



DSDS Staffel IV: Erfolgsmessung des Sponsorings durch Cab

2007



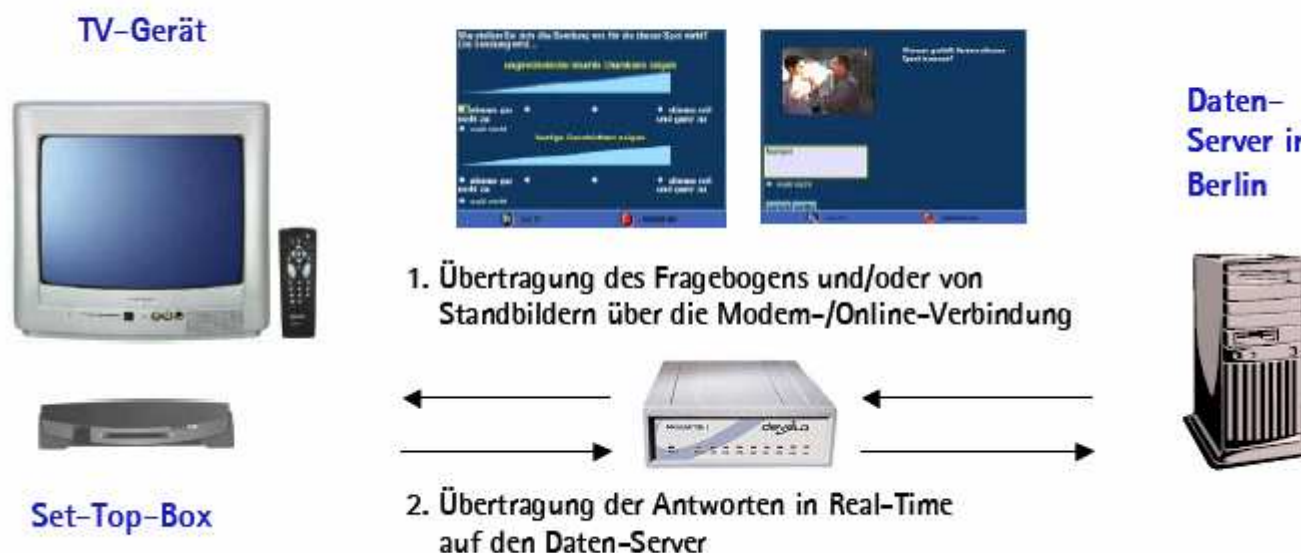
Untersuchungssteckbrief

1. Welle	31. Januar – 06. Februar 2007
	E 14-69 Jahre / n=1.000; Teilstichprobe E 14-29 / n=251
	Repräsentative Online-In Home Befragung mit forsa.omninet
2. Welle	08. Mai – 13. Mai 2007
	E 14-69 Jahre / n=1.006; Teilstichprobe E 14-29 / n=252
	Repräsentative Online-In Home Befragung mit forsa.omninet



forsa.omninet: Panel-Zusammensetzung / Technische Grundlagen

- forsa.omninet ist bisher das einzige onlinebasierte Panel in Deutschland, das aus einer bevölkerungsrepräsentativen Zufallsstichprobe stammt.
- Die Panel-Teilnehmer bilden einen repräsentativen Querschnitt der deutschen Bevölkerung von 14 bis 69 Jahren in Haushalten mit Telefon und mindestens einem Fernseher.
- Zwischen Fernseher und Telefonanschluss wird eine Set-Top-Box geschaltet.



forsa.omninet: Befragungssituation



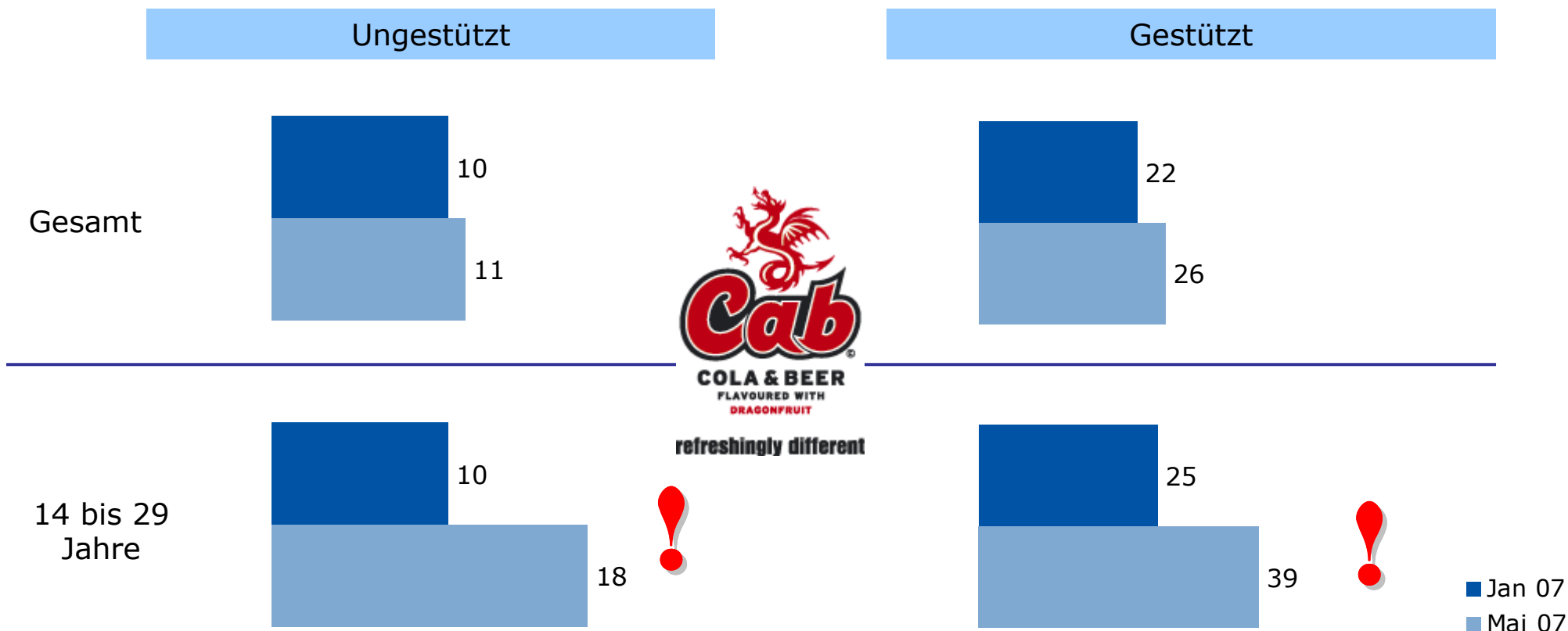
- Die Beantwortung der Fragen erfolgt in der gewohnten häuslichen Umgebung und zu selbst gewählten Zeiten direkt über das TV-Gerät.
- Sobald eine neue Befragung freigeschaltet ist, bekommen die ausgewählten Panelteilnehmer eine Nachricht, mit der Bitte den neu vorliegenden Fragebogen auszufüllen.
- Die Teilnehmer beantworten Frage für Frage, wobei sie keine Frage auslassen oder wiederholt beantworten können.
- Schon während des Ausfüllens werden die Daten auf dem forsa.omninet-Server gespeichert.



