



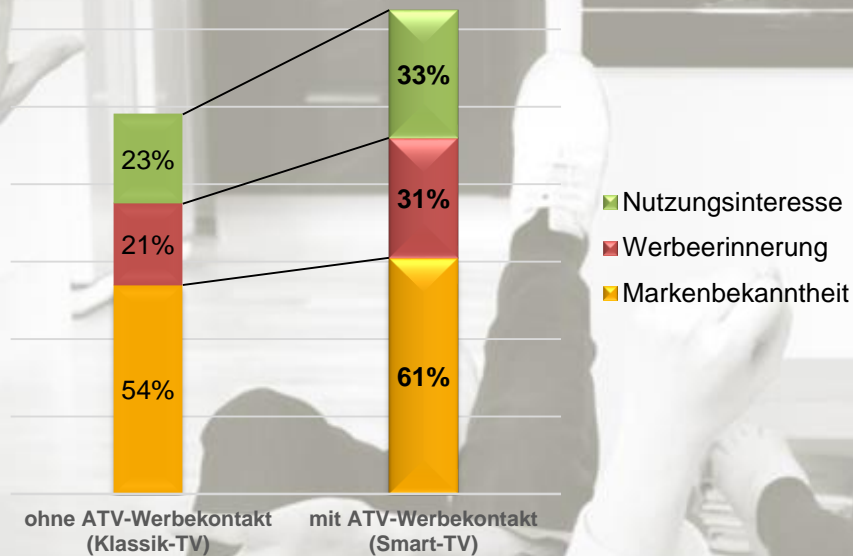
„ADVANTAGE ADDRESSABLE TV“

ERGEBNISSE DER REPRÄSENTATIVEN STUDIE VON SPORT1 MEDIA & ANNALECT

ADVANTAGE ATV

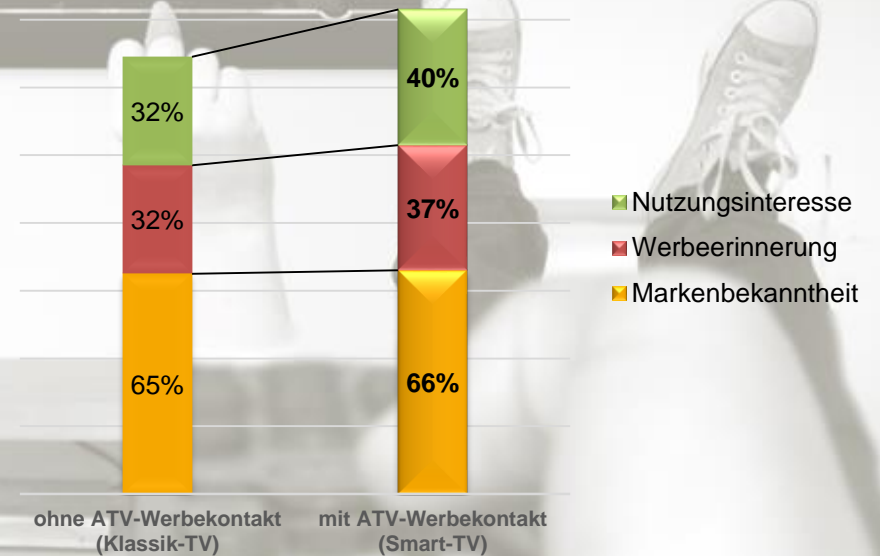
ERGEBNIS #1

ATV WIRKT AUF ZENTRALE MARKEN-KPI'S



TV-Gesamt-Kampagne

ATV WIRKT MEHR AUF SPORT1



TV-Kampagne auf



Fragen:

„Welche der folgenden Gebrauchtwagenprogramme von Autoherstellern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?“ (Mehrfachantwort)

„Für welche der folgenden Gebrauchtwagenprogramme von Autoherstellern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“ (Mehrfachantwort)

„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie beim nächsten Gebrauchtwagenkauf das Gebrauchtwagenprogramm von Automarke A nutzen werden?“ (Skala; 10-stufig)

Basis – TV-Gesamt: 18-59 Onliner, SmartTV Nutzer; mit AddTV-Werbekontakt n= 469; ohne AddTV-Werbekontakt n= 4.216

