

CARAVANING- INFO.de

Sponsoring von „TV Total“

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

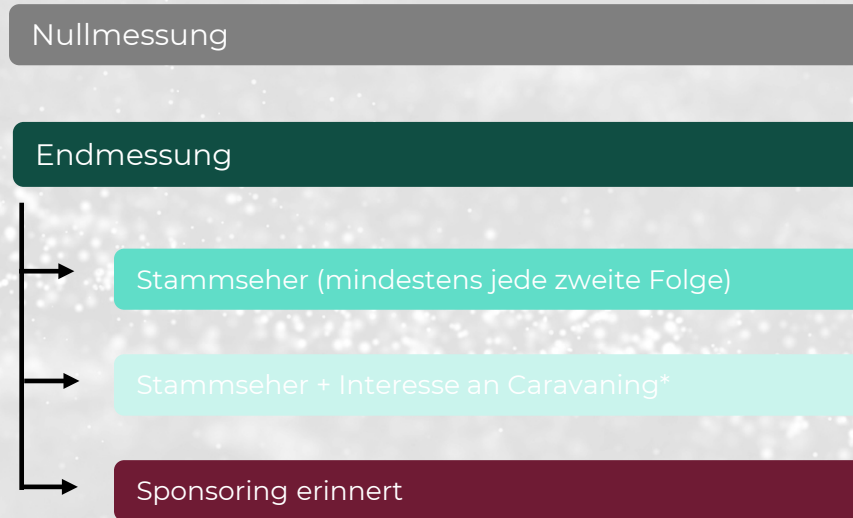
3 Fazit

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	häufige ProSieben-Seher 20-60 Jahre
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 3.-7. Januar 2022; Endmessung: 24. Februar - 1. März 2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.051; Endmessung: n=1.314
Inhalt	Interesse an Caravaning, gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set, Sponsorerkennung und -bewertung

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:



AGENDA

1 Steckbrief

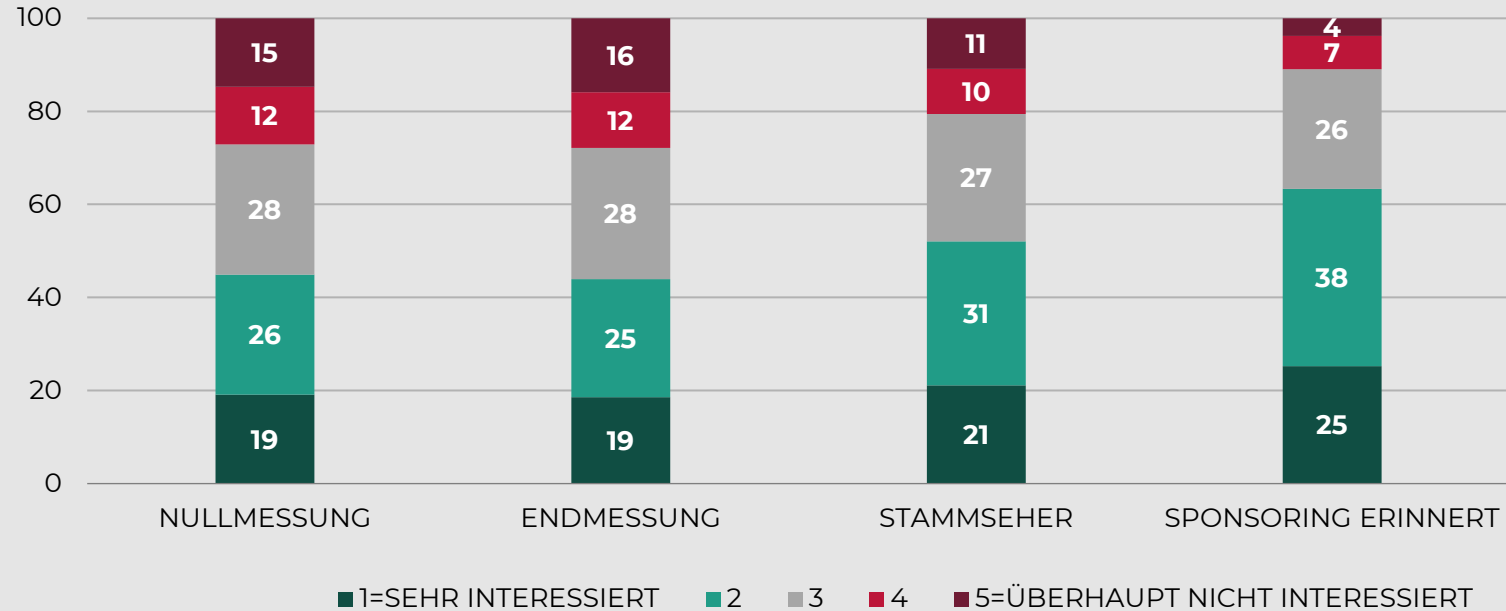
2 Ergebnisse

3 Fazit

DEUTLICH HÖHERES INTERESSE BEI SPONSORERINNERERN

INTERESSE AN CARAVANING

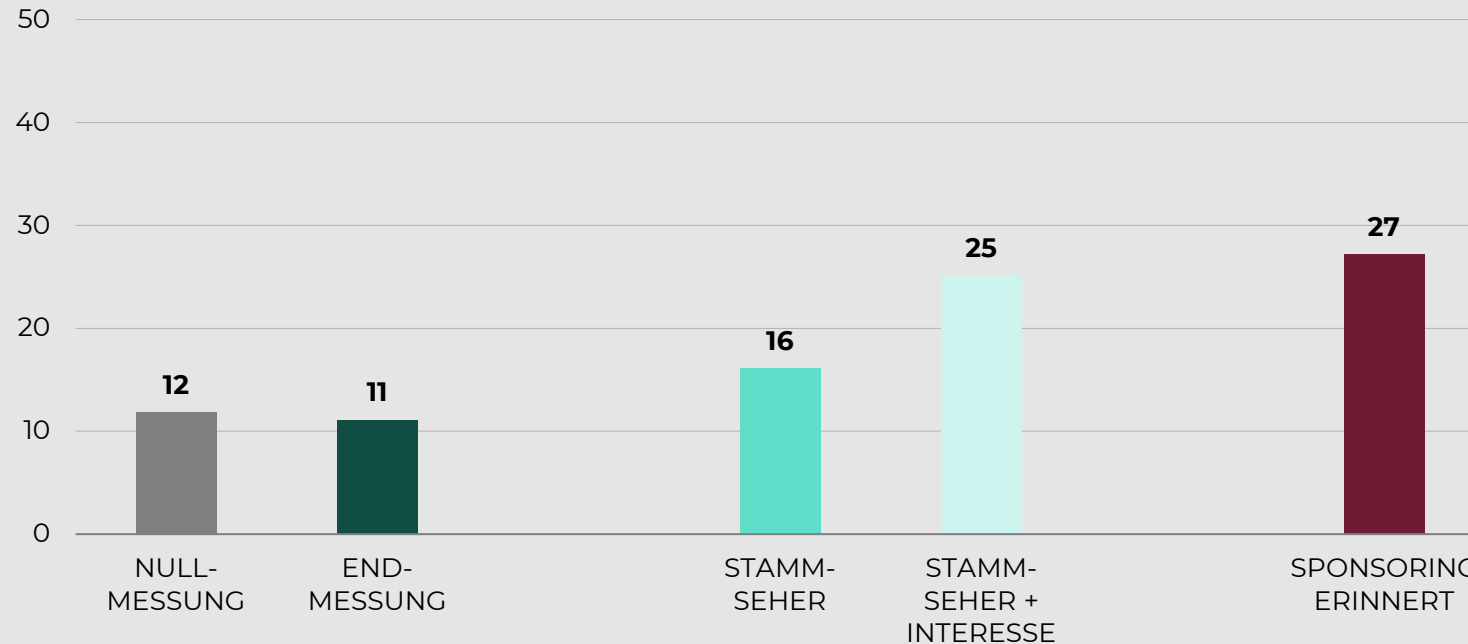
Angaben in %



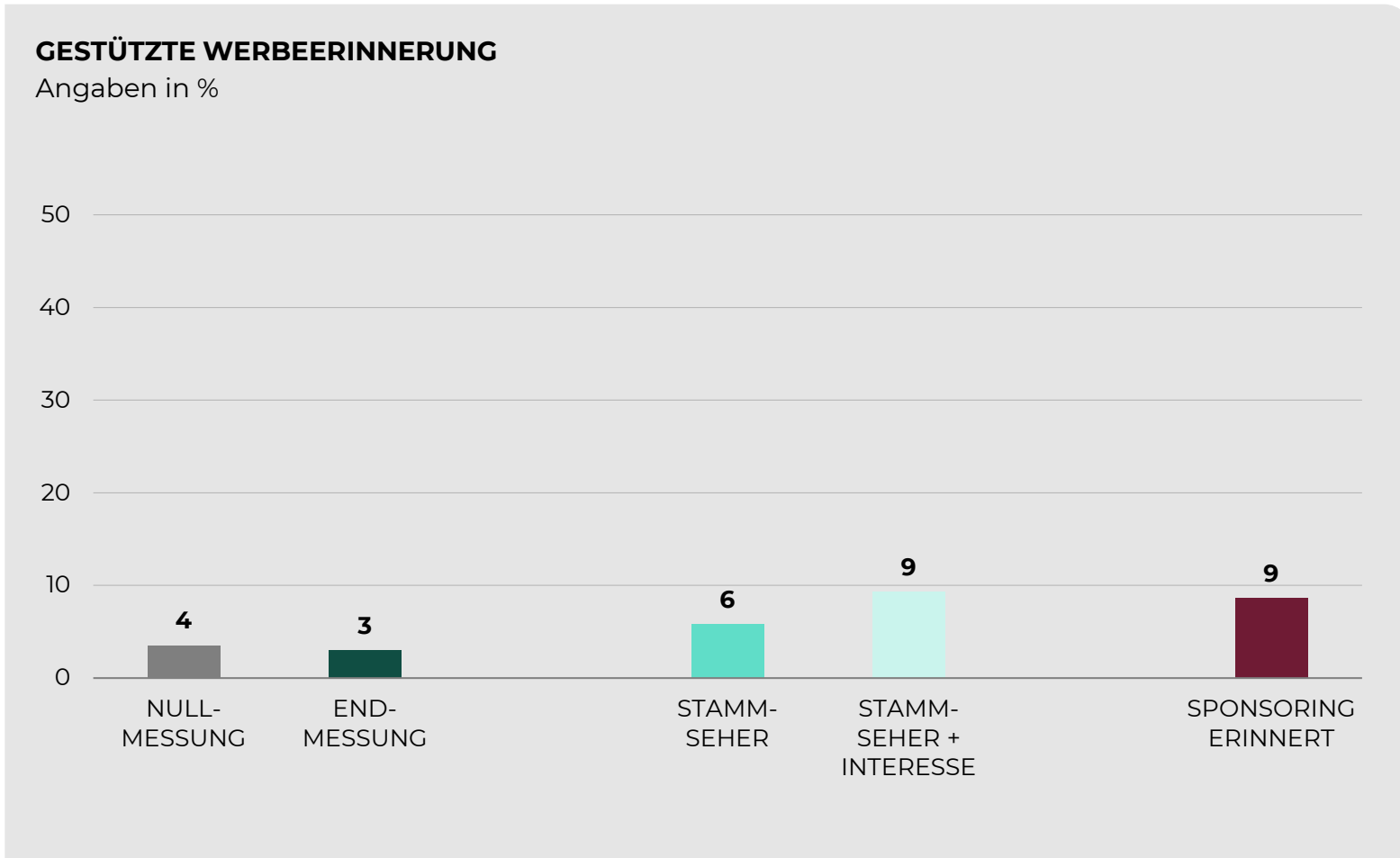
