



# Begleitstudie Schiffsfinanzierer Die HCI Capital AG auf n-tv

Grundgesamtheit	Seher von n-tv sowie User von n-tv.de
Auswahlverfahren	Rotierende Zufallsauswahl; Auslieferung Fragebögen: 40.000, seitenrepräsentative Ergebnisse Globalpark: Popup-Fragebogen (Frequency Cap 1/24h)
Stichprobenumfang	Eine Messung, n= 936
Erhebungszeitraum	14.11 – 21.11.2005, TV-Spot



# Soziodemografische Daten

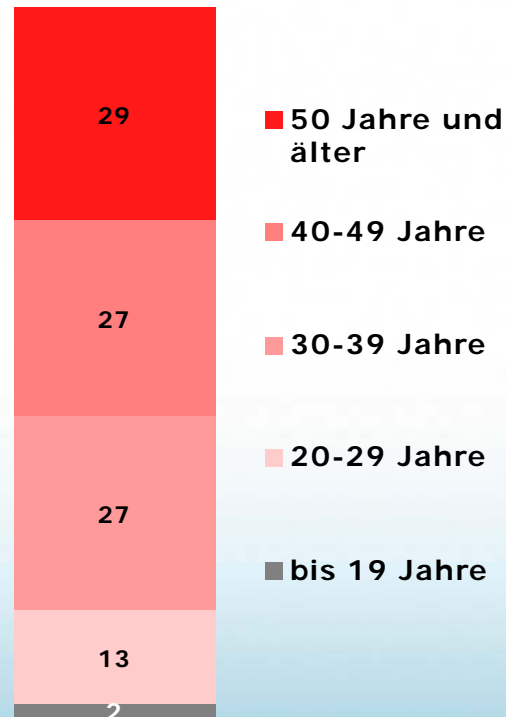
# Geschlecht, Alter, Bildung

Angaben in %

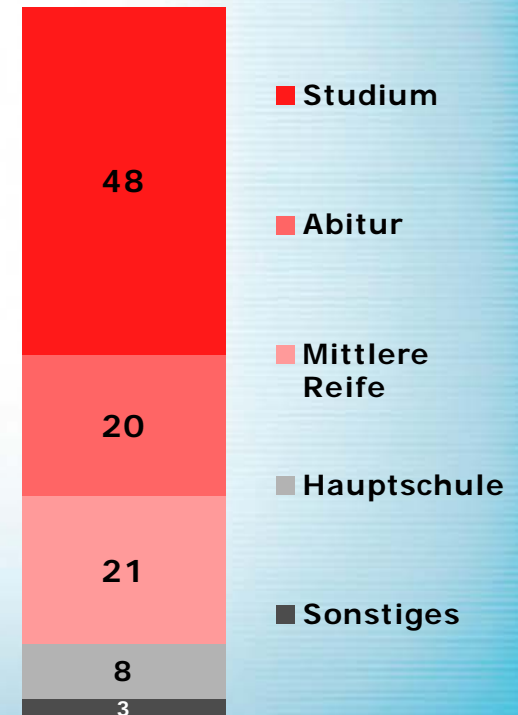
## Geschlecht



## Alter



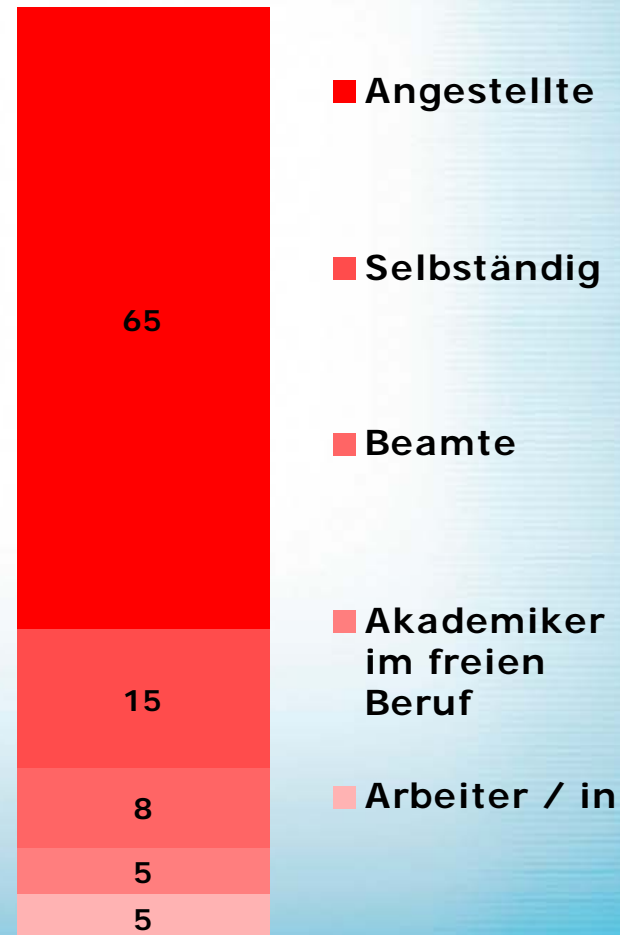
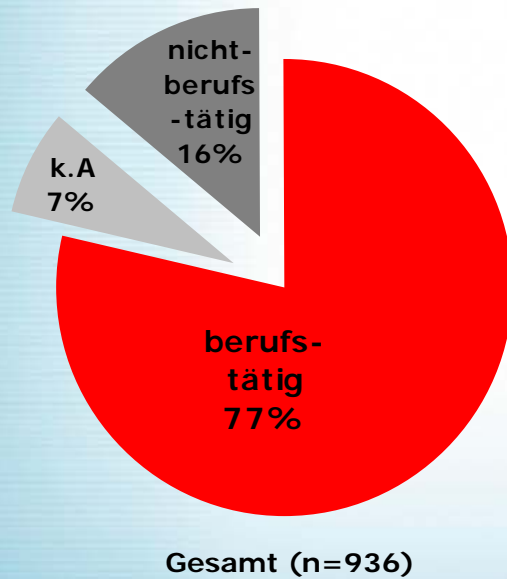
## Bildung