Größere Awareness in der jungen Zielgruppe

Un-/Gestützte Sponsoren-Erinnerung Cab – Gesamt vs. 14- bis 29-Jährige

Angaben in %



refreshingly different

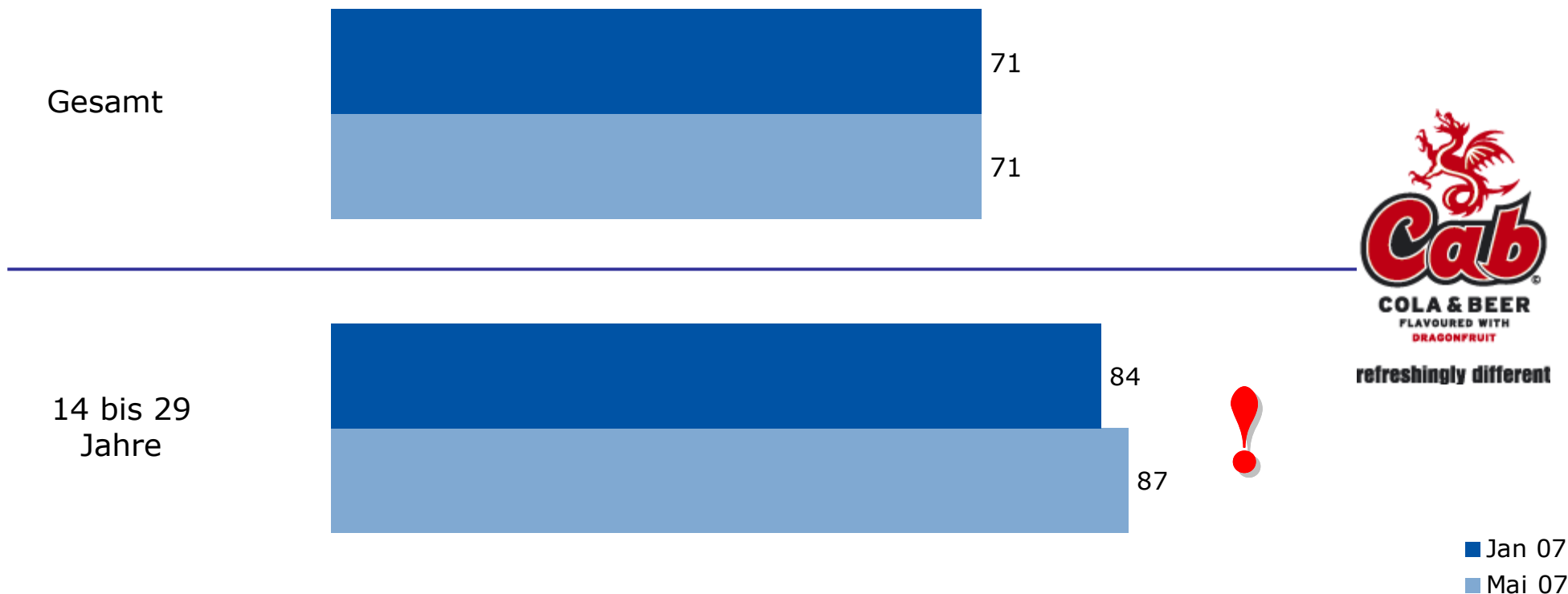
Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-69 Jahre/n=1.000 (Welle 1) und n=1.006 (Welle 2) / 14-29 Jahre/n=251 (Welle 1) und 252 (Welle 2)



Cab steigert Bekanntheit in der jungen Zielgruppe

Gestützte Markenbekanntheit Cab – Gesamt vs. 14- bis 29-Jährige

Angaben in %



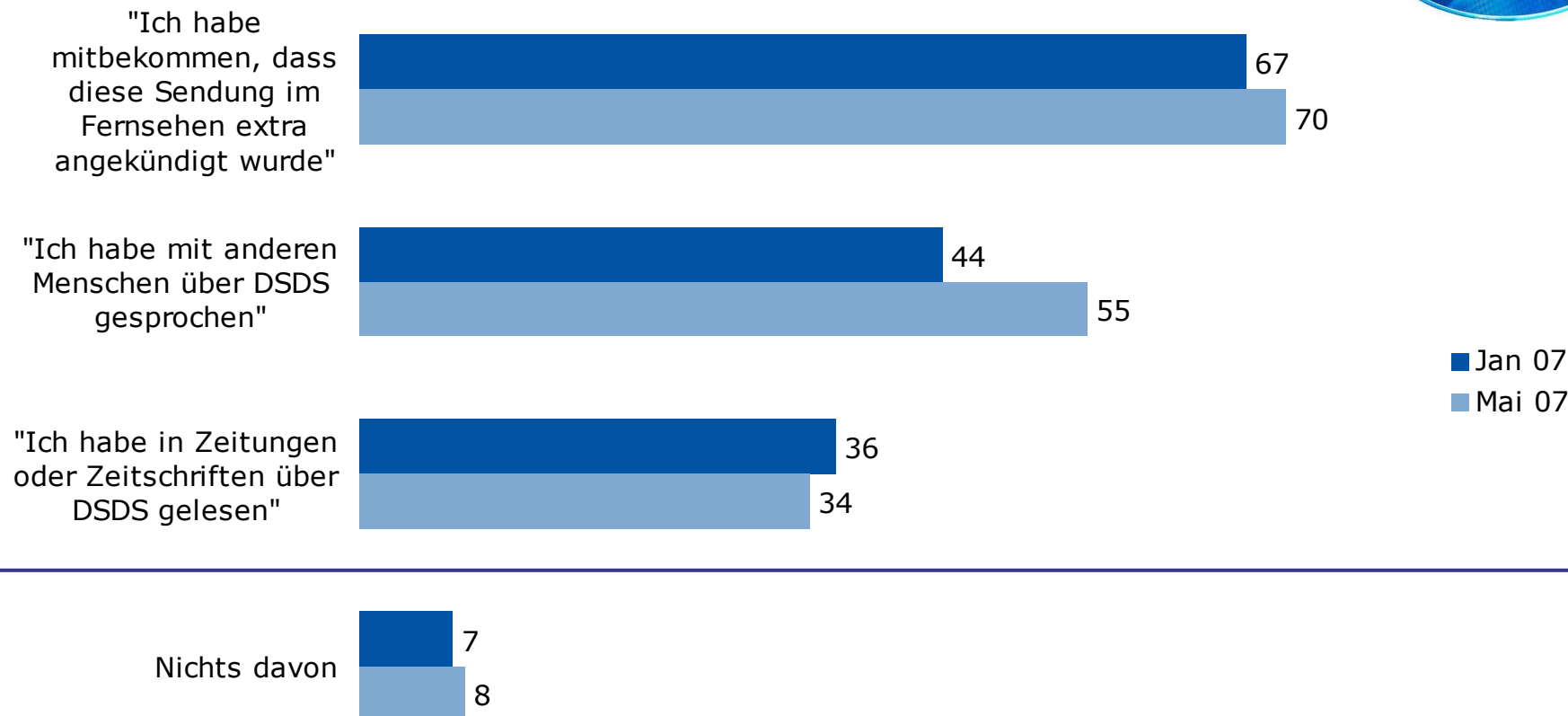
Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-69 Jahre/n=1.000 (Welle 1) und n=1.006 (Welle 2) / 14-29 Jahre/n=251 (Welle 1) und 252 (Welle 2)