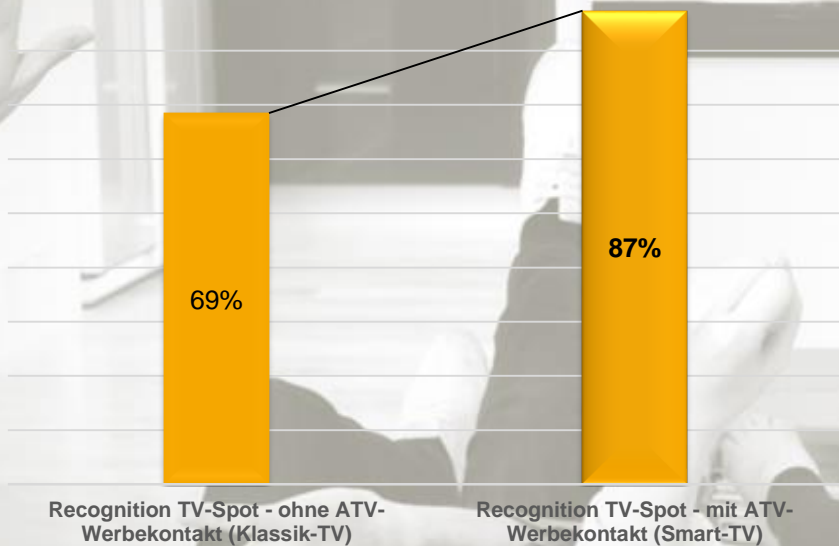
Basis – SPORT1: E 18-59 Onliner, SmartTV Nutzer; Sport1-Seher; mit AddTV-Werbekontakt n= 226; ohne AddTV-Werbekontakt n= 1.496

ADVANTAGE ATV

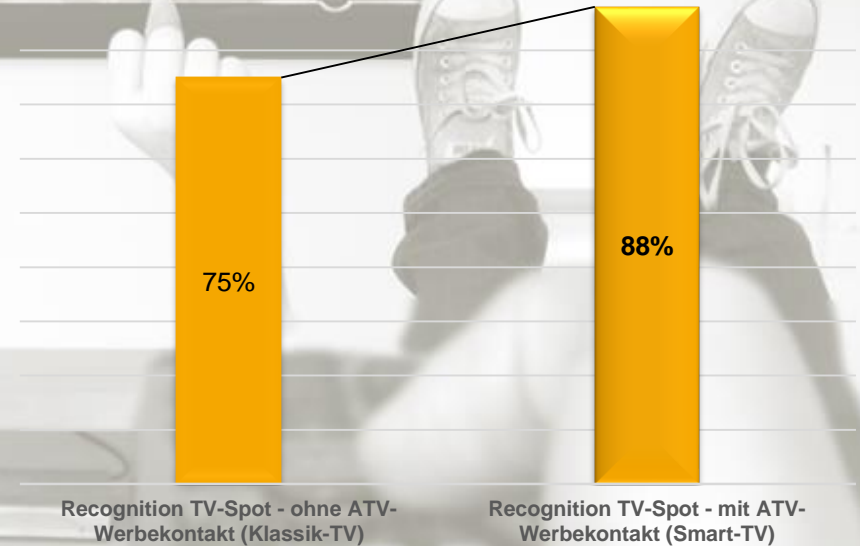
ERGEBNIS #2

ATV UNTERSTÜTZT KLASSISCHE SPOTWIRKUNG

RECOGNITION-NIVEAU AUF SPORT1 HÖHER



TV-Gesamt-Kampagne



TV-Kampagne auf



Fragen:

„Hier sehen Sie einen TV-Spot, mit dem für das Gebrauchtwagenprogramm von Automarke A geworben wurde. Haben Sie diesen TV-Spot schon einmal gesehen?“ (Einfachantwort)

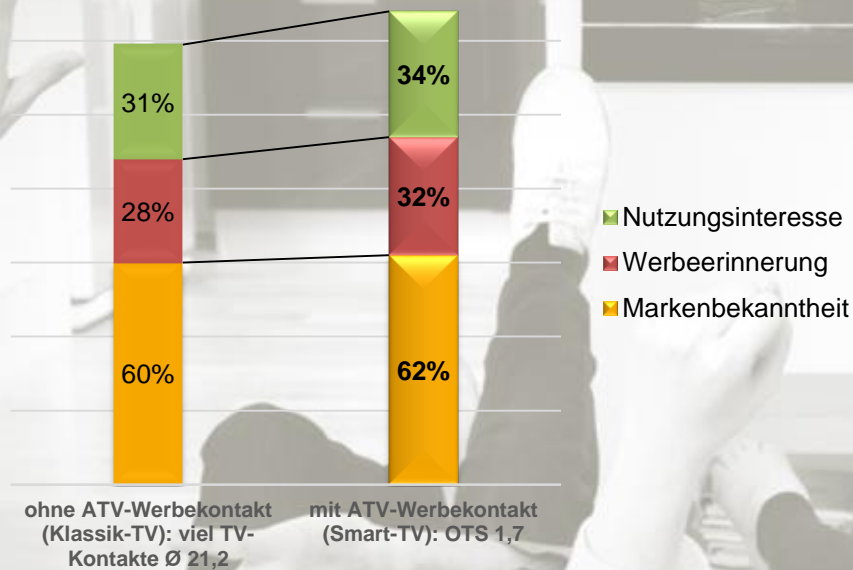
Basis – TV-Gesamt: 18-59 Onliner, SmartTV Nutzer; mit AddTV-Werbekontakt n= 469; ohne AddTV-Werbekontakt n= 4.216

Basis – SPORT1: E 18-59 Onliner, SmartTV Nutzer; Sport1-Seher; mit AddTV-Werbekontakt n= 226; ohne AddTV-Werbekontakt n= 1.496

ADVANTAGE ATV

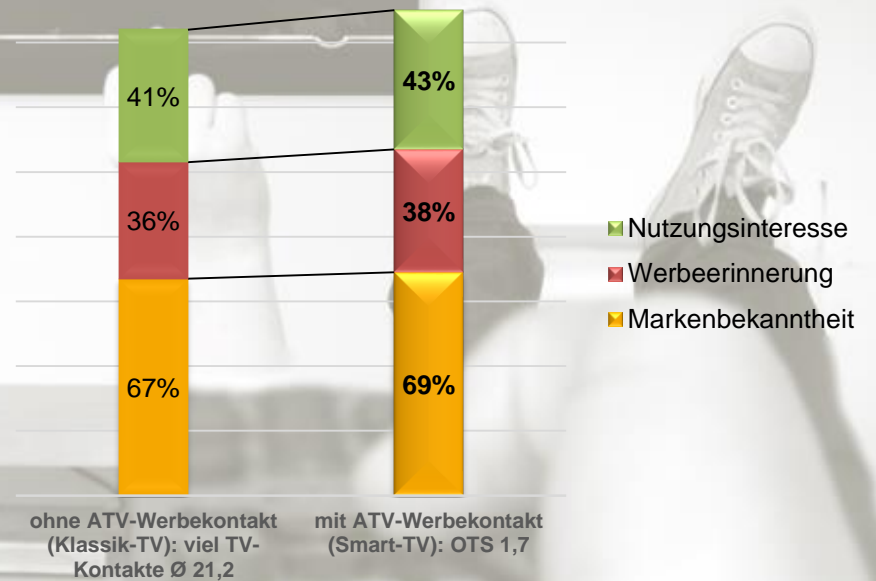
ERGEBNIS #3

MEHR WERBEWIRKUNG DURCH ATV-KONTAKT



TV-Gesamt-Kampagne

WERBEWIRKUNG-NIVEAU AUF SPORT1 HÖHER



TV-Kampagne auf



Fragen:
 „Welche der folgenden Gebrauchtwagenprogramme von Autoherstellern kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?“ (Mehrfachantwort) ; [autosuche.de oder Junge Gebrauchte]
 „Für welche der folgenden Gebrauchtwagenprogramme von Autoherstellern haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?“ (Mehrfachantwort) ; [autosuche.de oder Junge Gebrauchte]
 „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie beim nächsten Gebrauchtwagenkauf das Gebrauchtwagenprogramm von Automarke A nutzen werden?“ (Skala; 10-stufig; TOP 3)
 Basis – TV-Gesamt: 18-59 Onliner, SmartTV Nutzer; mit AddTV-Werbekontakt n= 469; ohne AddTV-Werbekontakt n= 4.216
 Basis – SPORT1: E 18-59 Onliner, SmartTV Nutzer; Sport1-Seher; mit AddTV-Werbekontakt n= 226; ohne AddTV-Werbekontakt n= 1.496