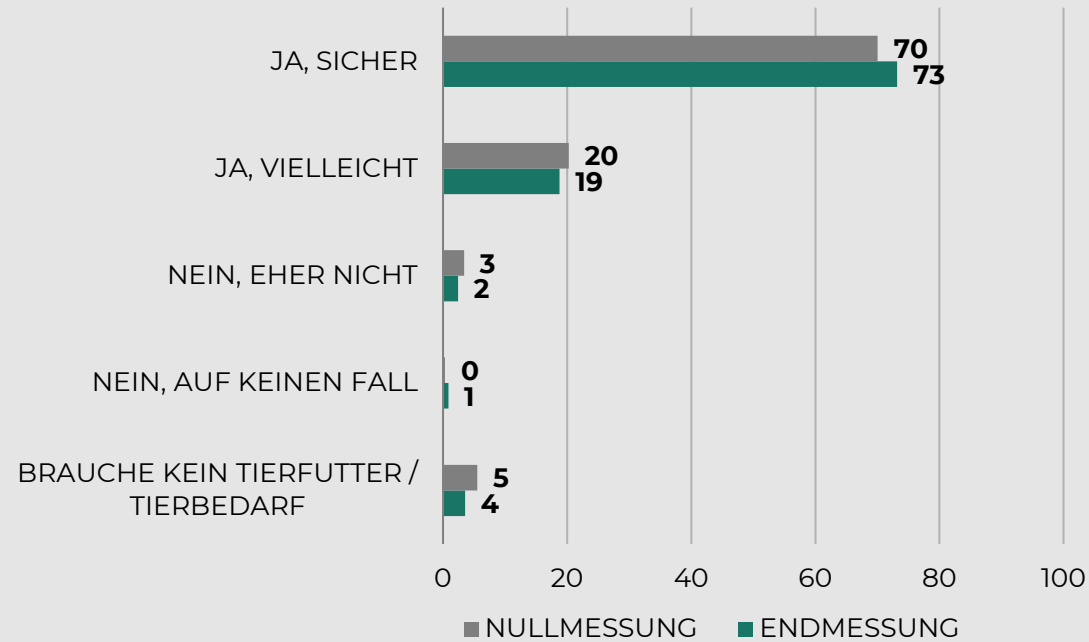
Angaben in %



FÜR FAST JEDE:N KOMMT FRESSNAPF IN FRAGE

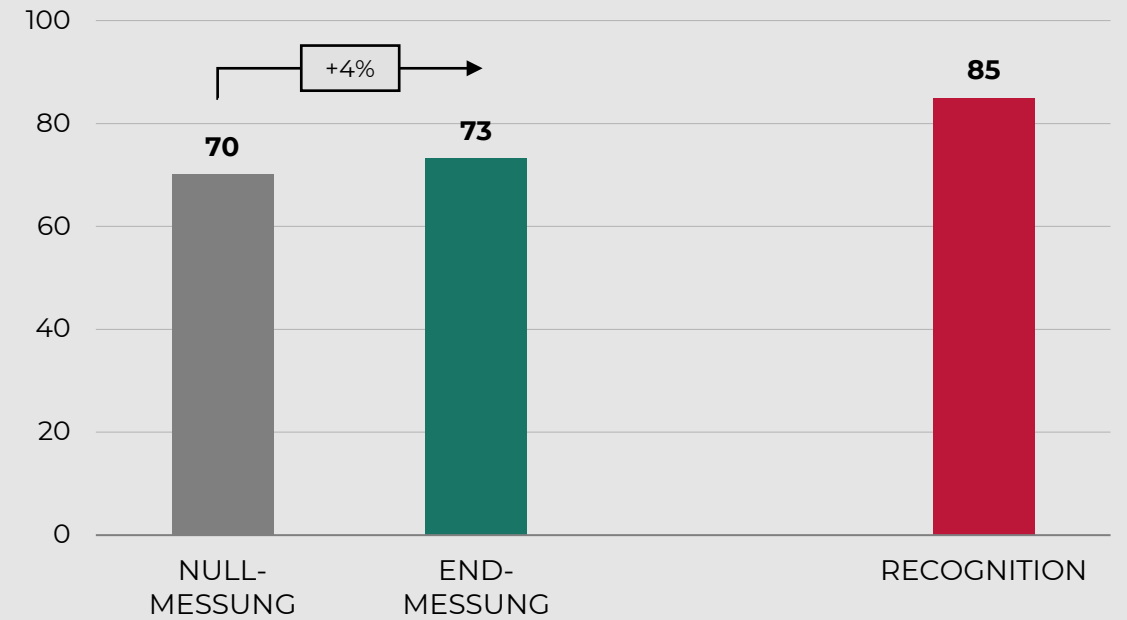
