



Sponge Bob & The Incredibles

2005

Köln, den 19. Dezember 2005

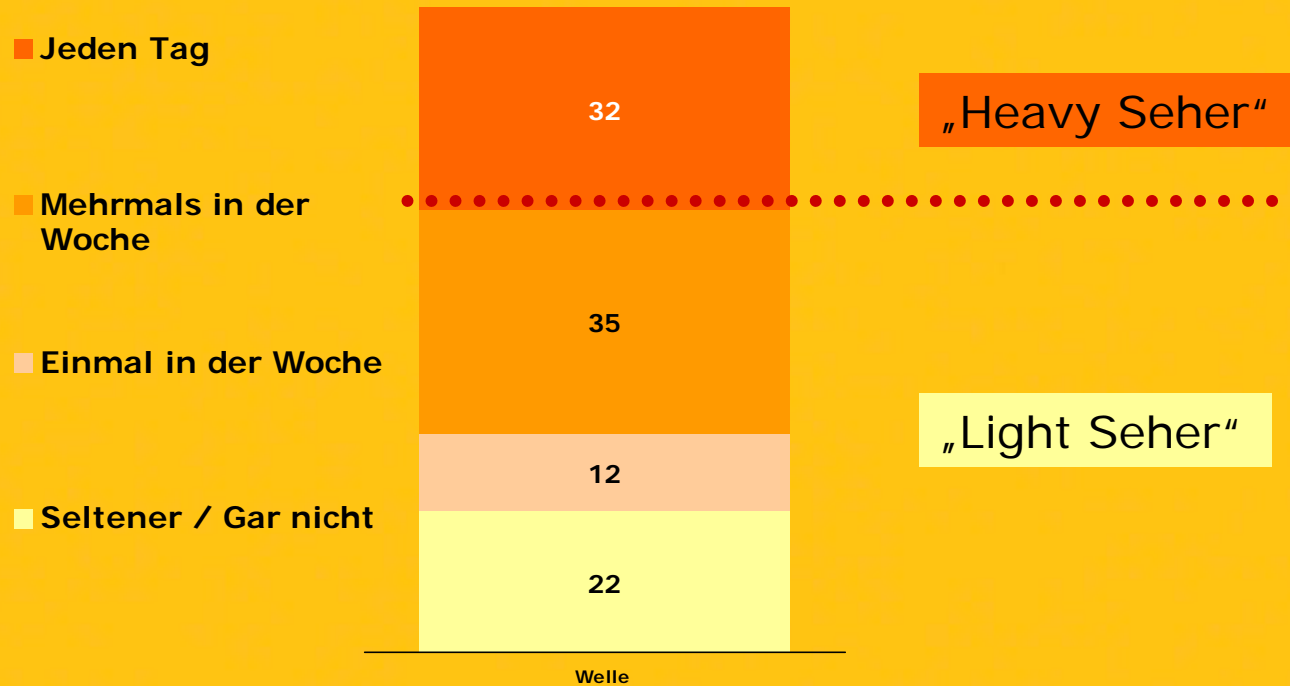


Steckbrief

Methode	Telefoninterviews
Grundgesamtheit	Alle 6- bis 13-Jährigen in Deutschland
Auswahlverfahren	Random
Stichprobenumfang	6- bis 13-Jährige: 482 Interviews
Erhebungszeitraum	03.01. – 07.01.2005
Durchführendes Institut	Institut für Jugendforschung

Super RTL gehört dazu

Wenn Du fernsiehst, wie oft siehst Du denn da Super-RTL? Ist das ...

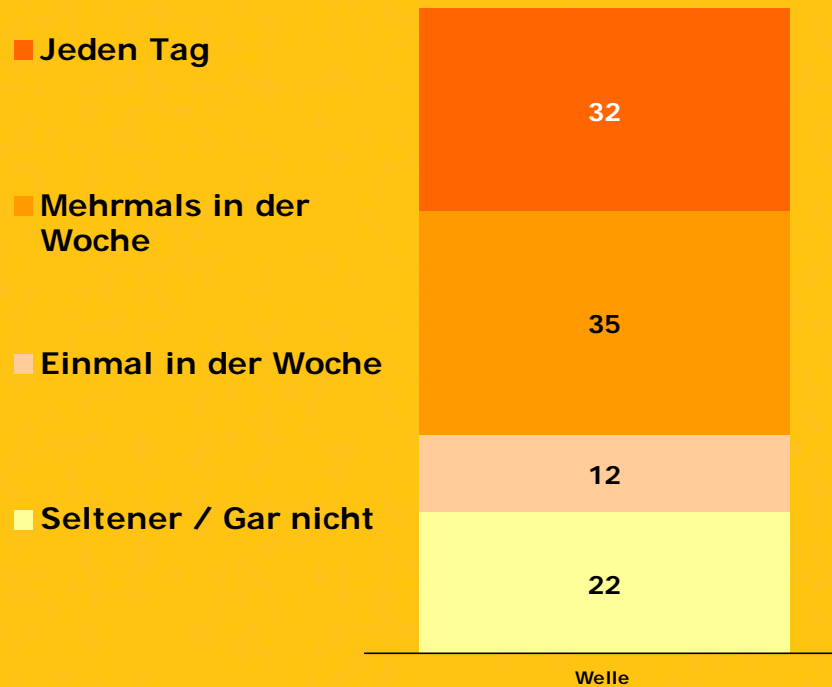


78% der Kinder erreicht man regelmäßig mit Super RTL.

Basis: Gesamt 482 Befragte Kinder; Angaben in %

Super RTL gehört dazu

Wenn Du fernsiehst, wie oft siehst Du denn da Super-RTL? Ist das ...



78% der Kinder erreicht man regelmäßig mit Super RTL.

Basis: Gesamt 482 Befragte Kinder; Angaben in %



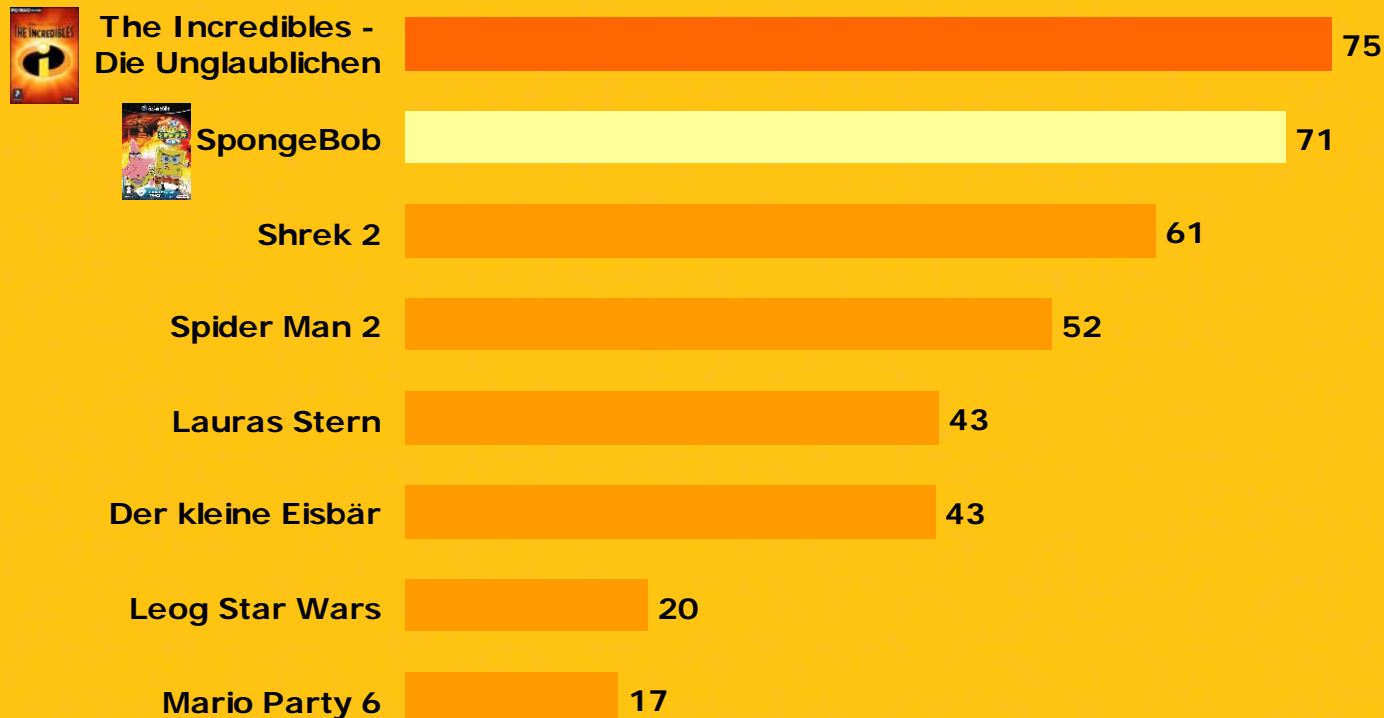
Werbeerinnerung

Köln, den 19. Dezember 2005



Fast alle Kinder kennen den Spot!

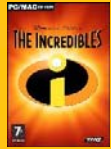
Ich lese dir die Spiele, die man am Computer oder mit einer Konsole spielen kann, noch mal vor, und du sagst mir bitte, ob du dafür schon mal im Fernsehen Werbung gesehen hast.



Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

Kontakte wirken

Ich lese dir die Spiele, die man am Computer oder mit einer Konsole spielen kann, noch mal vor, und du sagst mir bitte, ob du dafür schon mal im Fernsehen Werbung gesehen hast.



The Incredibles -
Die Unglaublichen



SpongeBob



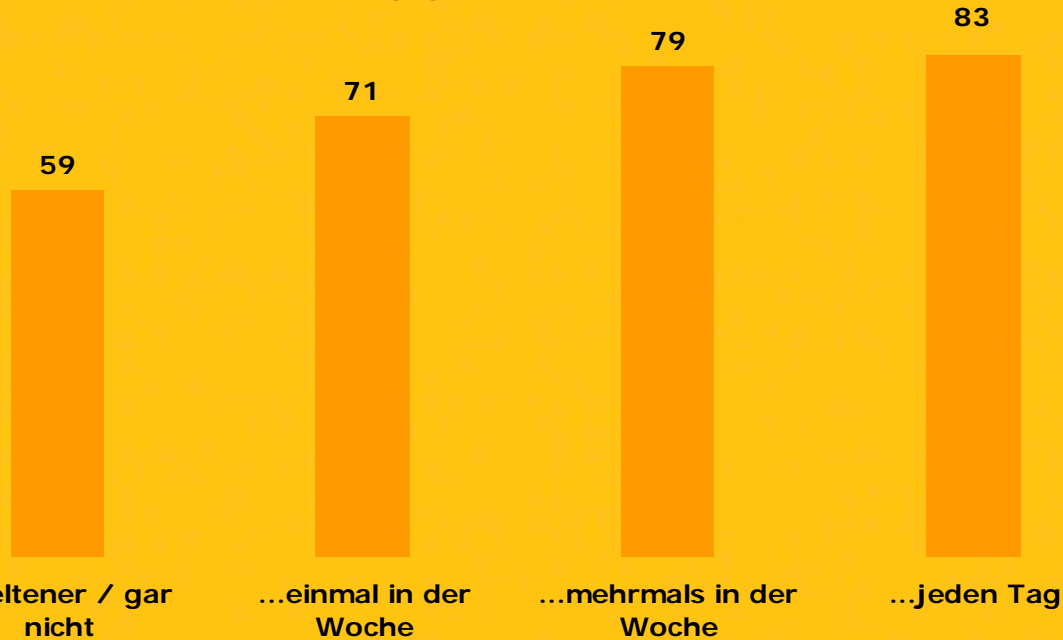
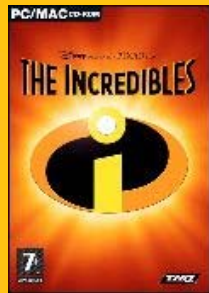
Je öfter Kinder Super RTL sehen, desto präsenter ist auch der Spot in den Köpfen.

Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

„The Incredibles“-Kontakte wirken

Ich lese dir die Spiele, die man am Computer oder mit einer Konsole spielen kann, noch mal vor, und du sagst mir bitte, ob du dafür schon mal im Fernsehen Werbung gesehen hast.