DSDS ist „Talk of Town“

Publicity/Kommunikation über DSDS

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=251 (Welle 1) und n=252 (Welle 2)
 Frage: Welche der folgenden Aussagen treffen in Zusammenhang mit „Deutschland sucht den Superstar“ auf Sie zu? (Mehrfachnennungen)





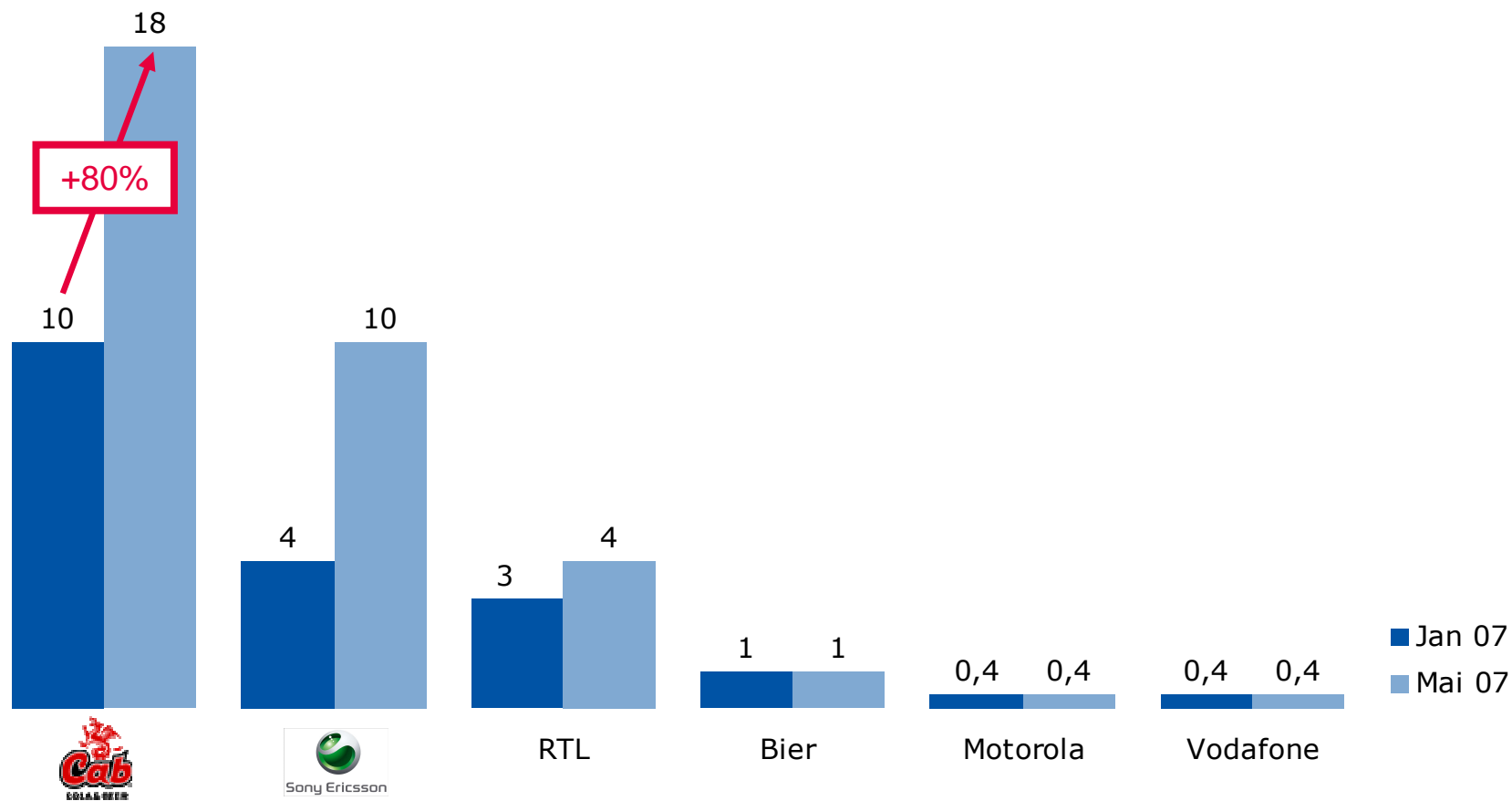
Werbewirkungsparameter: Cab



Sponsoren-Erinnerung nimmt deutlich zu

Ungestützte Sponsoren-Erinnerung Cab

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / DSDS-Seher oder Publicity-Kenner



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=239 (Welle 1) und n=235 (Welle 2)

