



sport1



360°-MEHRWERT DURCH VERNETZUNG* WERBEWIRKUNG DURCH KOMBINATION VON WERBEFORMEN IM TV UND INTERNET

MANAGEMENT SUMMARY

WERBEERINNERUNG

Durch die vernetzte Kommunikation konnte die Werbeerinnerung stetig gesteigert werden. Die Hinzunahme von Internet führte zu einem weiteren Wirkungsplus.

+49%

KAUFABSICHT

Durch Einsatz der 360-Grad-Kommunikation wird auch die Kaufwahrscheinlichkeit signifikant gesteigert.

+28%

HINTERGRUND & ZIELE

ZIEL

Ziel war es, die unterschiedliche Wirkung verschiedener Werbeformate im TV-Umfeld „Sport“ zu testen. Dazu wurde für die Marke Toyota unterschiedliche Werbeformate verglichen.

Neben der Wirkung der unterschiedlichen Formate wurde der zusätzliche Effekt eines Besuchs der SPORT1-Homepage auf die Werbewirkung untersucht.

CHANNEL PLANNING*

KEY FACTS & ERGEBNISSE

AUFMERSAMKEIT	Aus Sicht der Konsumenten haben die folgenden Punkte die höchste Aufmerksamkeitswirkung:			
	TV- Werbung	43%		
	Gespräche mit Freunden, Kollegen, Familie	37%		
	Autosendungen im TV			
		32%		
IMAGE	Imageprägend aus Sicht der Zuschauer – neben dem persönlichen Umfeld und Testzeitschriften:			
	Autosendungen im TV			
		15%		
SENDER & UMFELDER	Sport und insbesondere Livesport ist das beliebteste Werbeumfeld wenn es um PKW-Werbung geht:			
	SPORT1	43%	Sport-Liveübertragungen	52%
	PRO7	41%	Sportmagazine	43%
	RTL	33%	Spielfilme	34%

* Ausführliche Informationen & Ergebnisse zu den Studien Werbeumfeldtest & Channel Planning finden Sie unter <http://sport1media.de/downloads/>

Impressum

Sport1 Media GmbH
Münchener Straße 101g
85737 Ismaning
Deutschland

Tel: +49 89 960 66 - 2554
Fax: +49 89 960 66 - 2409
info@sport1media.de
www.sport1media.de

Geschäftsführer:
Patrick Fischer (Vorsitzender)
Dr. Matthias Kirschenhofer
Stephan Katzmann

Firmensitz: Ismaning
HRB 171 958 AG München
Ust-Id-Nr. DE259198403
St-Nr. 143 / 102/51071

Vorbehaltlich Programmänderungen

sport1

Folgen Sie uns auf:

