



EASYCREDIT

ARD MEDIA TV-Tracking | Keycharts
Juni 2021

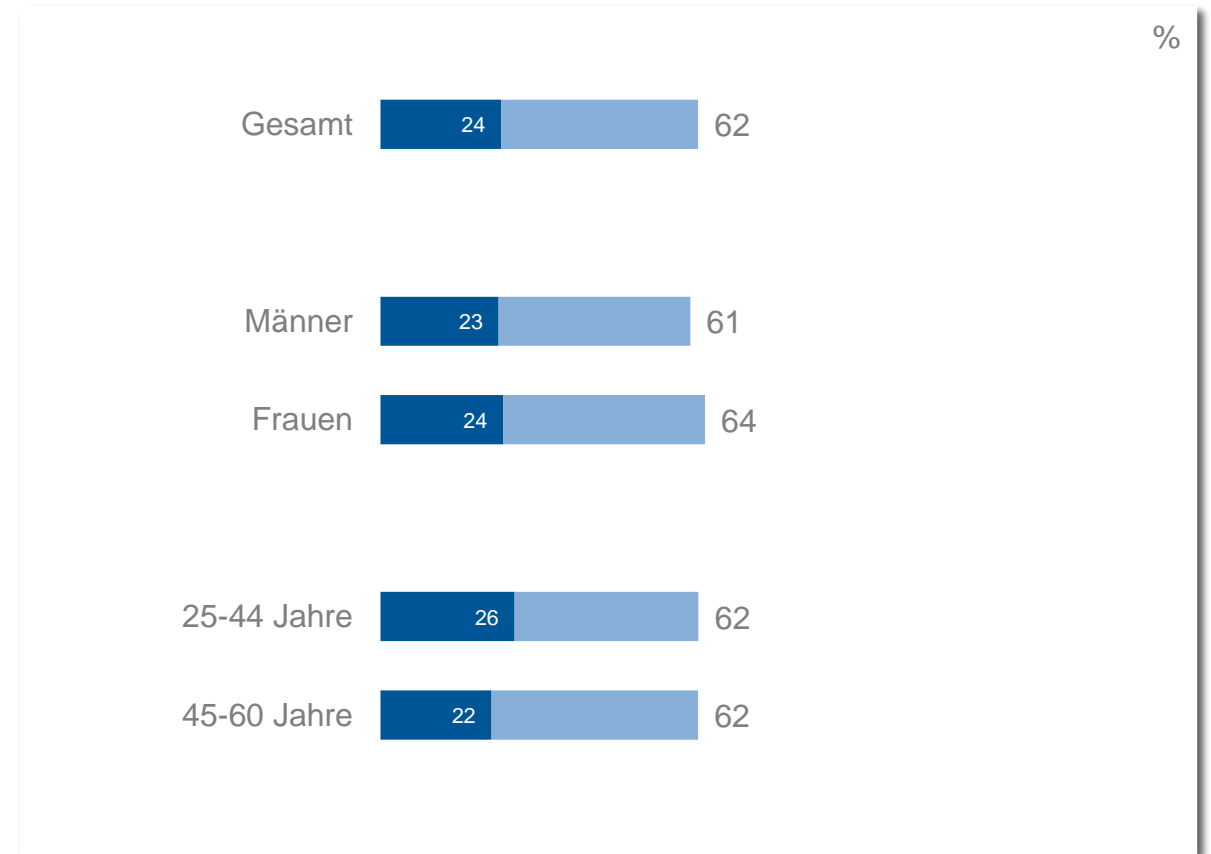
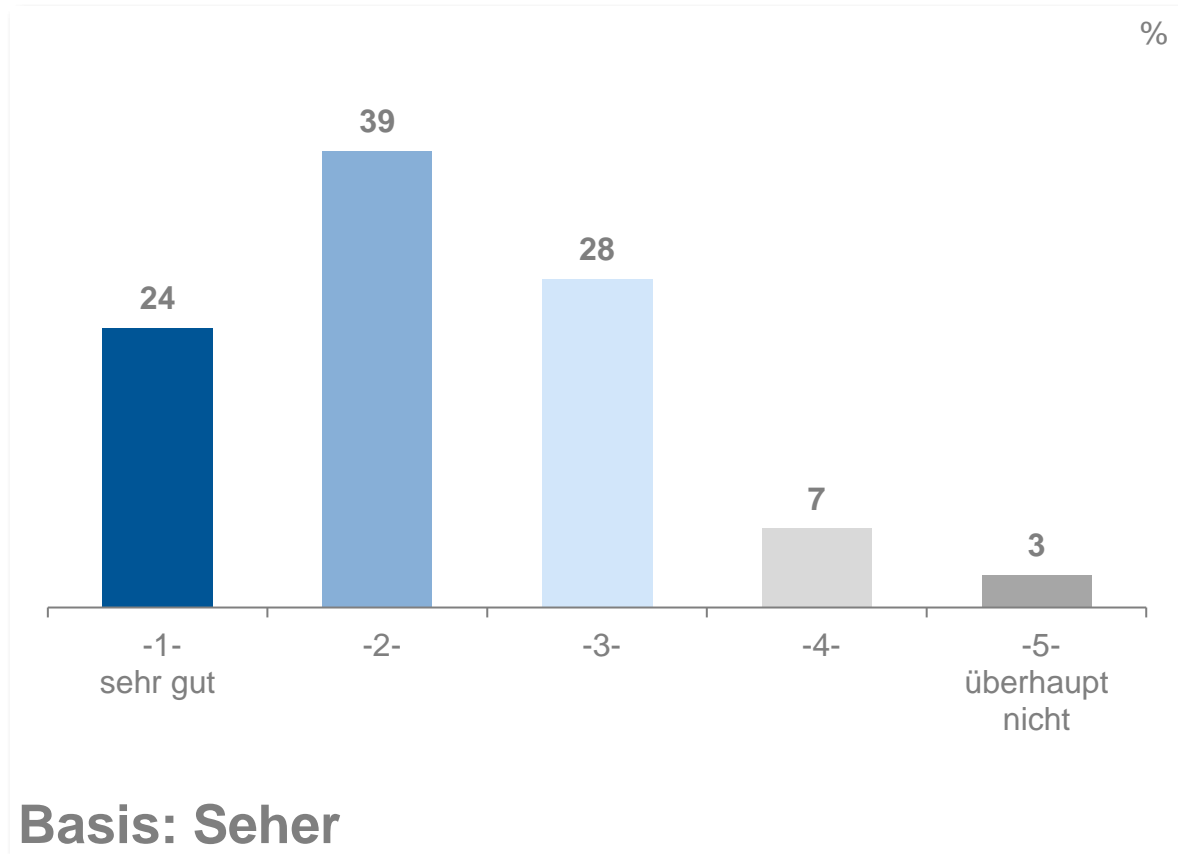
ZENTRALE ERGEBNISSE