Basis: Gesamt, n = 936, Diff. zu 100% = k.A

# Erwerbstätigkeit

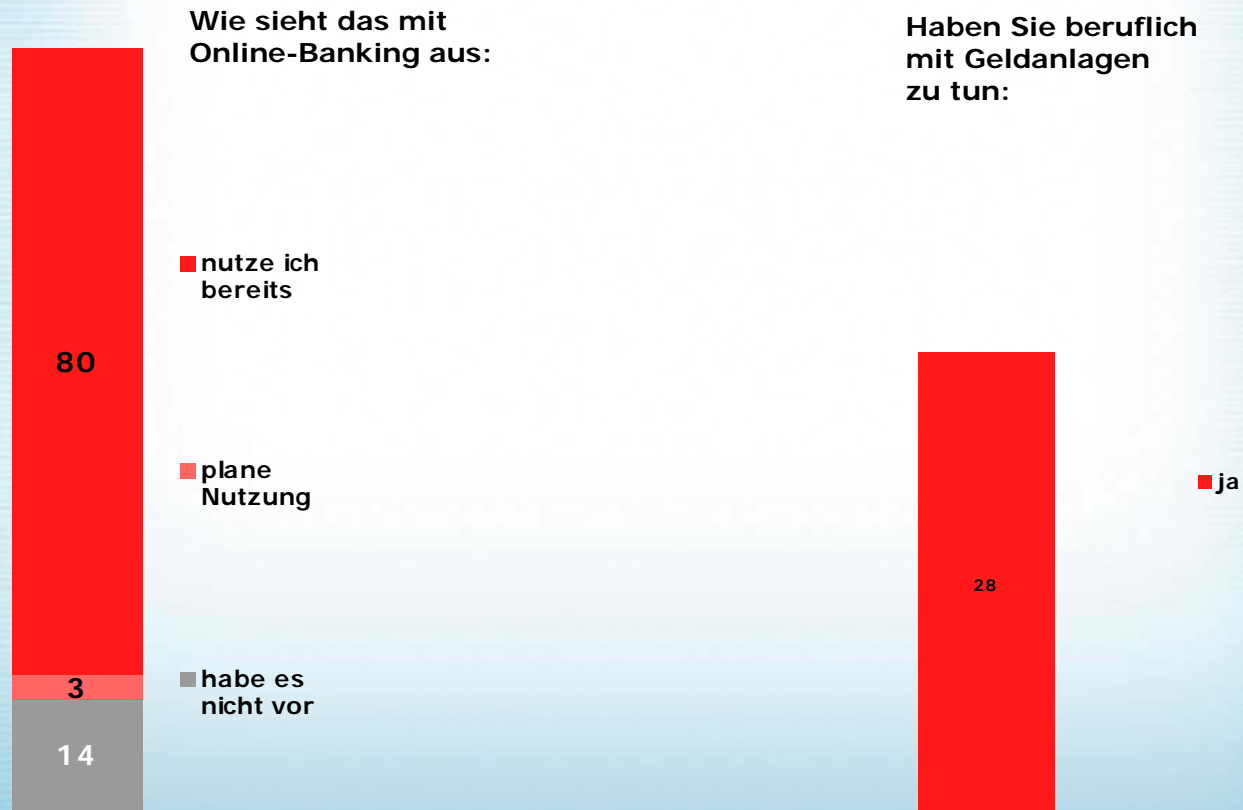
Angaben in %



Basis: Gesamt, n = 936, Stellung im Beruf: nur Erwerbstätige, n = 726

# Onlinebanking/Geldanlagen

Angaben in %



Basis: Gesamt, n = 936, Diff. zu 100% = k.A., Filter Geldanlagen: nur Berufstätige



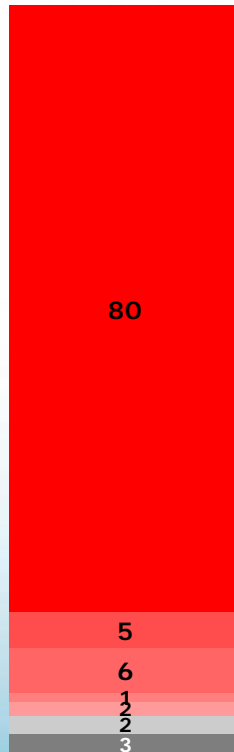
# Nutzung n-tv und n-tv.de

# Nutzung von n-tv.de

## Angaben in %

Wann haben Sie n-tv.de zuletzt besucht?

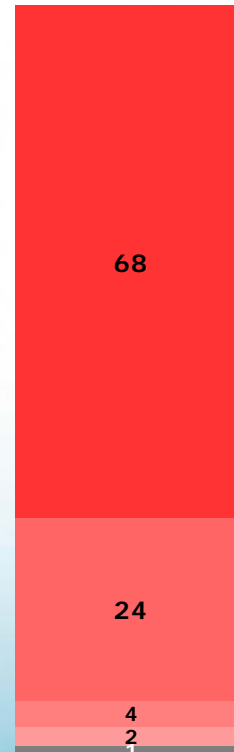
- gestern
- vorgestern
- ist 3 bis 7 Tage her
- ist 1 bis 2 Wochen her
- ist 2 bis 4 Wochen her
- ist länger her
- nein, noch nie besucht, ist das erste Mal



nicht das erste Mal

Wie oft sind Sie auf dem Angebot von n-tv im Durchschnitt?

- täglich
- mehrmals pro Woche
- einmal pro Woche
- zwei- bis drei Mal pro Monat
- seltener



Basis: User, n = 923, Filter: nicht das erste Mal, n = 897



# n-tv Seher-Definition

Angaben in %

Wie oft sehen Sie den Sender  
n-tv?

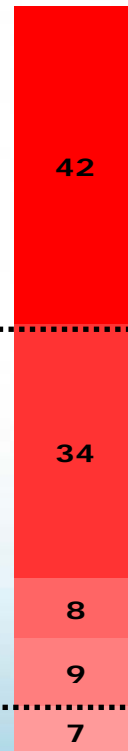
■ täglich

■ mehrmals  
pro Woche

■ etwa 1  
Mal pro  
Woche

■ seltener

■ kenne ich,  
nutze ich  
aber nicht



Heavy  
Seher

Light  
Seher

Basis: Gesamt, n = 936, Diff. Zu 100% = k.A

# Sehverhalten n-tv und Telebörse

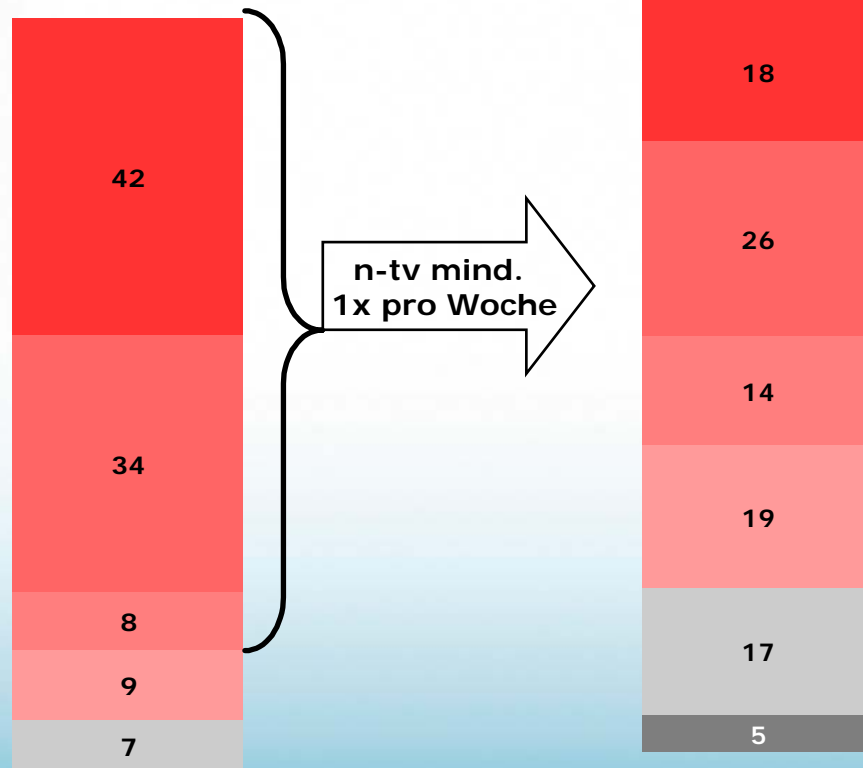
Angaben in %

Wie oft sehen Sie den Sender  
n-tv?

Wie oft sehen Sie die Sendung  
Telebörse ?

- täglich
- mehrmals pro Woche
- etwa 1 Mal pro Woche
- seltener
- kenne ich, nutze ich aber nicht

- täglich
- mehrmals pro Woche
- etwa 1 Mal pro Woche
- seltener
- kenne ich, nutze ich aber nicht
- kenne ich nicht



n-tv mind.  
1x pro Woche

**n-tv**

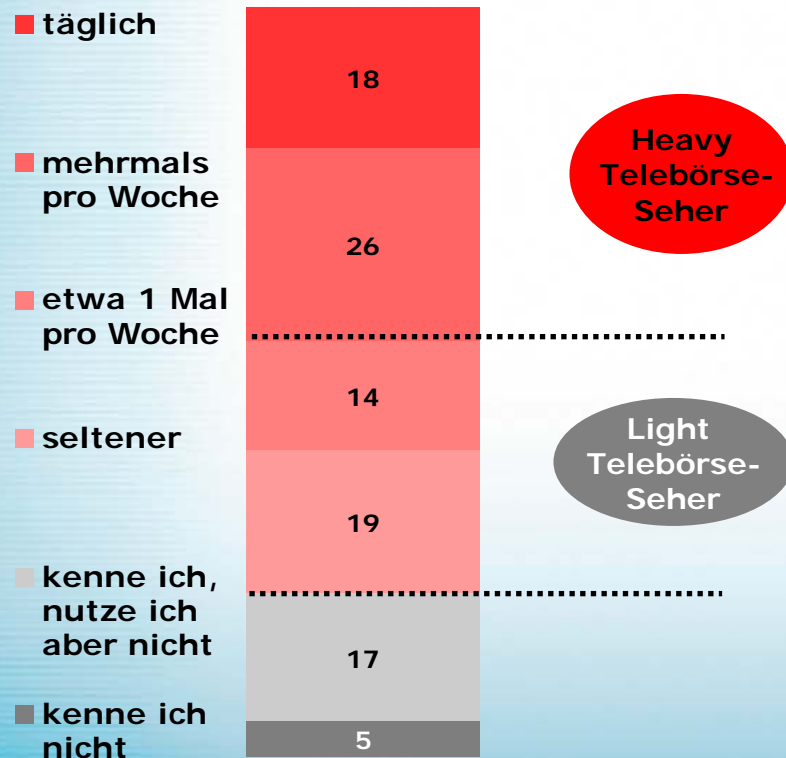
**Telebörse**

Basis: Gesamt, n = 936, Telebörse-seher, n = 770

# „Telebörse-Seher“ Definition

Angaben in %

Wie oft sehen Sie die Sendung Telebörse ?

