

ERWIN MÜLLER

Sponsoring Erwin Müller „TV Total“

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	Erw. 18-49 Jahre, die häufig ProSieben sehen (mind. 3mal pro Woche)
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	29. September bis 06. Oktober 2022
Stichprobe	Nicht-Seher n=776, Seher n=824
Inhalt	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Relevant Set, Sponsor Erinnerung

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

Nicht-Seher:innen

Seher:innen

Seher:innen 1-2 Folgen

Seher:innen 3-4 Folgen

Sponsoring erinnert

AGENDA

1 Steckbrief

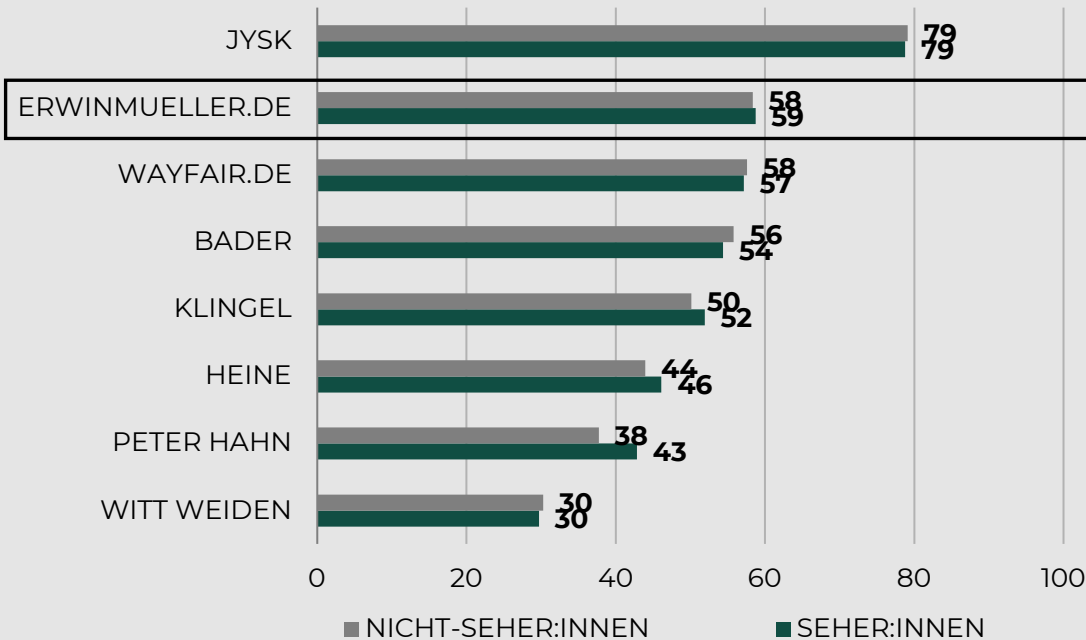
2 Ergebnisse

3 Fazit

HÖHERES BEKANNTHEITSNIVEAU BEI DEN SPONSORERINNERERN

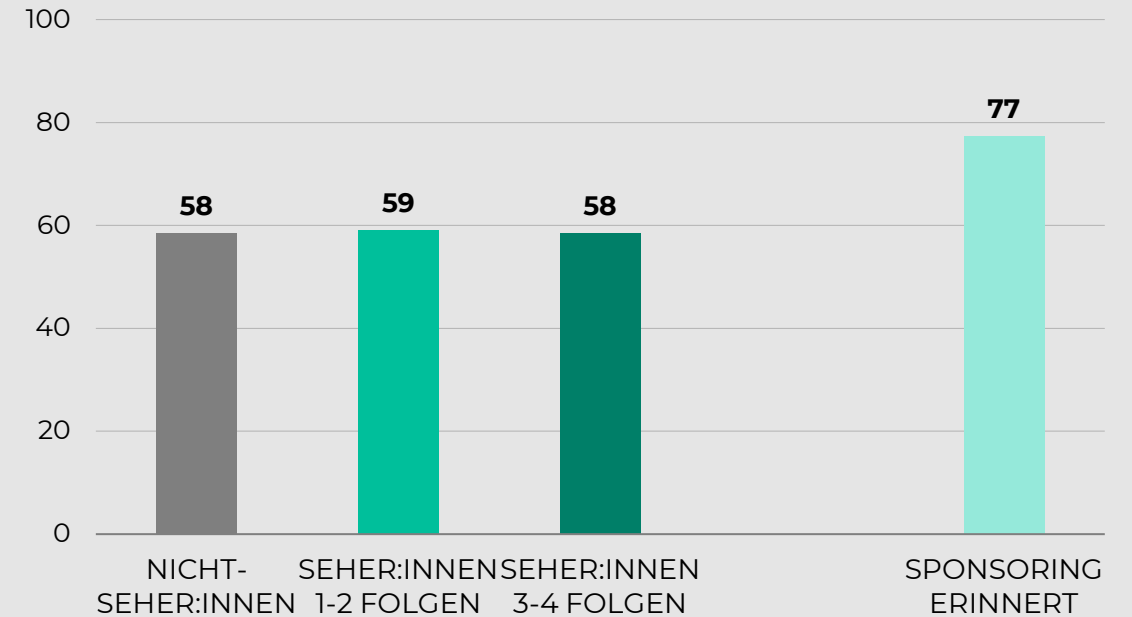
GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT ERWIN MÜLLER