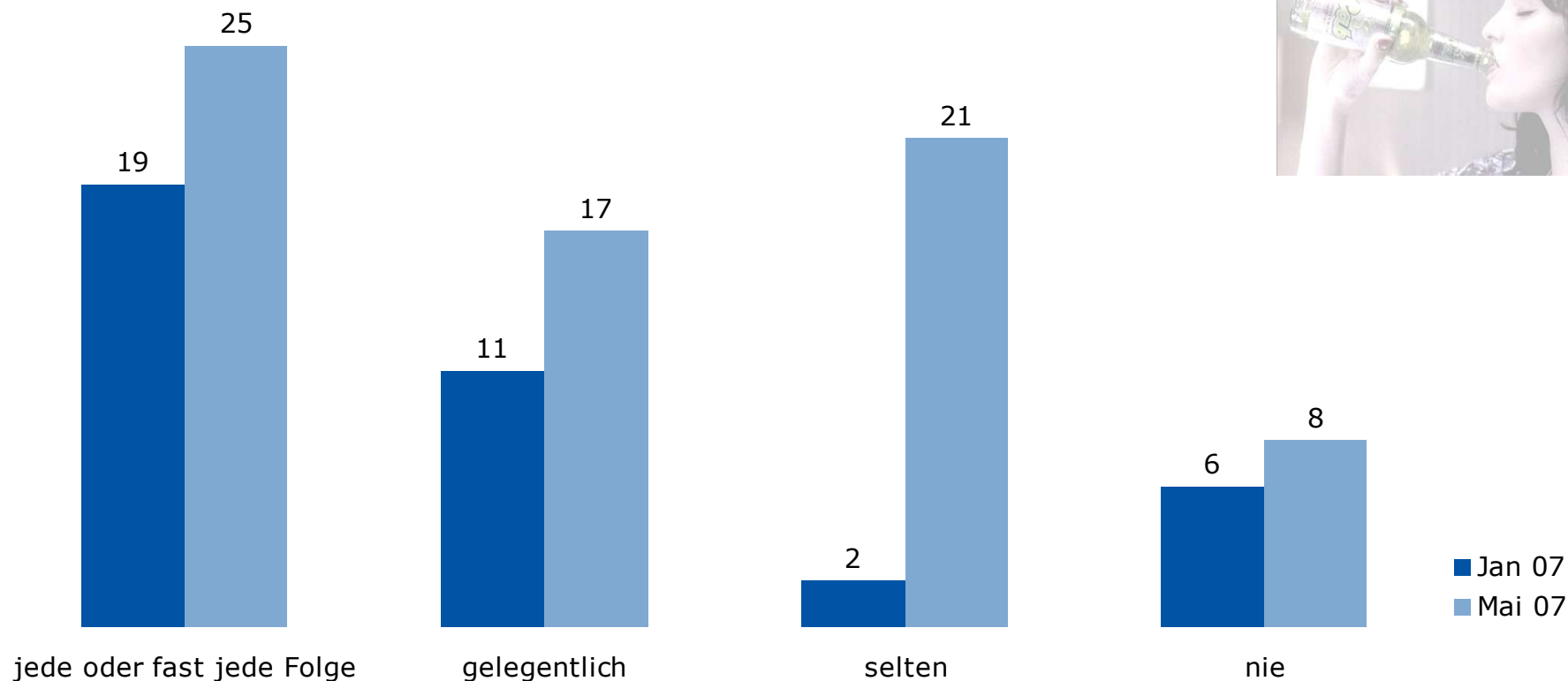
Frage: Kommen wir zu Sponsoren von „Deutschland sucht den Superstar“. Welche Unternehmen und Marken verbinden Sie mit "Deutschland sucht den Superstar"?



Hoher Erinnerungsgrad bei DSDS-Fans

Ungestützte Sponsoren-Erinnerung Cab – Nach Sehverhalten

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / DSDS-Seher oder Publicity-Kenner



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=239 (Welle 1) und n=235 (Welle 2)

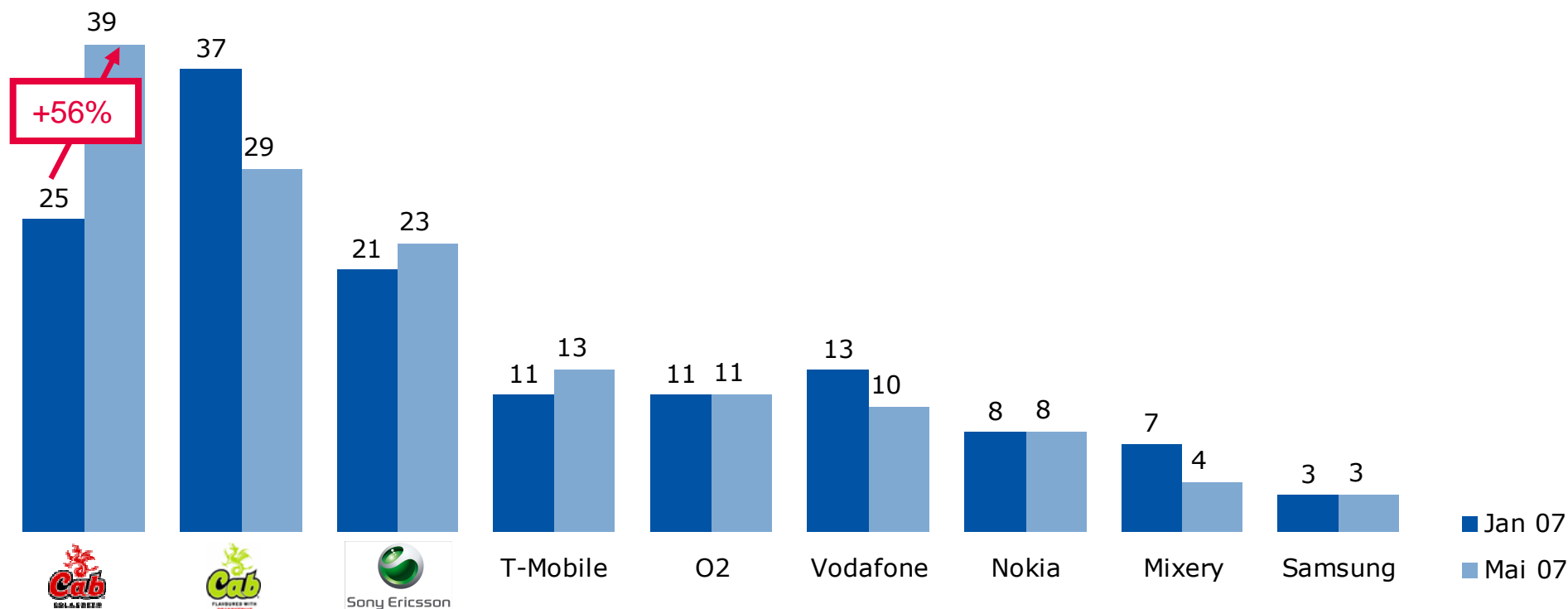
Frage: Kommen wir zu Sponsoren von „Deutschland sucht den Superstar“. Welche Unternehmen und Marken verbinden Sie mit "Deutschland sucht den Superstar"?



Sponsoren-Erinnerung steigt

Gestützte Sponsoren-Erinnerung Cab

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / DSDS-Seher oder Publicity-Kenner



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=239 (Welle 1) und n=235 (Welle 2)