■ Ja, habe Werbung gesehen



sehe Super RTL

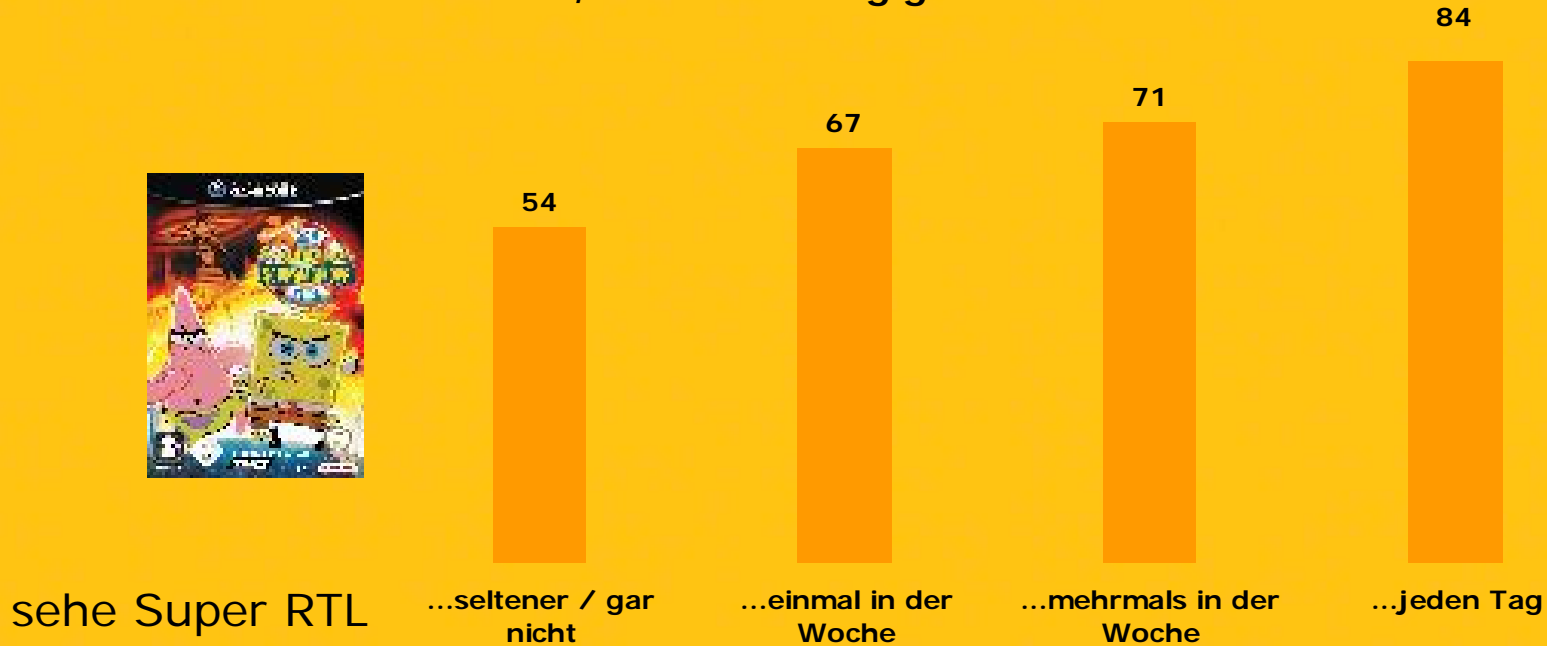
Je öfter Kinder Super RTL sehen, desto präsenter ist auch der Spot in den Köpfen.

Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

„Sponge Bob“-Kontakte wirken

Ich lese dir die Spiele, die man am Computer oder mit einer Konsole spielen kann, noch mal vor, und du sagst mir bitte, ob du dafür schon mal im Fernsehen Werbung gesehen hast.

■ Ja, habe Werbung gesehen



Je öfter Kinder Super RTL sehen, desto präsenter ist auch der Spot in den Köpfen.

Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

Fazit Werbeerinnerung

Hohe Werbeerinnerung für beide Spiele:

- 74% der Kids haben „Die Unglaublichen“ in der Fernsehwerbung gesehen, bzw. bei den Heavy Sehern liegt die Erinnerung bei 83%!
- Je älter die Kinder sind, um höher ist auch die Werbeerinnerung an die „Die Unglaublichen“
- An den „Sponge Bob“-Spot erinnern sich 71% aller Kinder, entsprechend der Kernzielgruppe liegt die Erinnerung bereits bei den 6-jährigen bei 60%!



Produktbekanntheit

Köln, den 19. Dezember 2005



An der Spitze der Bekanntheit

Ich lese dir jetzt einige Spiele vor, die man am Computer oder mit einer Konsole, also einem Gameboy oder einer Playstation spielen kann. Sage mir zu jedem Spiel, ob du es kennst oder schon einmal davon gehört hast.



**The Incredibles -
Die Unglaublichen**



SpongeBob



Shrek 2



Der kleine Eisbär



Spider Man 2



Lauras Stern



Leog Star Wars



Mario Party 6



Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

Kontakte wirken

Ich lese dir jetzt einige Spiele vor, die man am Computer oder mit einer Konsole, also einem Gameboy oder einer Playstation spielen kann. Sage mir zu jedem Spiel, ob du es kennst oder schon einmal davon gehört hast.



The Incredibles -
Die Unglaublichen



■ Heavy Seher
■ Light Seher



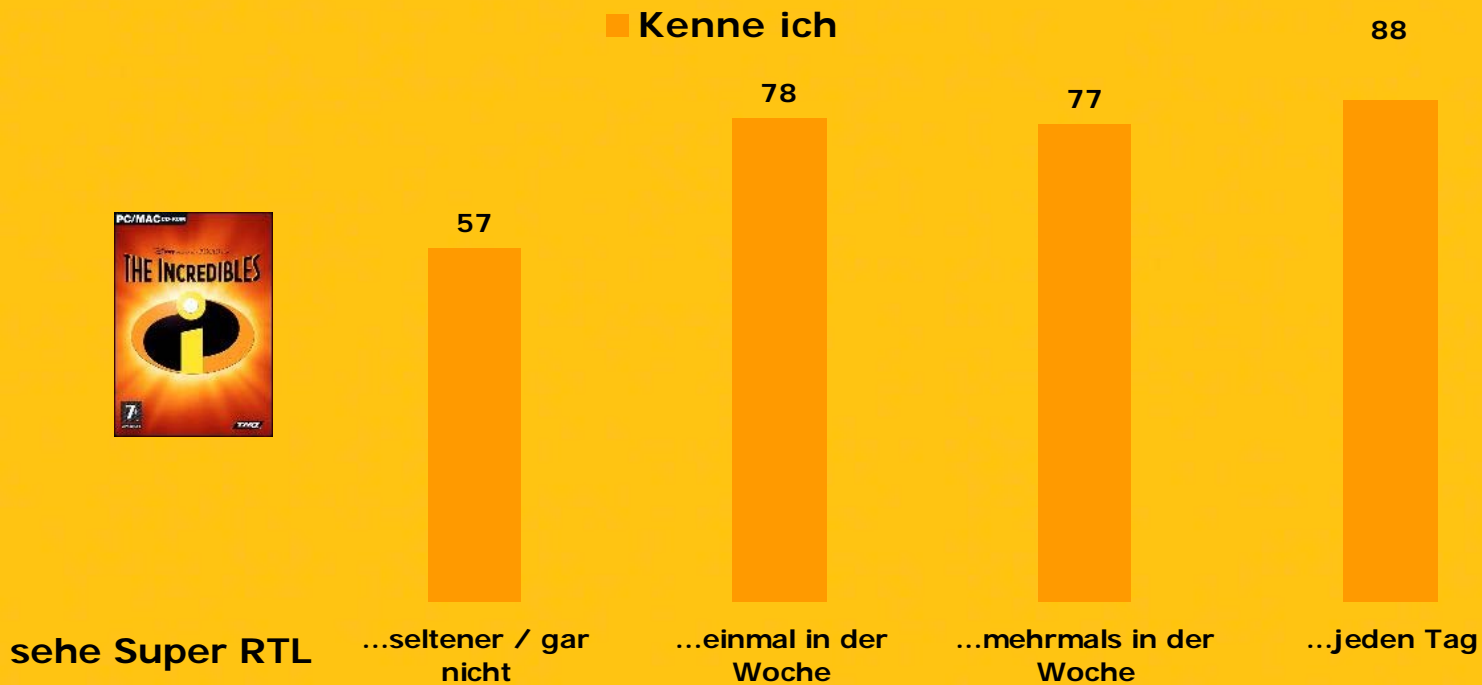
SpongeBob



Je höher die Kontaktchance mit den Spots ist, desto höher ist auch die Produktbekanntheit.

Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

Ich lese dir die Spiele, die man am Computer oder mit einer Konsole spielen kann, noch mal vor, und du sagst mir bitte, ob du dafür schon mal im Fernsehen Werbung gesehen hast.



Je öfter Kinder Super RTL sehen, desto präsenter ist auch der Spot in den Köpfen.

Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

Ich lese dir die Spiele, die man am Computer oder mit einer Konsole spielen kann, noch mal vor, und du sagst mir bitte, ob du dafür schon mal im Fernsehen Werbung gesehen hast.

■ Kenne ich



Je öfter Kinder Super RTL sehen, desto präsenter ist auch der Spot in den Köpfen.

Basis: Gesamt 482 befragte Kinder; Angaben in %

Fazit Produktbekanntheit

- Hohe Bekanntheit bei beiden Spielen!
- 76% der Kinder kennen das Spiel „Die Unglaublichen“
- 75 % der Kinder kennen das Spiel “Spongebob”
- die Produktbekanntheit steigt mit zunehmendem Alter der Kids an
- „Spongebob“ spricht eher die jüngeren Kinder an: 60% der 6-jährigen kennen das Spiel
- „Die Unglaublichen“ ist stärker bei den älteren Kindern im Fokus: 87% der 9-jährigen und 75% der 8-jährigen kennen das Spiel



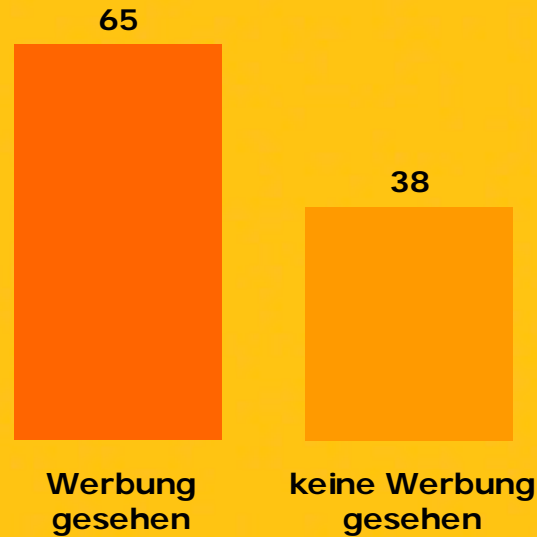
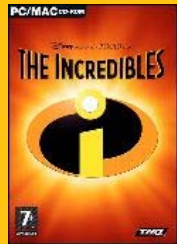
Besitz / Wunsch von Spielen

Köln, den 19. Dezember 2005



„The Incredibles“ sind begehrt!

Ich hätte das Spiel "The Incredibles – Die Unglaublichen" gerne selber:

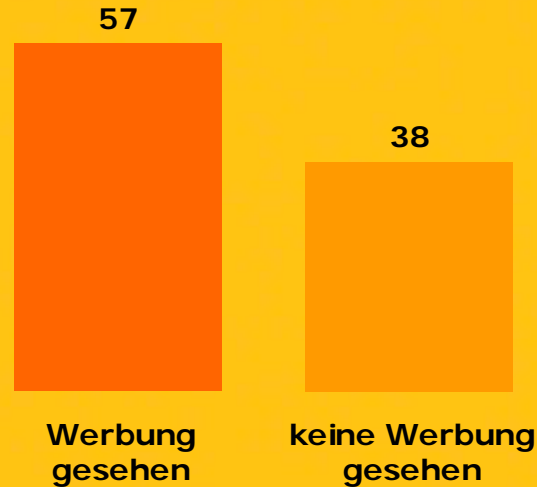


Werbekontakte wirken!

Basis: 342 Kinder, denen das Spiel „Die Unglaublichen“ bekannt ist, die es aber nicht besitzen; Angaben in %

„Sponge Bob“ hätte ich gern!

Ich hätte das Spiel „Sponge Bob“ gerne selber:



Werbung weckt Wünsche!

Basis: 315 Kinder, denen das Spiel „Sponge Bob“ bekannt ist, die es aber nicht besitzen; Angaben in %

Fazit

- Beide TV-Spots erreichen die Kernzielgruppen perfekt – die Werbeerinnerung ist bei den Super RTL Sehern hoch
- Über die Hälfte der Kids, die sich an den Spot erinnern, wünscht sich beide Spiele

= > eine erfolgreiche Kampagne mit sehr guten Werbewirkungseffekten



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