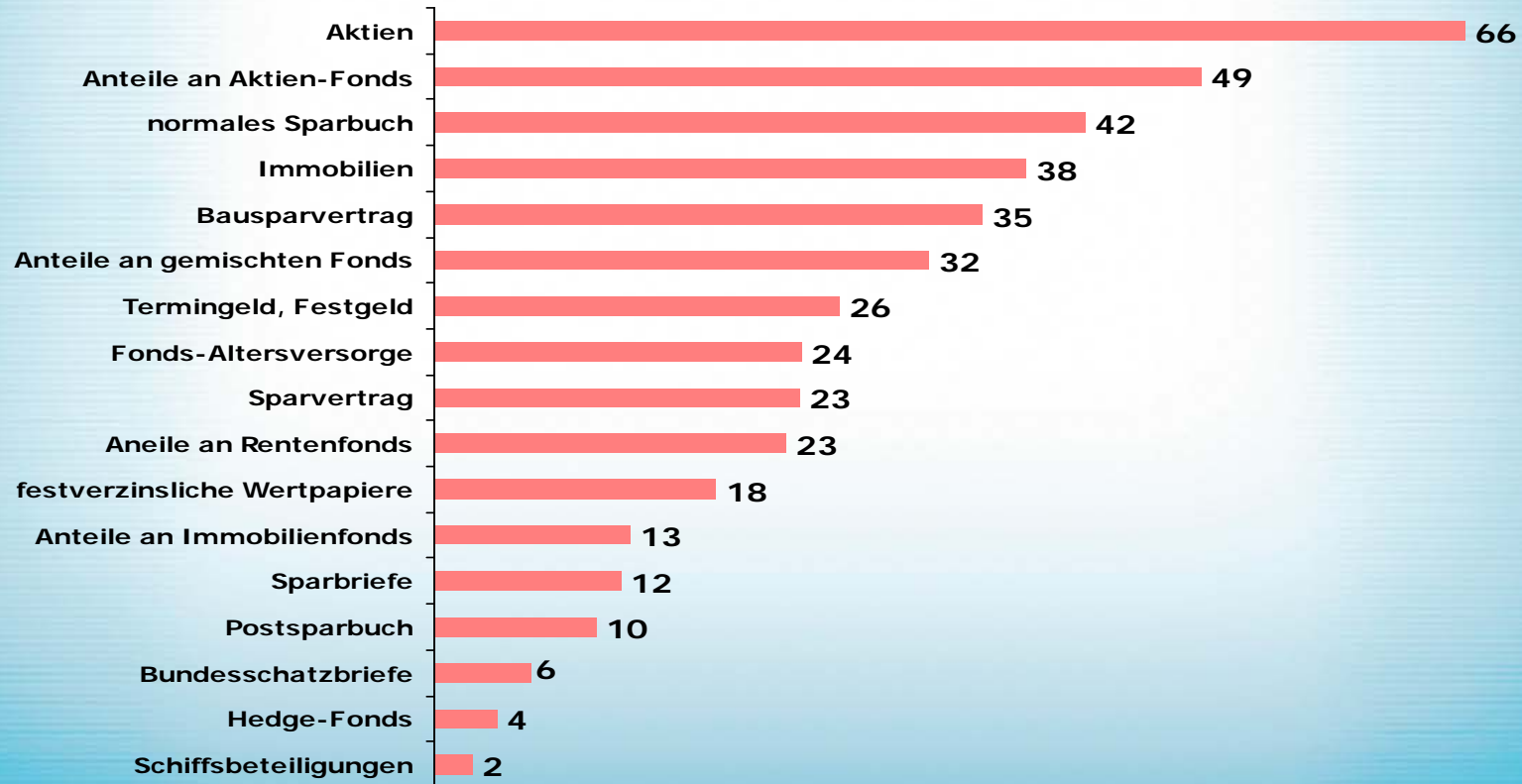


Basis: Telebörse-seher, n = 770

# Besitz Aktien und Fonds

Angaben in %

Wir nennen Ihnen nun einige Geldanlage-Formen und wüssten gerne, welche davon Sie selber besitzen und welche Sie in den nächsten 12 Monaten vorhaben zu erwerben.