KAUFBEREITSCHAFT

Angaben in %



KAUFBEREITSCHAFT

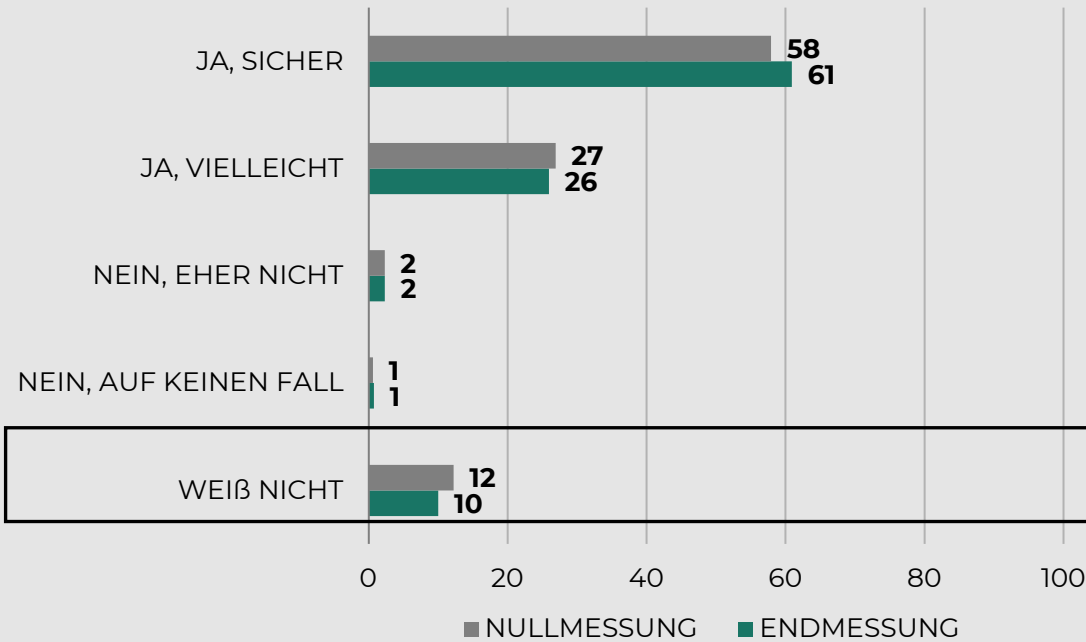
Angaben in % (Top1)