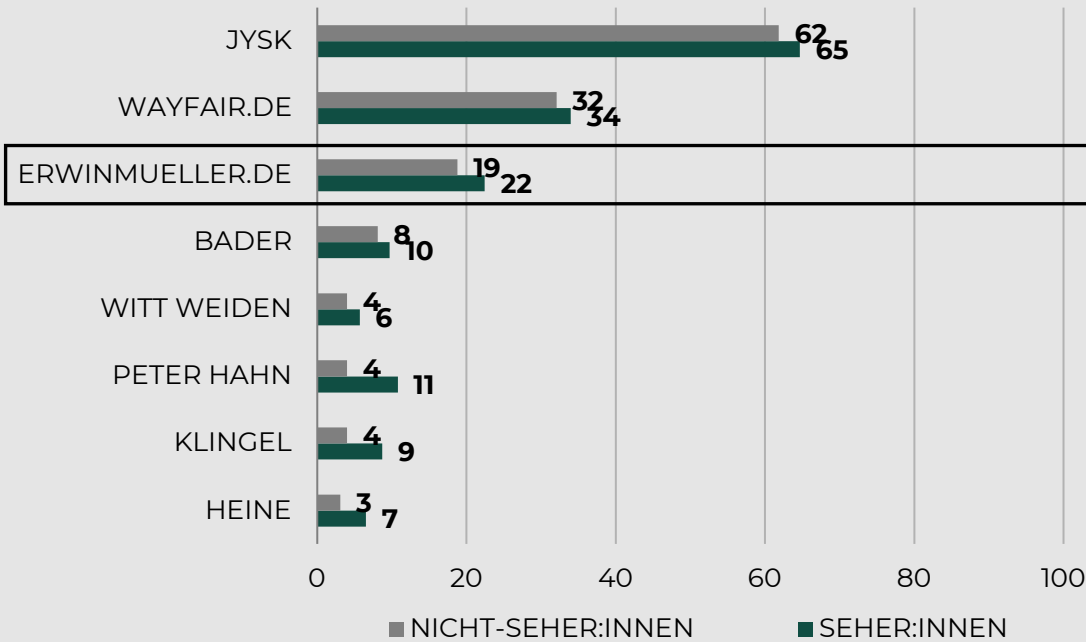
Angaben in %



WERBEERINNERUNG PROFITIERT VOM SPONSORING

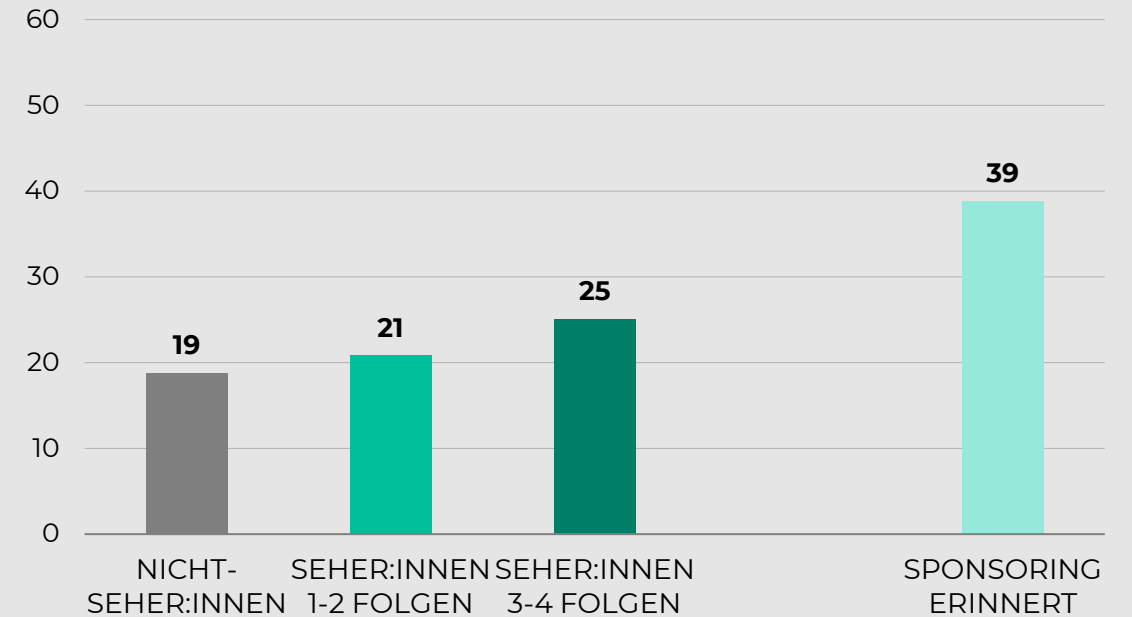
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG ERWIN MÜLLER