Basis: Gesamt

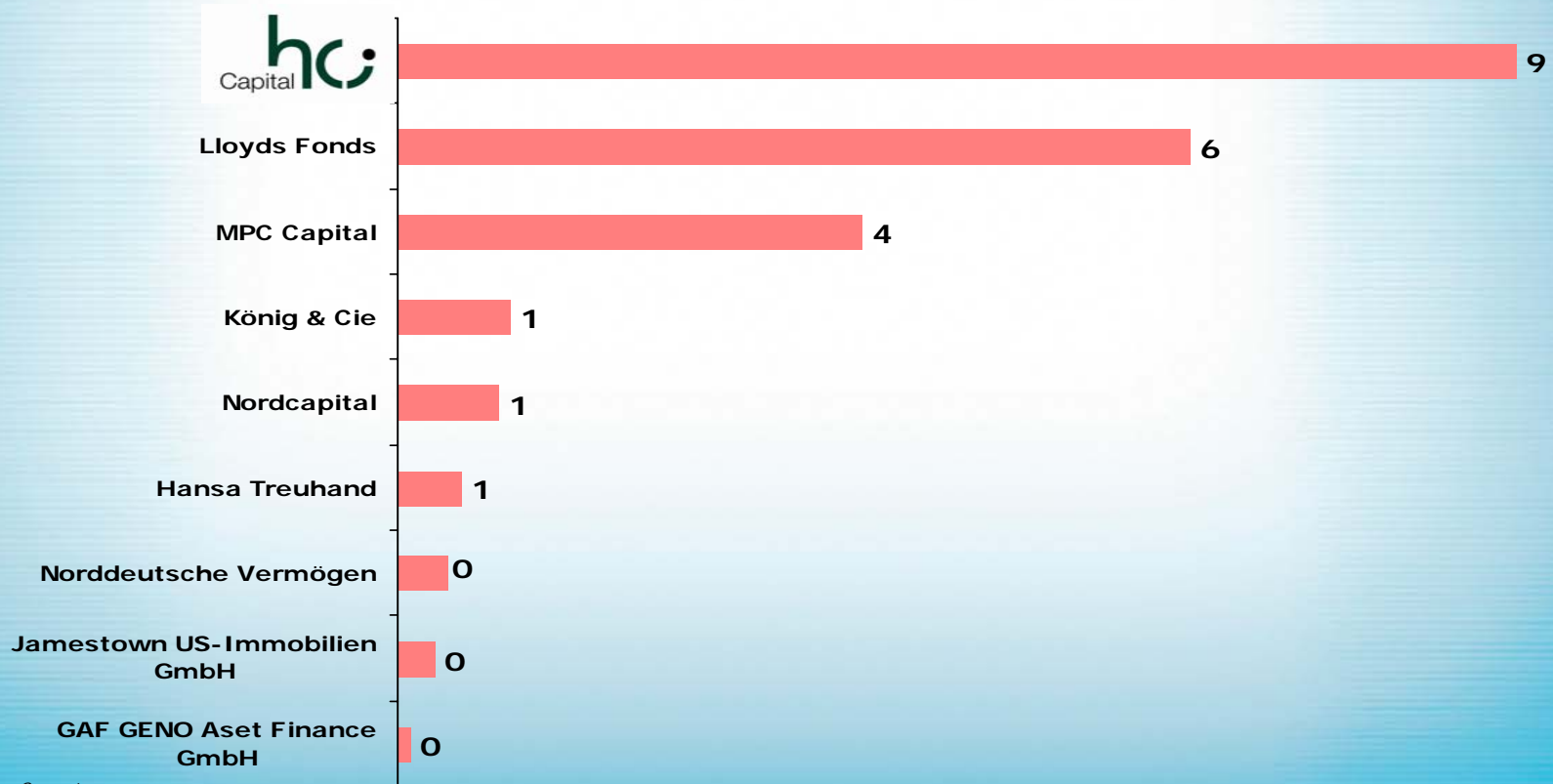


# Werbeerinnerung Schiffsfinanzierer

# Gest. Werbeerinnerung Schiffsfinanzierer

Angaben in %

Und für welchen der folgenden Schiffsbeteiligter bzw. Schiffsfinanzierer haben Sie in letzter Zeit Werbung oder Informationen im Fernsehen gesehen?

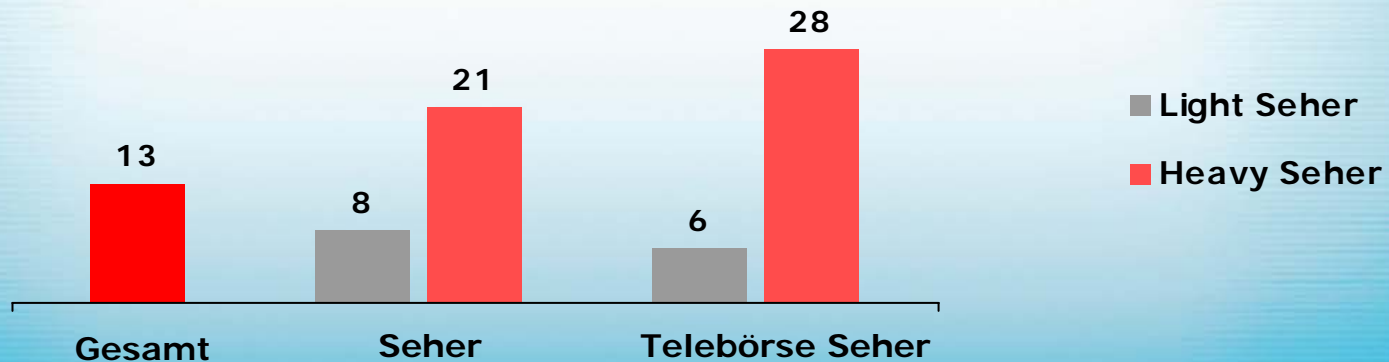
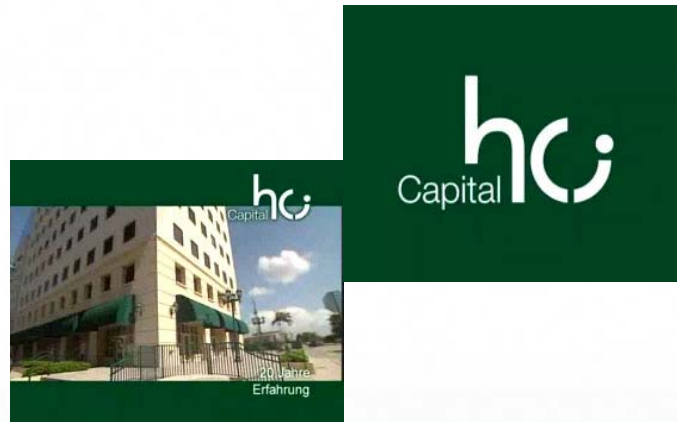


Basis: Gesamt

# Werbemittel wahrgenommen

Angaben in %

Die HCI Capital AG ist zur Zeit mit dieser Werbeform bei n-tv zu sehen. Was haben Sie von der HCI Capital AG bei n-tv wahrgenommen?

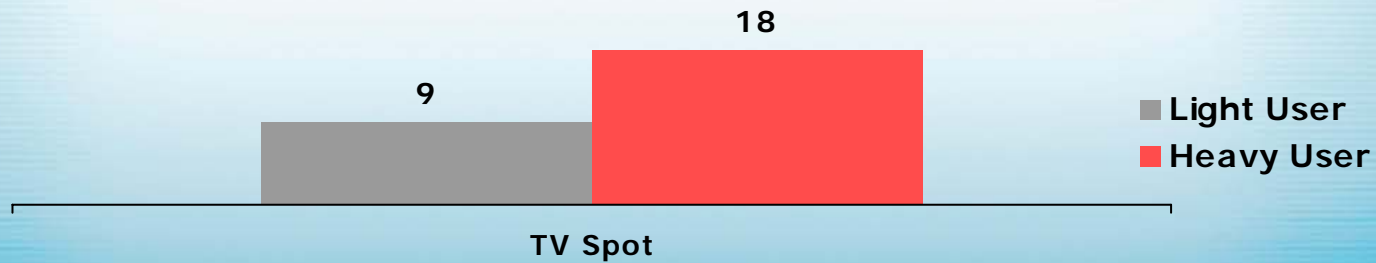


Basis: Gesamt

# Werbemittel wahrgenommen

Angaben in %

Die HCI Capital AG ist zur Zeit mit dieser Werbeform bei n-tv zu sehen. Was haben Sie von der HCI Capital AG bei n-tv wahrgenommen?



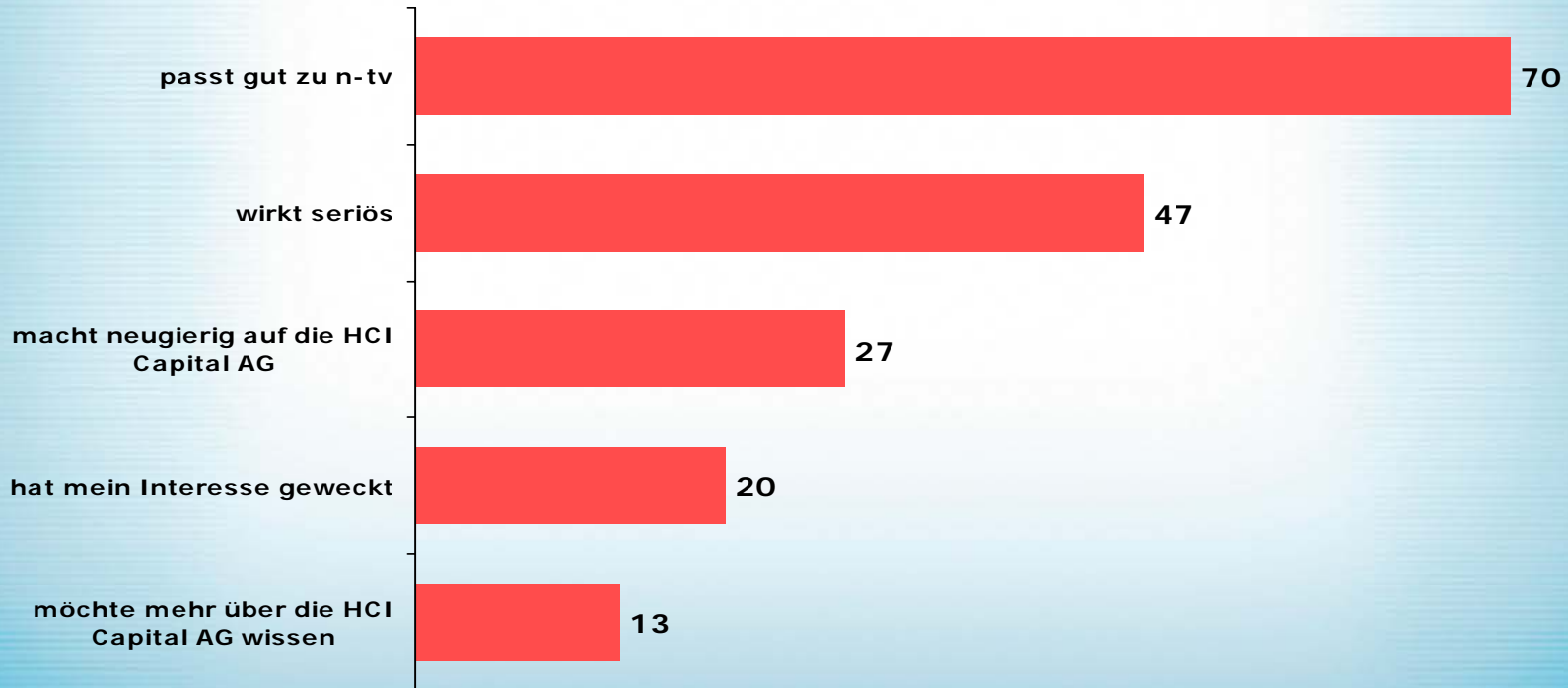
Basis: Gesamt



# Bewertung des Werbeauftritts

## Top 2, Angaben in %

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von HCI auf n-tv zu? Vergeben Sie eine 1 für „stimme voll und ganz zu“ und eine 4 für „Stimme überhaupt nicht zu“

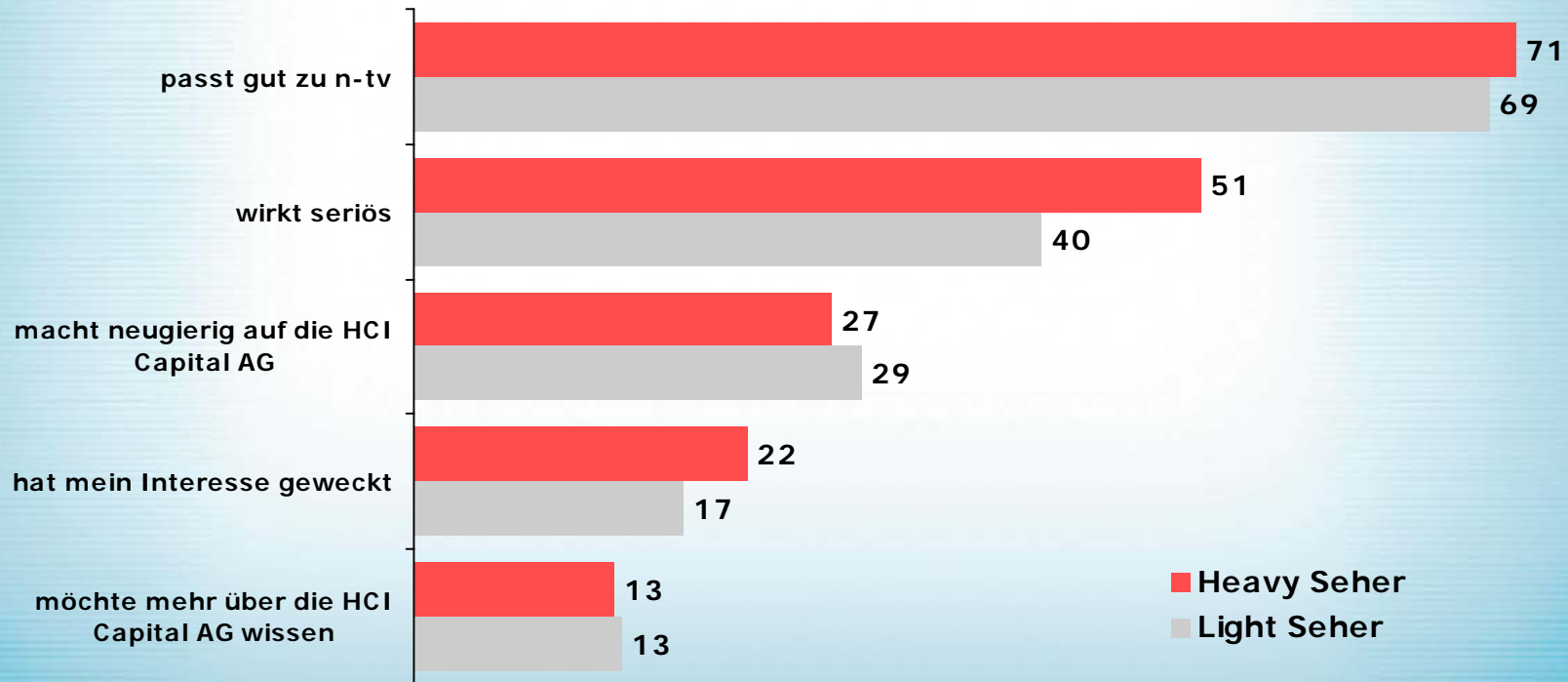


Basis: Werbung gesehen oder Werbemittel wahrgenommen, n = 146

# Bewertung des Werbeauftritts

## Top 2, Angaben in %

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von HCI auf n-tv zu? Vergeben Sie eine 1 für „stimme voll und ganz zu“ und eine 4 für „stimme überhaupt nicht zu“

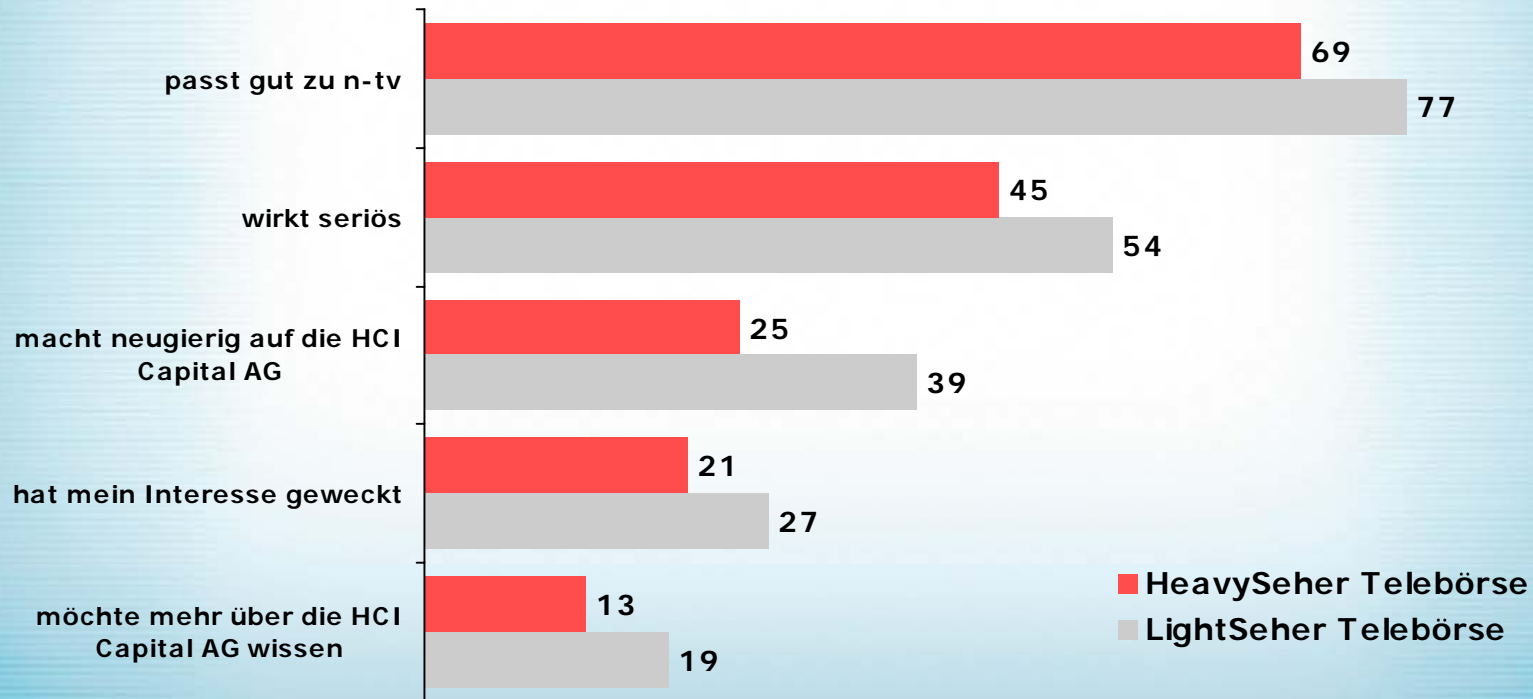


Basis: Werbung gesehen oder Werbemittel wahrgenommen, n = 146

# Bewertung des Werbeauftritts

## Top 2, Angaben in %

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Werbeauftritt von HCI auf n-tv zu? Vergeben Sie eine 1 für „stimme voll und ganz zu“ und eine 4 für „Stimme überhaupt nicht zu“