WEITEREMPFEHLUNGSBEREITSCHAFT PROFITIERT VON SPONSORING

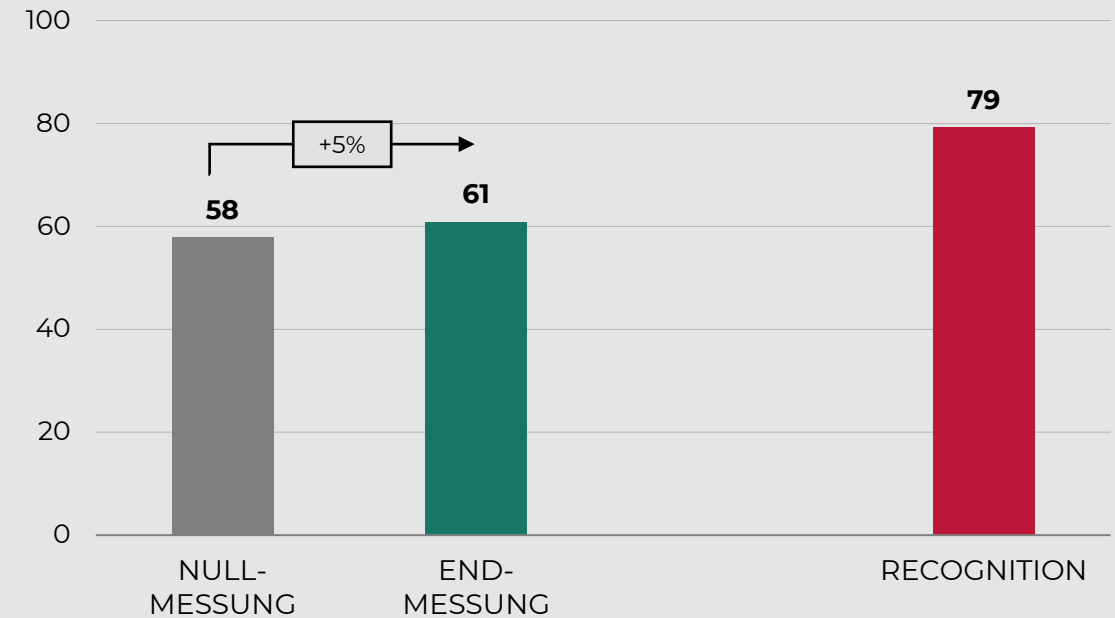
WEITEREMPFEHLUNG

Angaben in %



WEITEREMPFEHLUNG

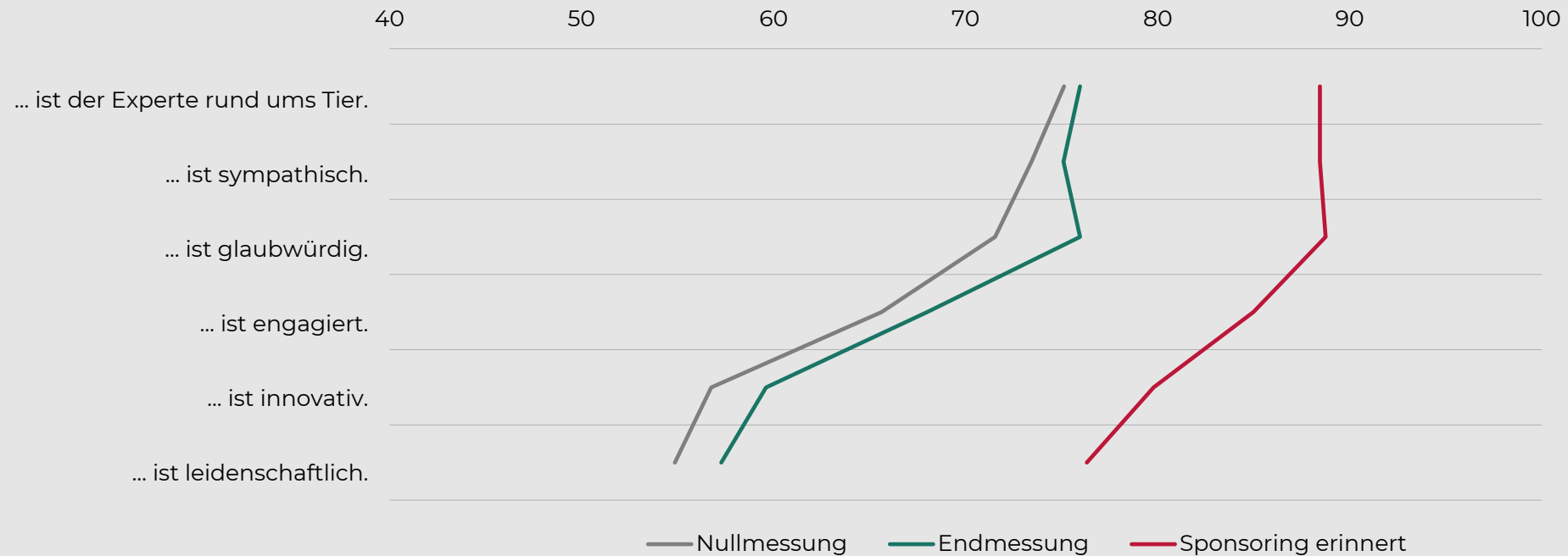
Angaben in % (Top1)