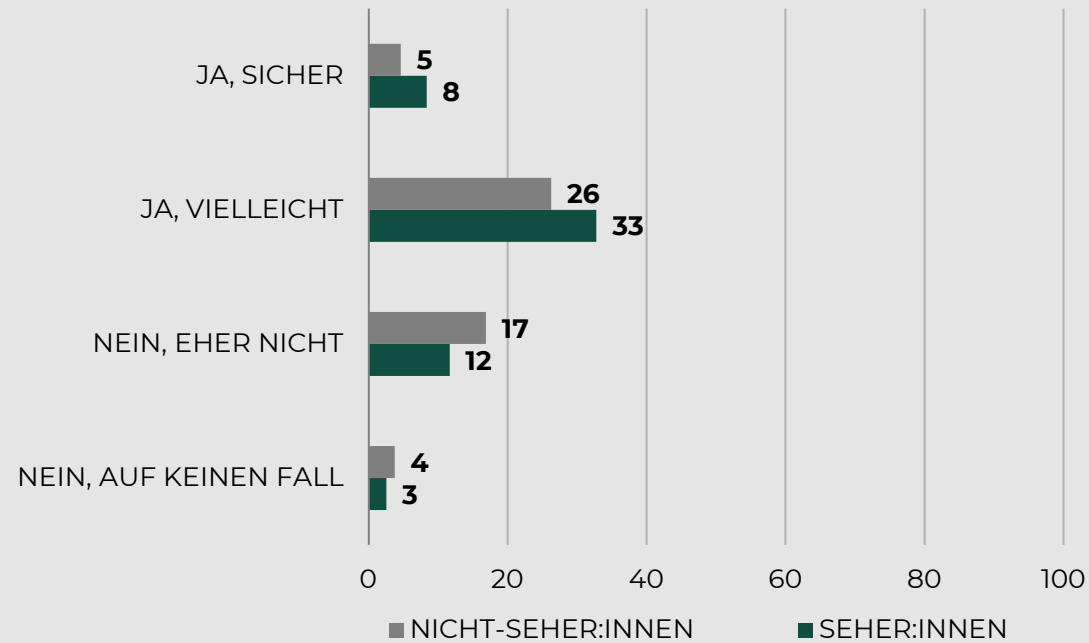
Angaben in %



HÖHERE KAUFBEREITSCHAFT BEI DEN SEHERN

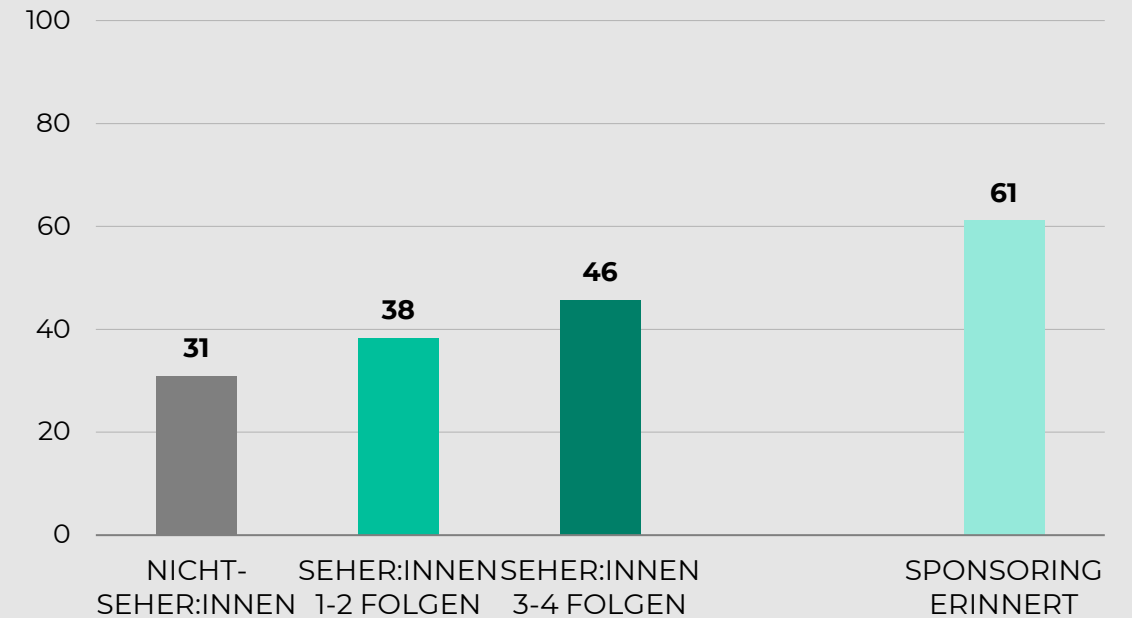
RELEVANT SET

Angaben in %



RELEVANT SET ERWIN MÜLLER

Angaben in % (Top2)



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

- Bei der Markenbekanntheit gibt es innerhalb des untersuchten Zeitraums keine Unterschiede zwischen Seher:innen und Nicht-Seher:innen
- Je häufiger die Sendung gesehen wurde, desto höher ist die Werbeerinnerung an Erwin Müller.
- Auch die Kaufbereitschaft profitiert von dem Sponsoring.
- Über alle drei Wirkungsindikatoren ist das Niveau in der Gruppe der Sponsorereinnerer am höchsten.

AdvertisErwin Müller & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 UnterföhrErwin Müller

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