Basis: Werbung gesehen oder Werbemittel wahrgenommen, n = 146

# Fazit Werbewirkung

- Bei der gestützten Werbeerinnerung liegt die HCI Capital AG auf Platz 1!
- Kontakte wirken: unter den n-tv Heavy Sehern ist die HCI Capital-Kampagne deutlich bekannter als unter den Light-Sehern (21% Werbeerinnerung)
- Und wer häufig Telebörse sieht, wurde dementsprechend noch besser erreicht: 28% der Heavy-Telebörse Seher kennen die Kampagne!
- Auch auf die Bewertung des Werbeauftrittes zahlen die Kontakte ein: wer viel n-tv sieht, bewertet den Werbeauftritt der HCI Capital AG auch positiver

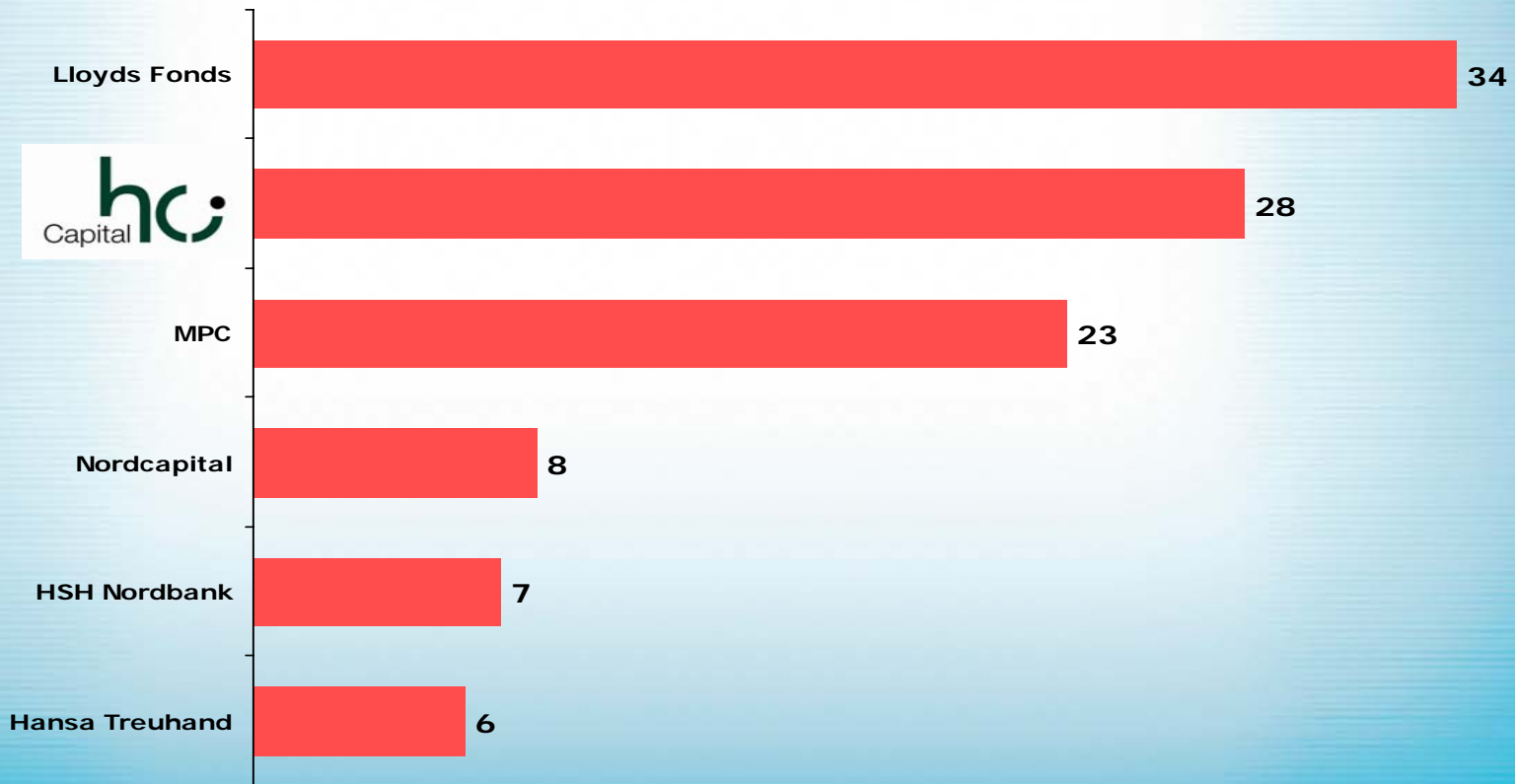


# Markenbekanntheit

# Spontane Markenbekanntheit

## Anzahl der Nennungen

Wenn Sie nun mal an den Bereich Schiffsfinanzierer denken, welche Marken bzw. Unternehmen fallen Ihnen dort spontan ein?