SPONSORING WIRKT POSITIV AUF DAS MARKENIMAGE

MARKENIMAGE

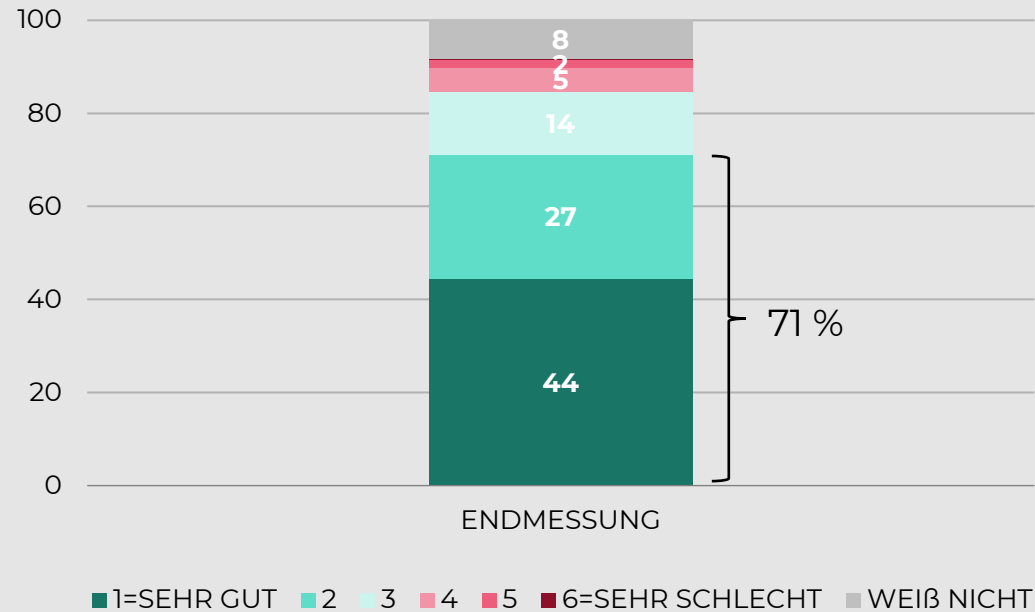
Angaben in % (Top2)



SEHR HOHER SPONSORFIT

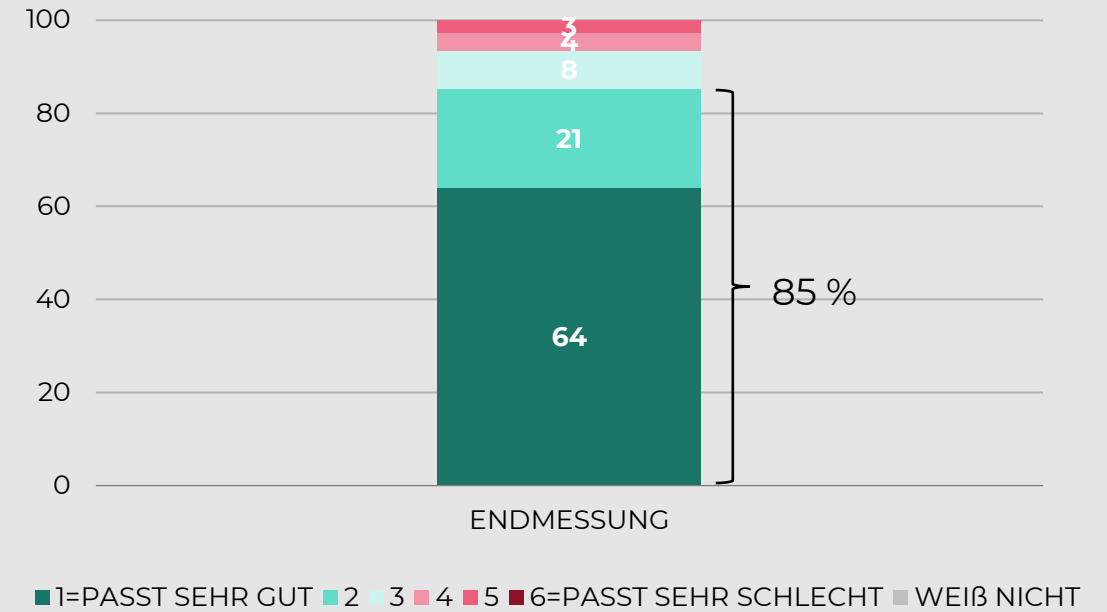
SPONSORBEWERTUNG

Angaben in %



SPONSORFIT

Angaben in %



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

FAZIT

- Die Markenbekanntheit liegt bereits auf so hohem Niveau, dass hier von Null- zu Endmessung keine Steigerung mehr möglich ist.
- Die gestützte Werbeerinnerung wird um zehn Prozent gesteigert.
- Die sichere Kauf- und Weiterempfehlungsbereitschaft nehmen etwas zu.
- Auch das Markenimage profitiert von dem Sponsoringeinsatz.
- Das Sponsoring wird sehr gut bewertet. Auch der Sponsorfit fällt sehr hoch aus.

Advertising & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