KNAPP 30 PROZENT DER SPONSORERINNERERER KENNEN CARAVANING-INFO.DE

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

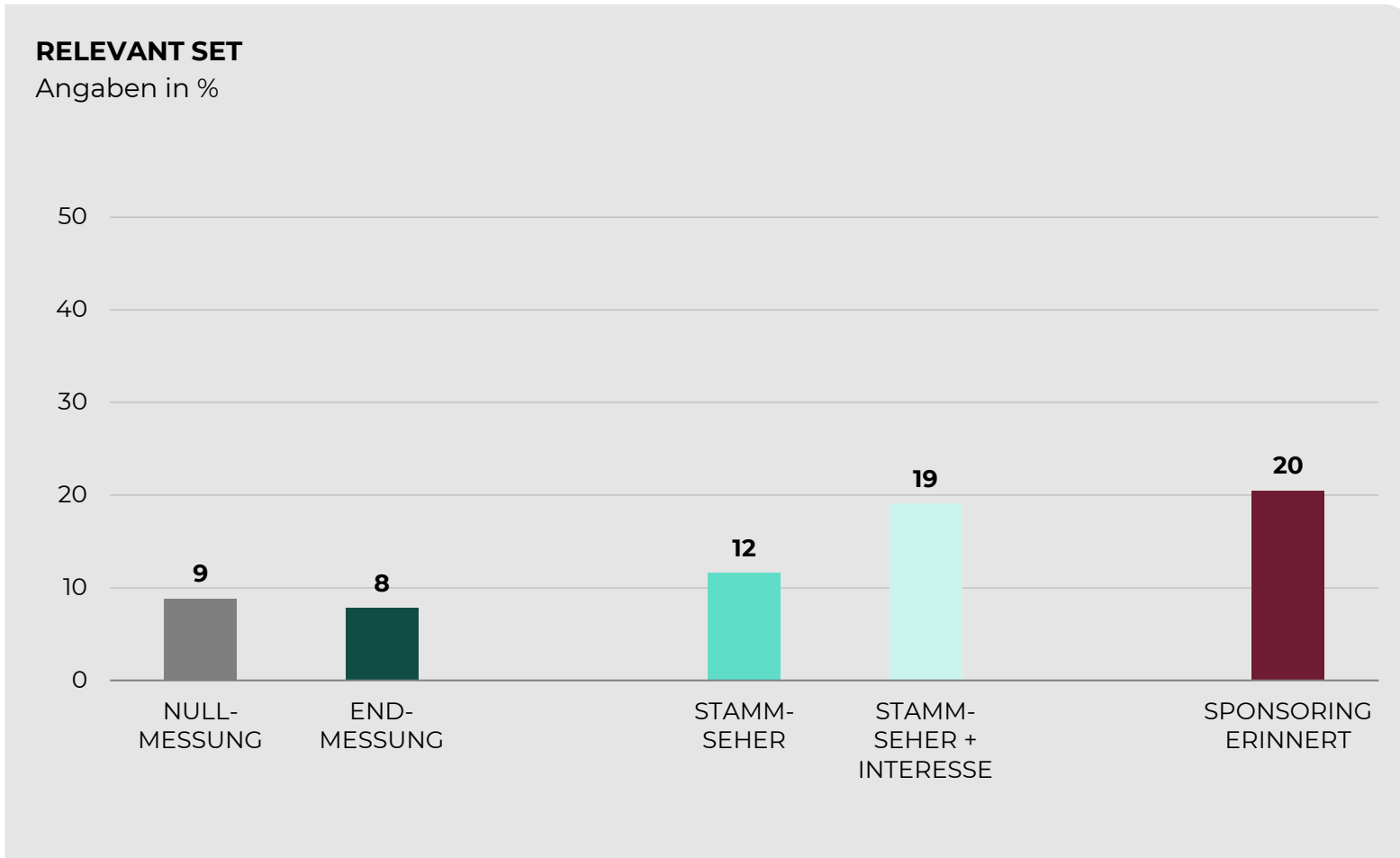
Angaben in %



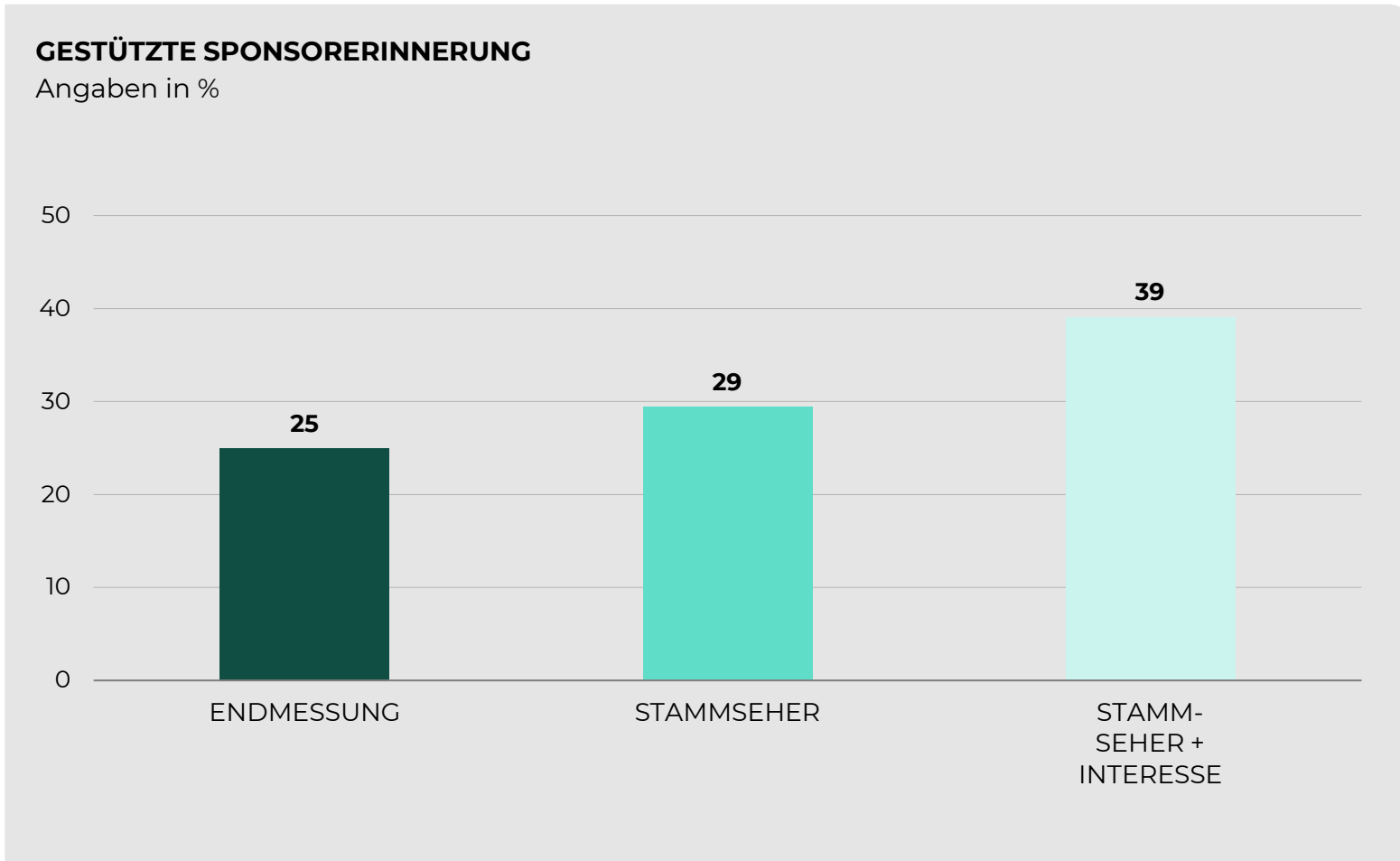
SPONSORING WIRKT POSITIV AUF DIE WERBEERINNERUNG