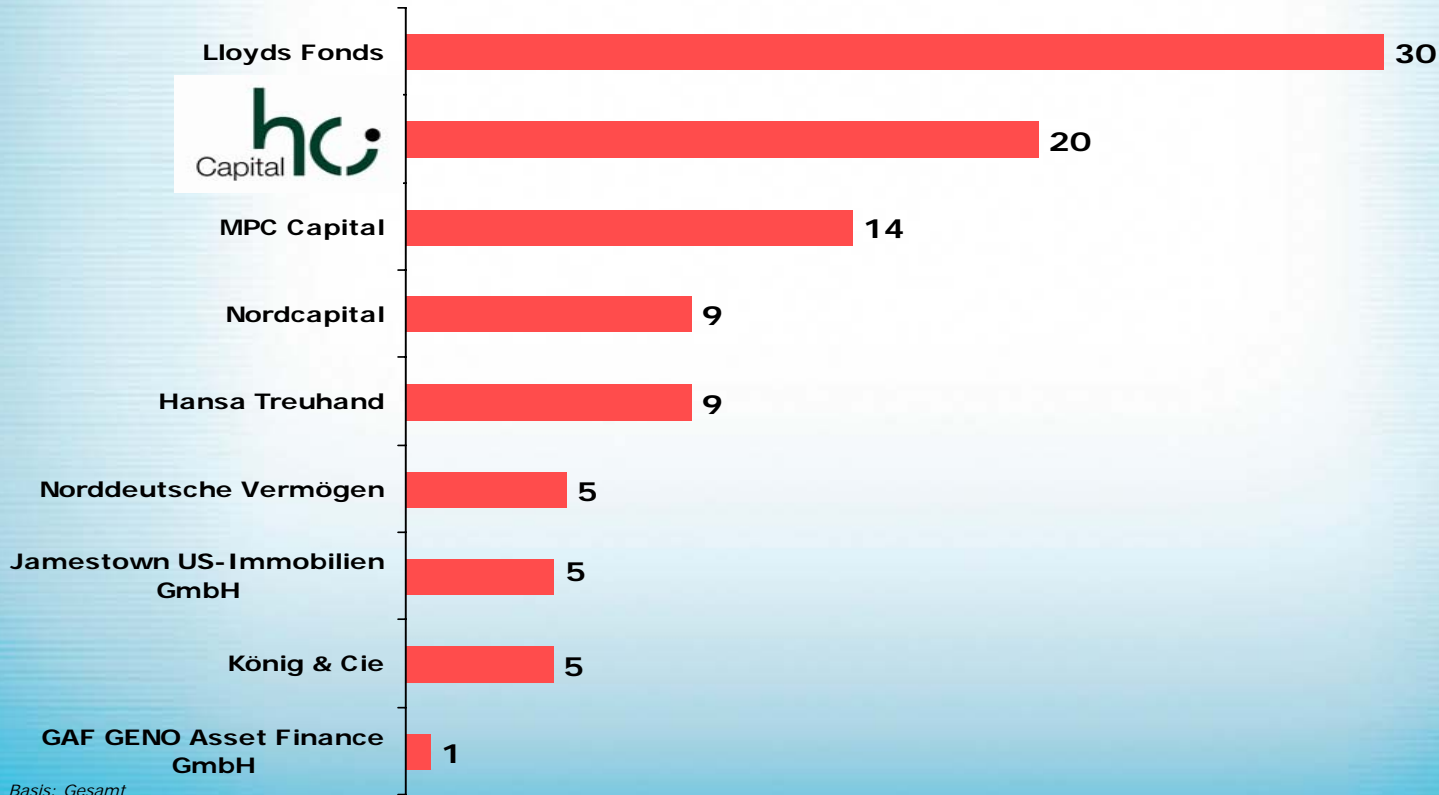


Basis: Gesamt

# Gestützte Markenbekanntheit

Angaben in %

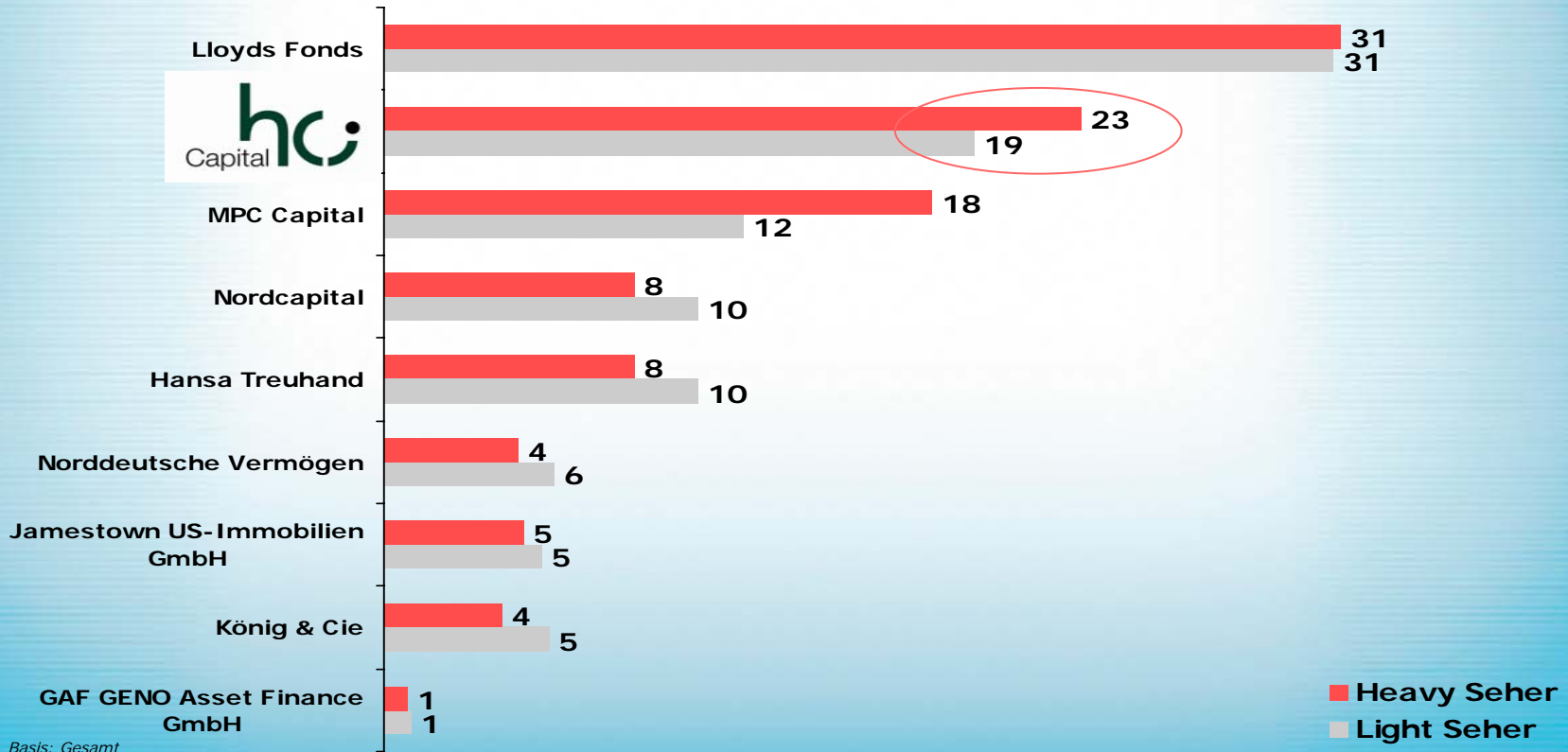
Wir nennen Ihnen nun einige Unternehmen bzw. Marken aus dem Bereich Schiffsfinanzierer. Bitte sagen Sie uns, welche dieser Unternehmen bzw. Marken Ihnen bekannt sind, wenn auch nur dem Namen nach.



# Gestützte Markenbekanntheit II

Angaben in %

Wir nennen Ihnen nun einige Unternehmen bzw. Marken aus dem Bereich Schiffsfinanzierer. Bitte sagen Sie uns, welche dieser Unternehmen bzw. Marken Ihnen bekannt sind, wenn auch nur dem Namen nach.





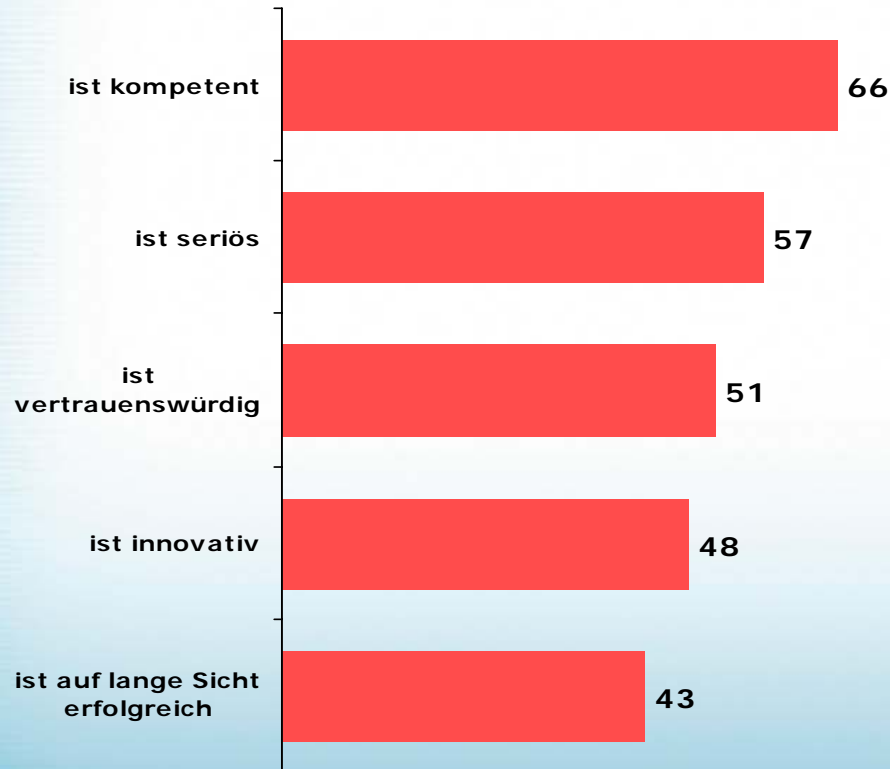


# Image

# Eigenschaften der HCI Capital AG

## Top 2, Angaben in %

Ich nenne Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf HCI zutreffen? 1=trifft voll und ganz zu und 4=trifft überhaupt nicht zu