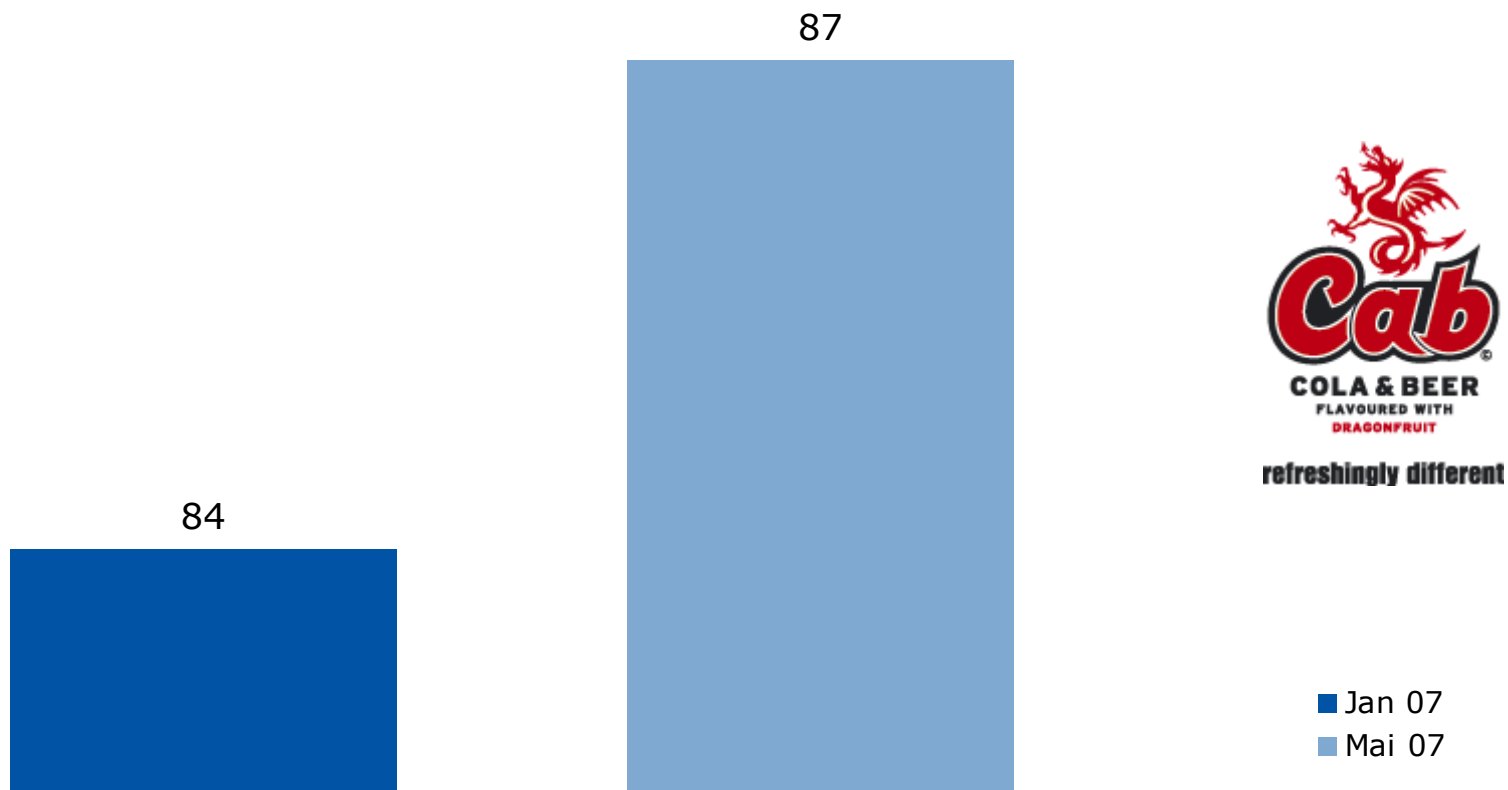
Frage: Im Folgenden sehen Sie einige Unternehmen und Marken. Welche Unternehmen und Marken sind Ihnen als Sponsor von "Deutschland sucht den Superstar" aufgefallen?



Bekanntheit nimmt auf hohem Niveau weiter zu

Gestützte Markenbekanntheit Cab nach Logo-Vorlage

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=251 (Welle 1) und n=252 (Welle 2)





Image: Cab

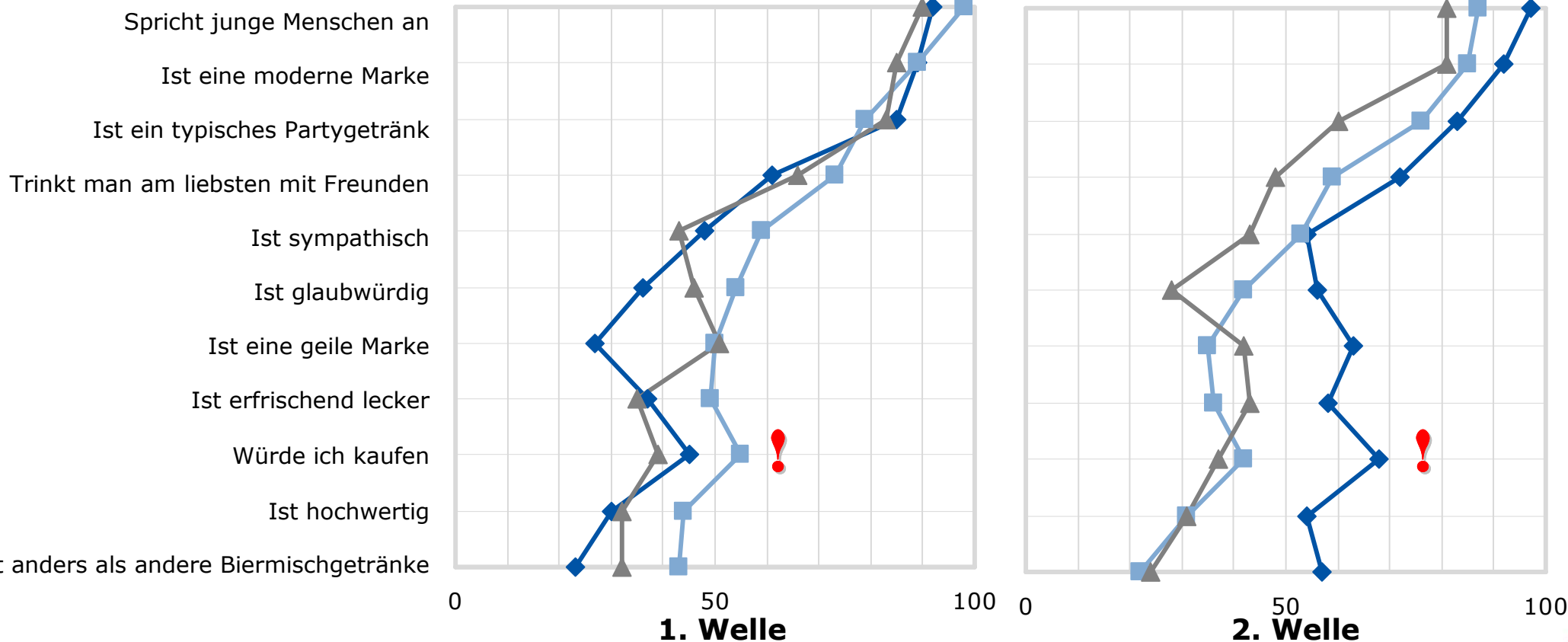


Kaufbereitschaft wird zunehmend aktiviert

Image-Beurteilung – Nach Sehverhalten

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / Top Two-Werte / Cab-Kenner

—◆— Jede oder fast jede Folge —■— gelegentlich —▲— selten



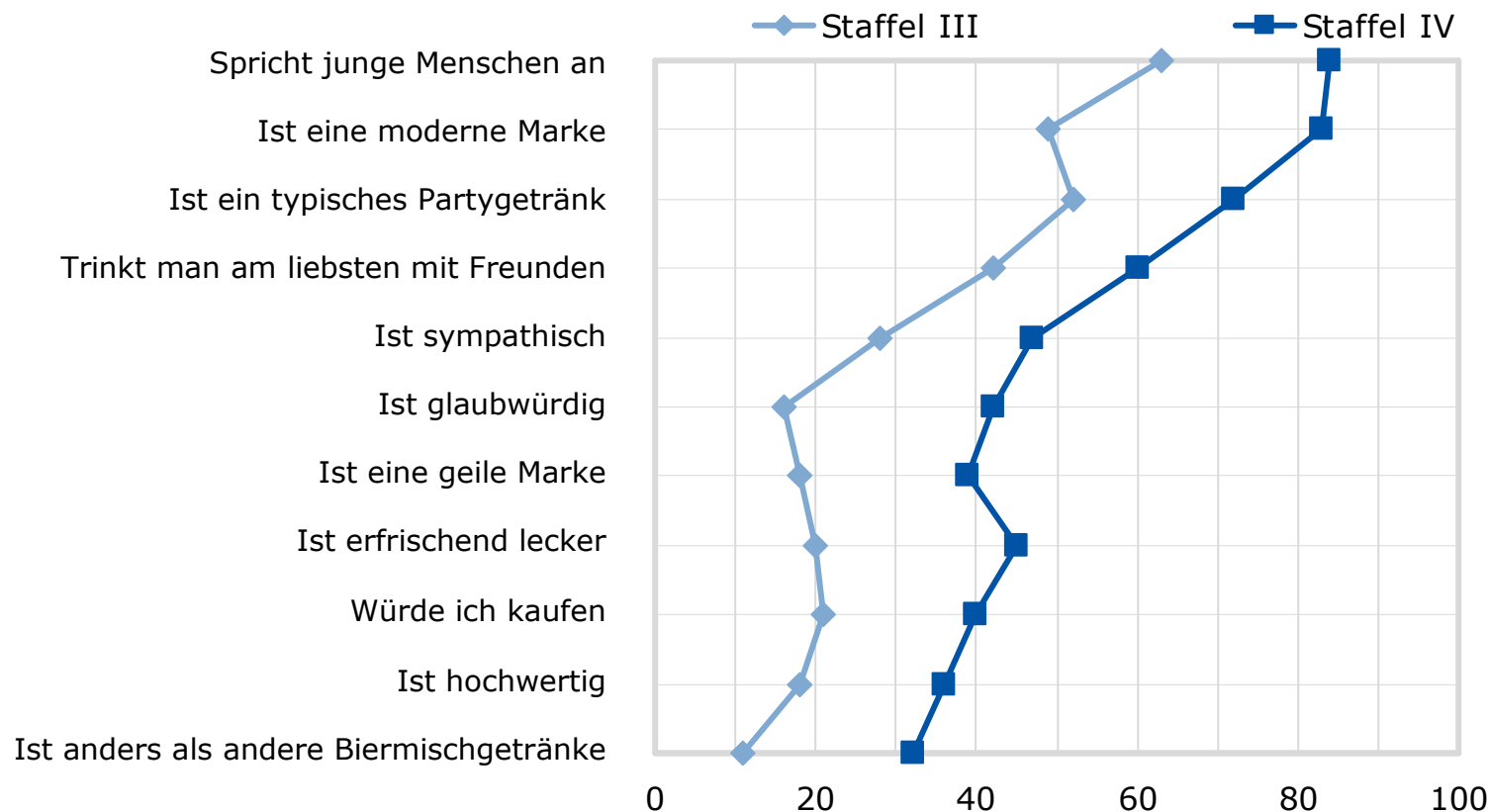
Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=211 (Welle 1) und n=220 (Welle 2)
 Frage: Im Folgenden lesen Sie einige Aussagen, die andere Menschen über Cab gemacht haben! Bitte sagen Sie uns immer, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen!
 1=stimme überhaupt nicht zu bis 4=stimme voll und ganz zu.



Marken-Image noch positiver

Image-Beurteilung – Vergleich Staffel IV zu Staffel III

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / Top Two-Werte / Nur Cab-Kenner / Nur 2. Welle



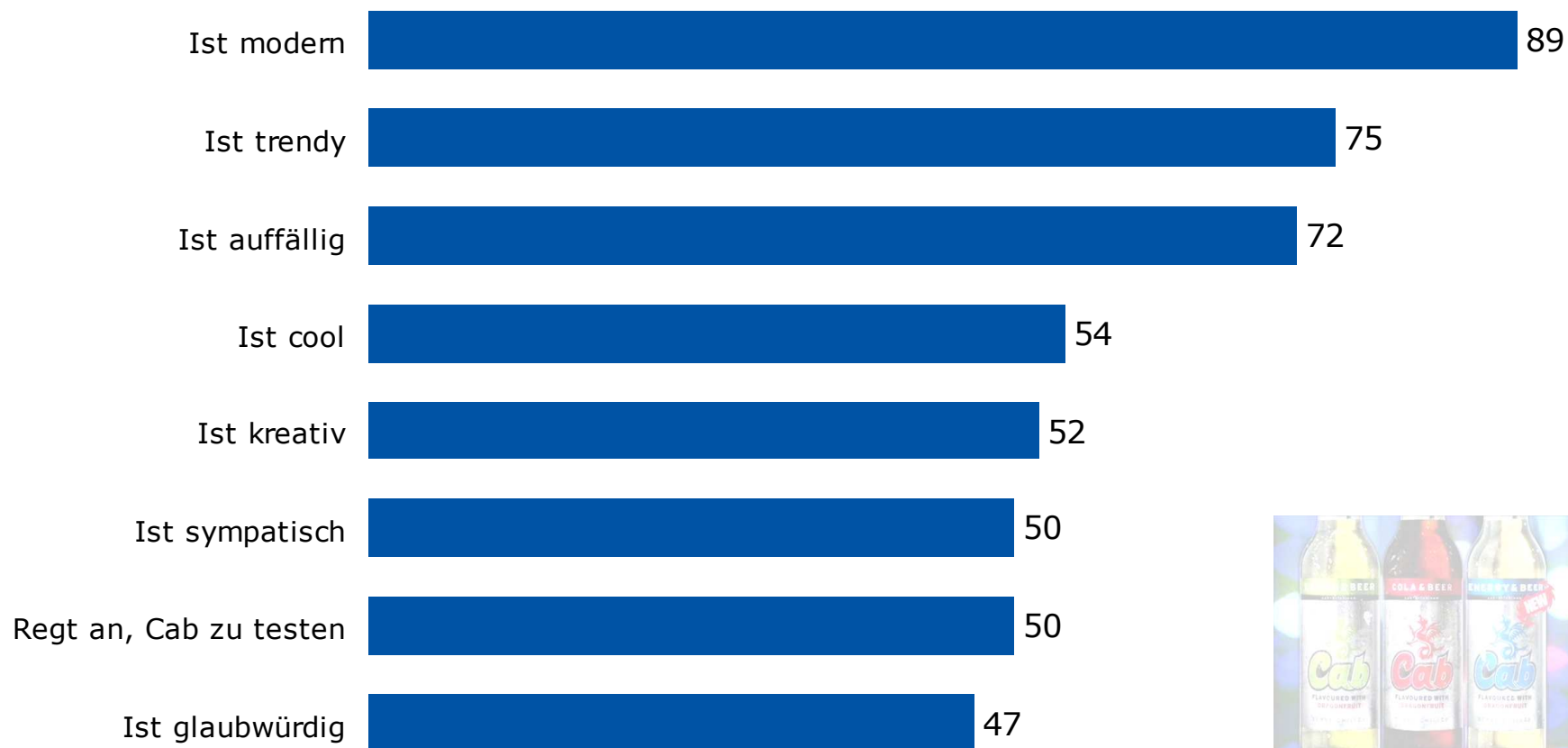
Basis: 2. und 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/2007 n=220 (Welle 2) / 2005/2006 n=175 (14- 29-Jährige, die über TV erreicht wurden)
 Frage: Im Folgenden lesen Sie einige Aussagen, die andere Menschen über Cab gemacht haben! Bitte sagen Sie uns immer, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen!
 1=stimme überhaupt nicht zu bis 4=stimme voll und ganz zu.



Sponsoring-Auftritt stärkt Marken-Image

Beurteilung Cab-Auftritt

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / Top Two-Werte / Cab-Sponsoring-Erinnerer / Nur 2. Welle



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=73

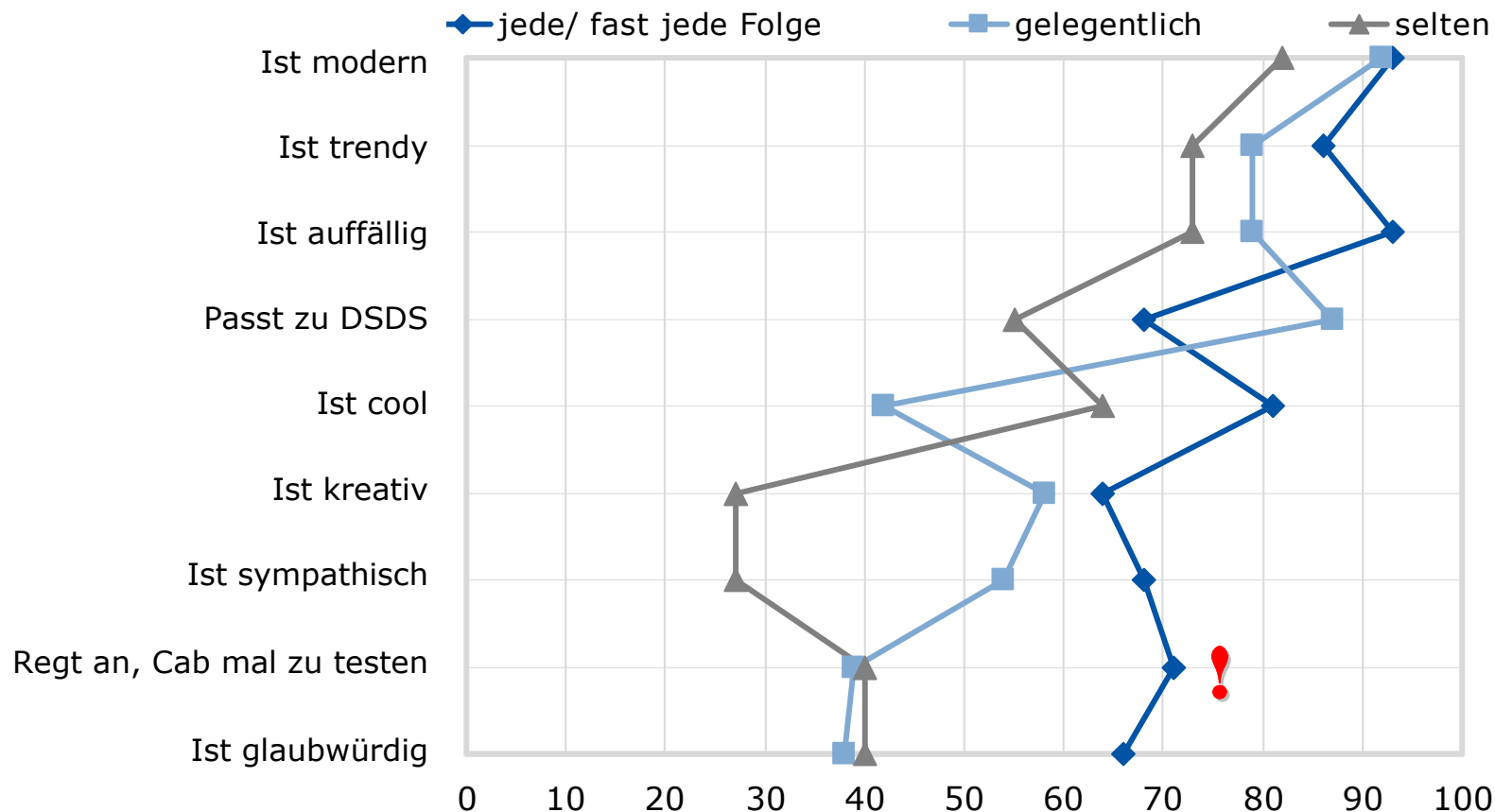
Frage: Im Folgenden lesen Sie einige Aussagen, die andere Menschen über den Auftritt von Cab bei DSDS gemacht haben! Bitte sagen Sie uns immer, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen! 1=stimme überhaupt nicht zu bis 4=stimme voll und ganz zu.



DSDS-Fans urteilen am positivsten

Beurteilung Cab-Auftritt – Nach Sehverhalten

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / Top 2-Werte / Cab-Sponsoring-Erinnerer / Nur 2. Welle



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/n=73

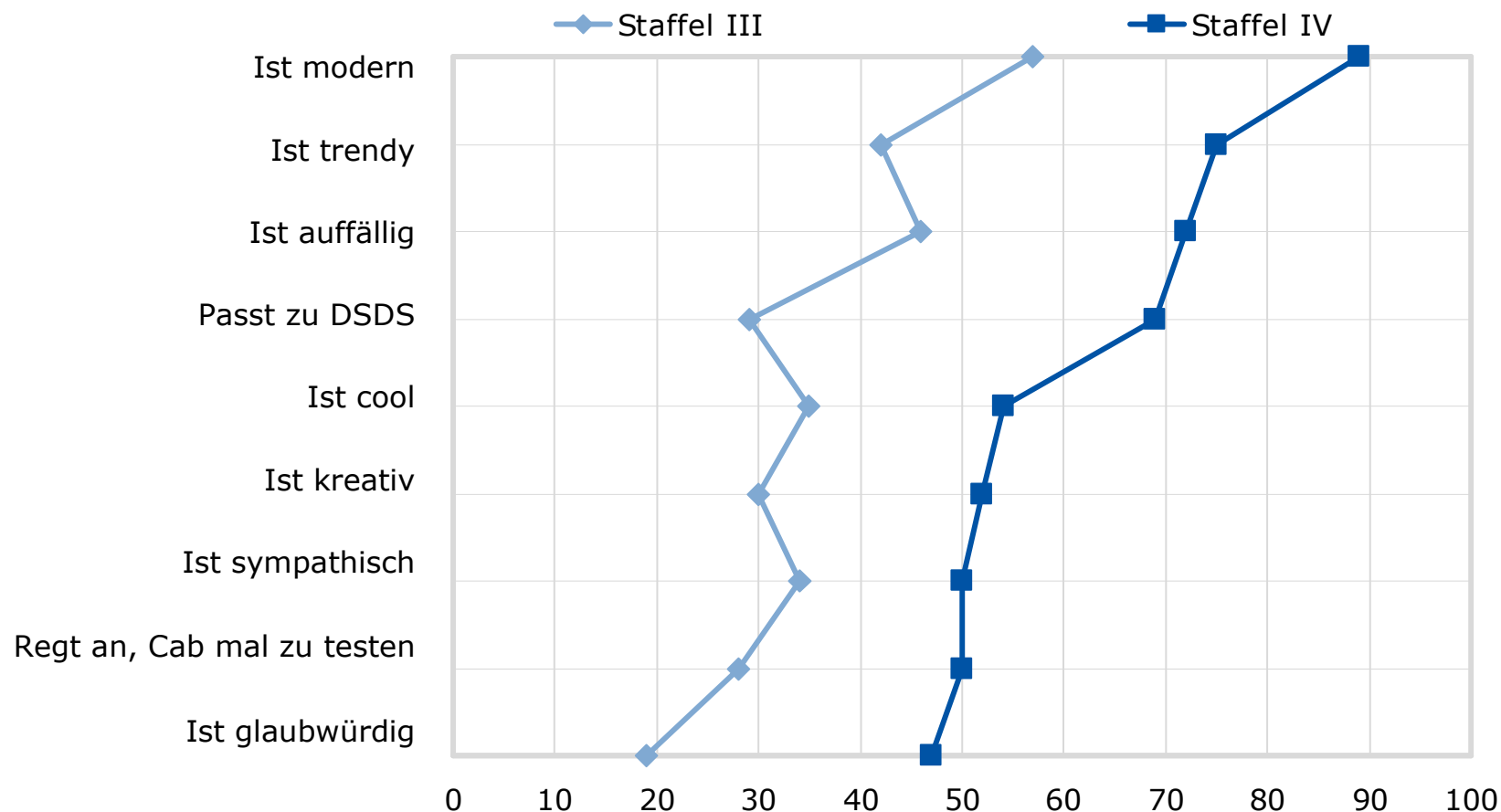
Frage: Im Folgenden lesen Sie einige Aussagen, die andere Menschen über den Auftritt von Cab bei DSDS gemacht haben! Bitte sagen Sie uns immer, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen! 1=stimme überhaupt nicht zu bis 4=stimme voll und ganz zu.



Marken-Auftritt profiliert sich

Beurteilung Cab-Auftritt – Vergleich Staffel IV zu Staffel III

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / Top 2-Werte / Cab-Sponsoring-Erinnerer / Nur 2. Welle



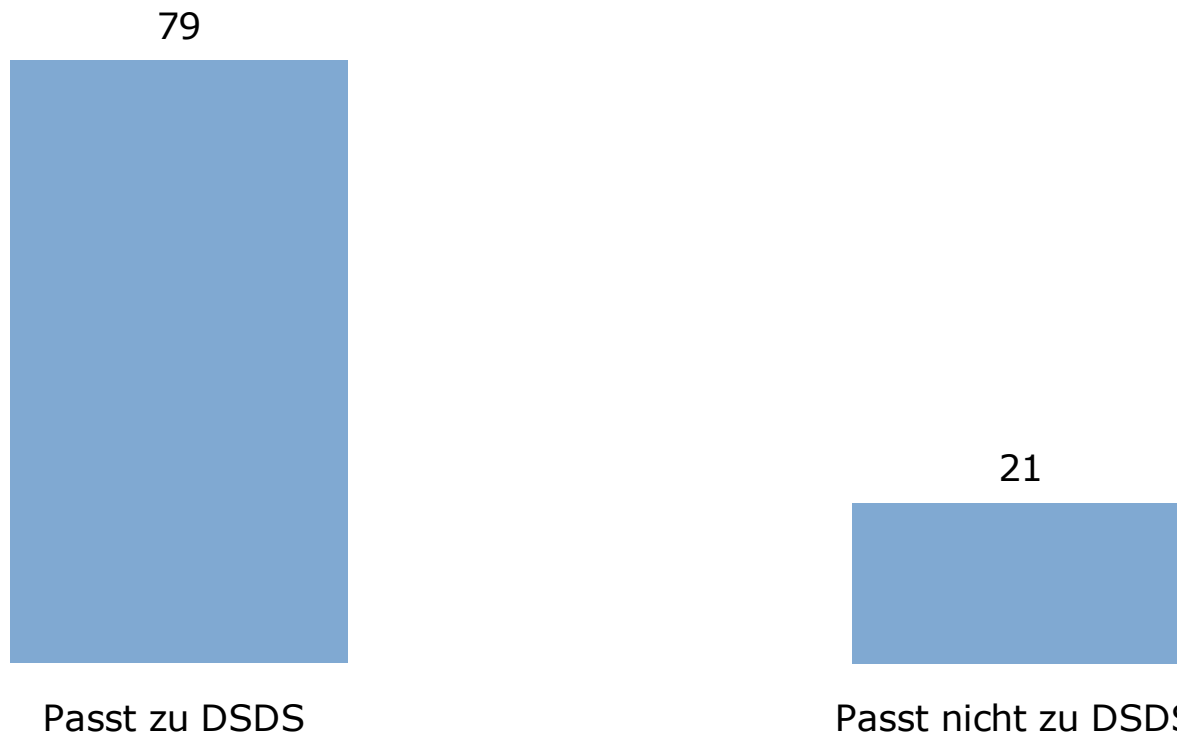
Basis: 2. und 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29 Jahre/2007 n=220 (Welle 2) / 2005/2006 n=175 (14- 29-Jährige, die über TV erreicht wurden)
 Frage: Im Folgenden lesen Sie einige Aussagen, die andere Menschen über den Auftritt von Cab bei DSDS gemacht haben! Bitte sagen Sie uns immer, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen! 1=stimme überhaupt nicht zu bis 4=stimme voll und ganz zu.



DSDS und Cab – ein starkes Team

Brand-Fit zu DSDS

Angaben in % / 14 bis 29 Jahre / DSDS-Seher / Nur 2. Welle



Basis: 4. Staffel von DSDS Erwachsene 14-29/ n=151

Frage: Wie gut passt Ihrer Meinung nach das Unternehmen Cab zu "Deutschland sucht den Superstar"? Bitte sagen Sie uns immer, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen!
1=passt überhaupt nicht zusammen bis 4= passt voll und ganz zusammen





Ihre Ansprechpartnerin: Sunay Verir
Projektleiterin Mediaforschung
IP Deutschland GmbH
Aachener Straße 1042 a
50858 Köln
www.ip-deutschland.de

Telefon: 0221 5886-465
Telefax: 0221 5886-458
sunay.verir@ip-deutschland.de