RELEVANT SET PROFITIERT VOM SPONSORING



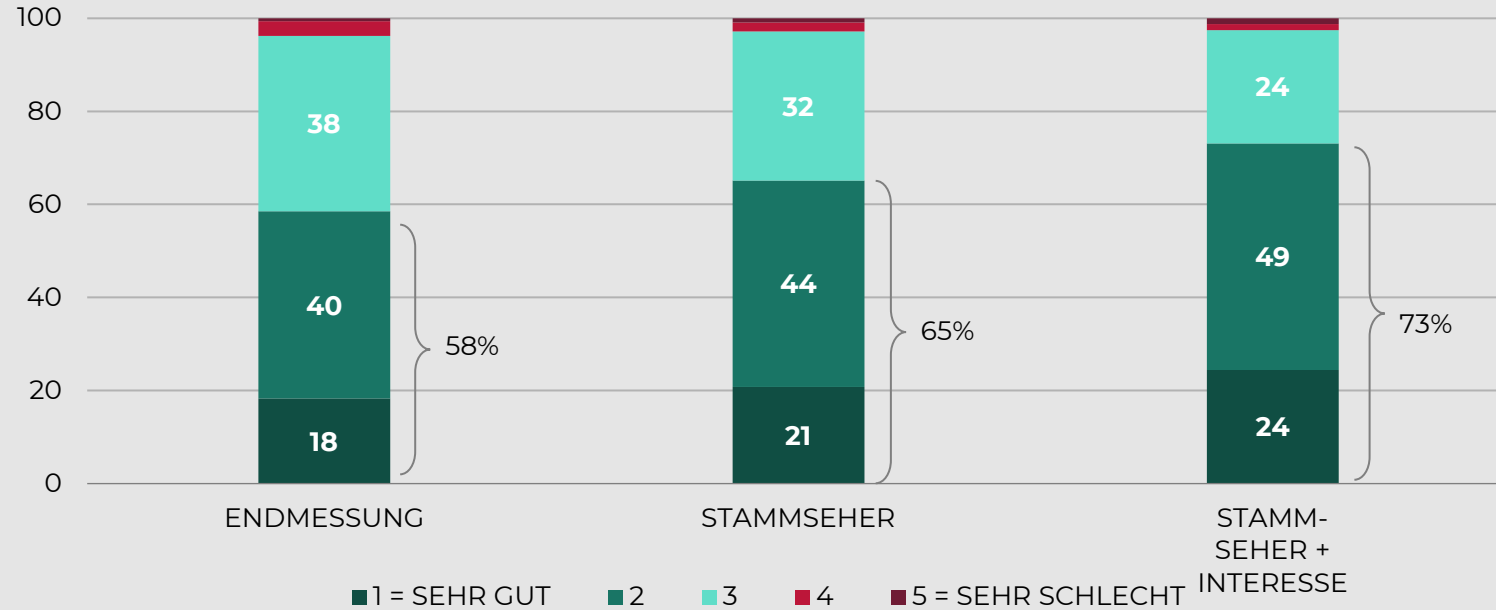
EIN DRITTEL DER CARAVANUNG-INTERESSIERTEN ERINNERT SICH GESTÜTZT AN DAS SPONSORING



DAS SPONSORING KOMMT GUT BEI DEN ZUSCHAUERN AN

SPONSORBEWERTUNG

Angaben in %



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

Vom 12. Januar bis 23. Februar 2022 war [caravanning-info.de](https://www.caravanning-info.de) Sponsor der ProSieben-Sendung „TV Total“.

- Ein Viertel der Befragten erinnert sich gestützt korrekt an den Sponsor.
- Knapp 60 Prozent geben an, dass ihnen das Sponsoring sehr gut oder gut gefallen hat.
- Das Sponsoring wirkt positiv auf Markenbekanntheit, Werbewirkung und Relevant Set.
- Bei allen Indikatoren sind die Wirkungsniveaus in den Subgruppen deutlich höher.

Advertising & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