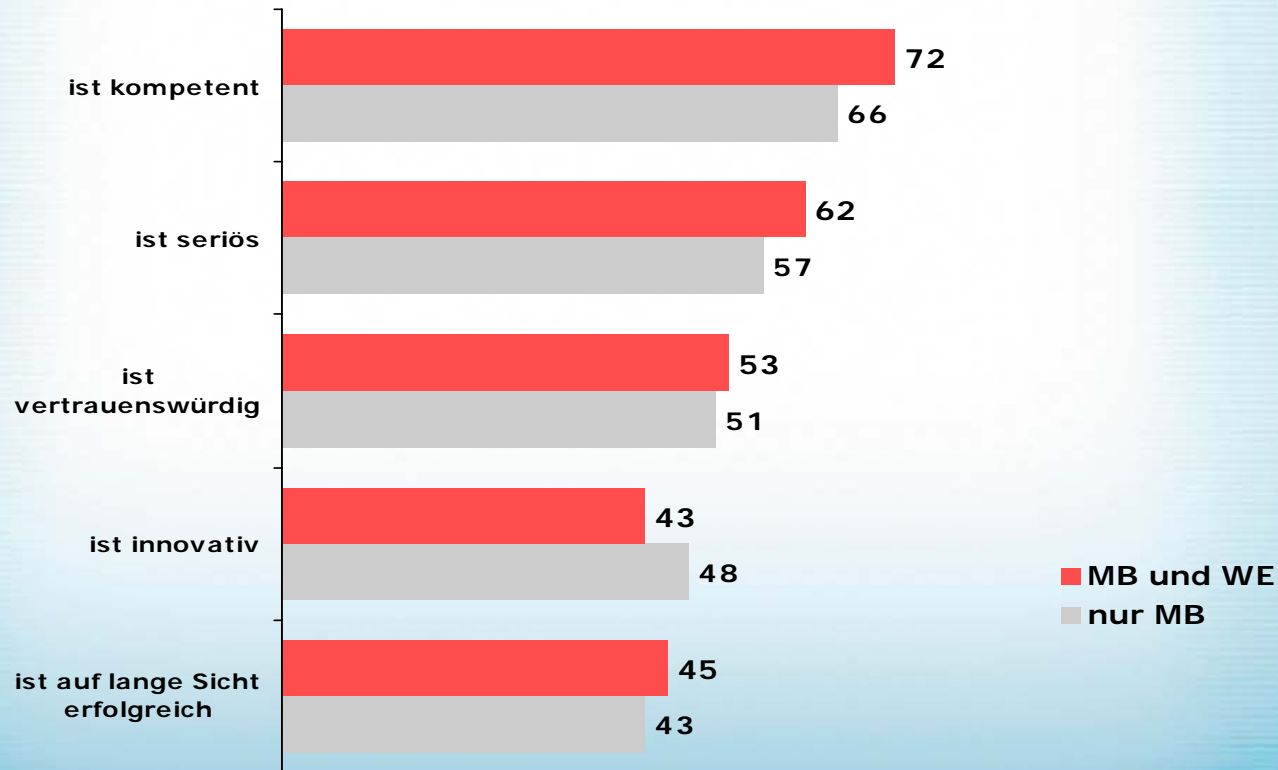


Basis: Marke bekannt, ohne k.A

# Eigenschaften der HCI Capital AG

## Top 2, Angaben in %

Ich nenne Ihnen nun einige Eigenschaften. Bitte sagen Sie inwieweit die folgenden Eigenschaften auf HCI zutreffen? 1=trifft voll und ganz zu und 4=trifft überhaupt nicht zu

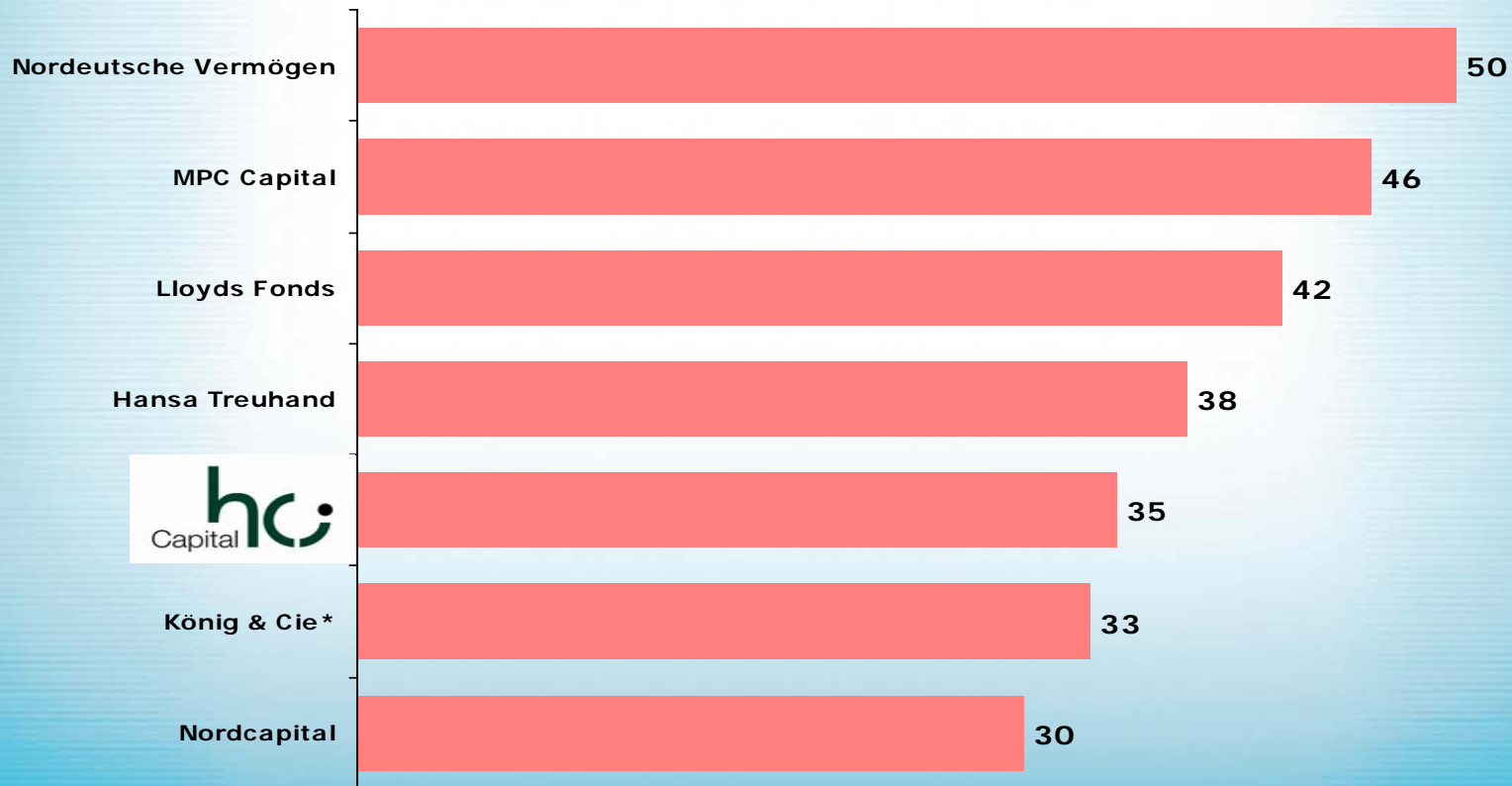


Basis: Marke bekannt und Werbung und Werbemittel wahrgenommen, ohne k.A

# Sympathie

## Top 2, Angaben in %

Genauso, wie man Menschen sympathisch oder unsympathisch finden kann, kann man auch von Fondsanbietern sagen, diese ist mir sympathisch oder unsympathisch...



Basis: Fonds jeweils bekannt, \* n = unter 100

# Fazit Markenbekanntheit & Image

- Sowohl bei der spontanen, als auch bei der gestützten Markenbekanntheit liegt die HCI Capital AG auf Platz 2 !
- Die HCI Capital AG ist bei den n-tv Heavy Sehern, also bei den Befragten mit mehr Kontakten, deutlich bekannter
- Wer die HCI Capital AG kennt und auch die Werbung erinnert, bewertet das Image deutlich positiver



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