Erfolgreiches Sponsoring von „Wer weiß denn sowas?“

- Die Sponsoring-Trailer von easyCredit kommen gut beim Publikum an und verfügen über eine sehr gute Passung zur Sendung.
- Zudem bleiben sie im Gedächtnis: Unter den zumindest gelegentlichen Sehern der Sendung hat nur jeder Zehnte den vorgespielten Trailer nicht wiedererkannt.
- Mehr als die Hälfte der Seher konnte ungestützt den Markennamen korrekt zuordnen.
- Die Wirkung des Sponsorings zeigt sich sehr deutlich, wenn man die Markenwerte von easyCredit bei den Sehern und Nicht-Sehern vergleicht: Beispielsweise betrug die spontane Markenbekanntheit von easyCredit bei den Sehern 67%, bei den Nicht-Sehern hingegen nur 27%.
- Auch im Zeitverlauf zeigen sich die Effekte: Im Vergleich zur Ausgangsmessung stieg die spontane Markenbekanntheit von 32% auf 42%.

SPONSORENHINWEIS: PASSUNG

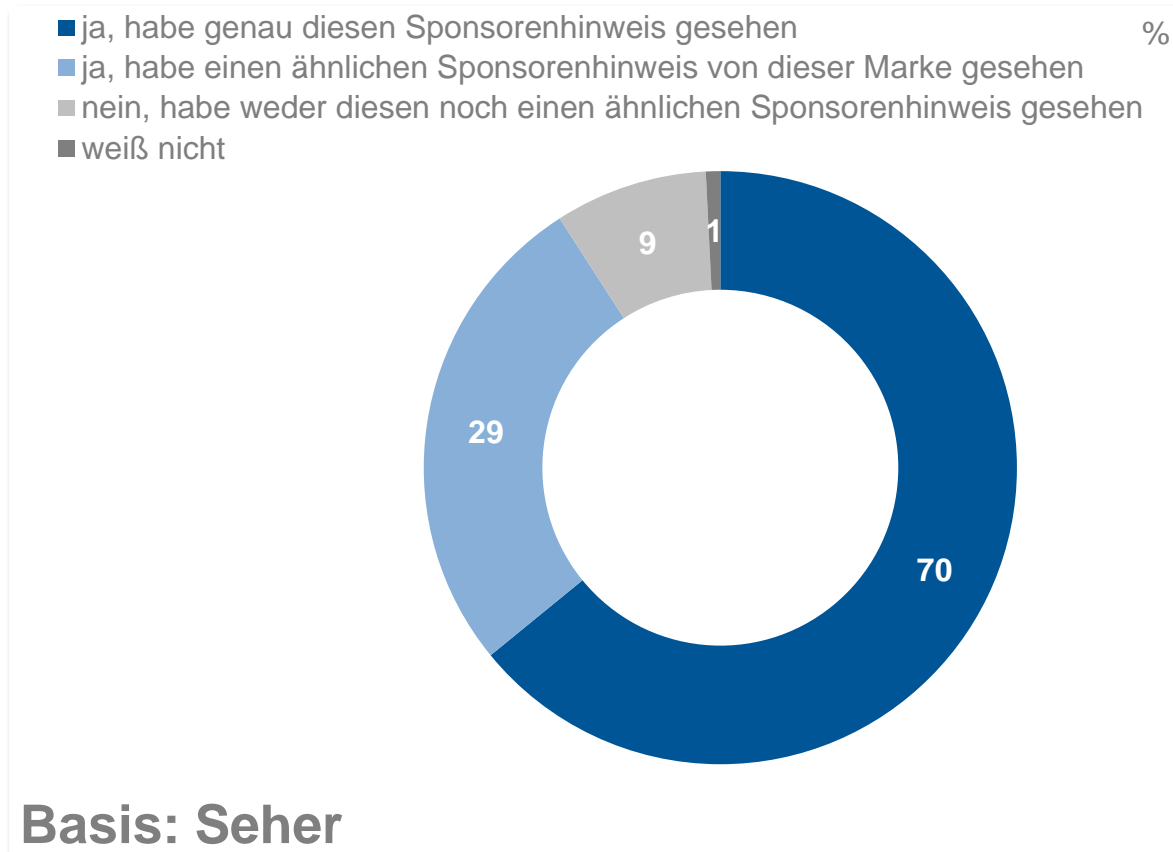
Wie gut passt dieser Sponsorenhinweis Ihrer Meinung nach zu der Sendung „Wer weiß denn sowas?“ ?



Basis: 212 Seher von „Wer weiß denn sowas?“ 25-60 Jahre

SPONSORENHINWEIS: RECOGNITION

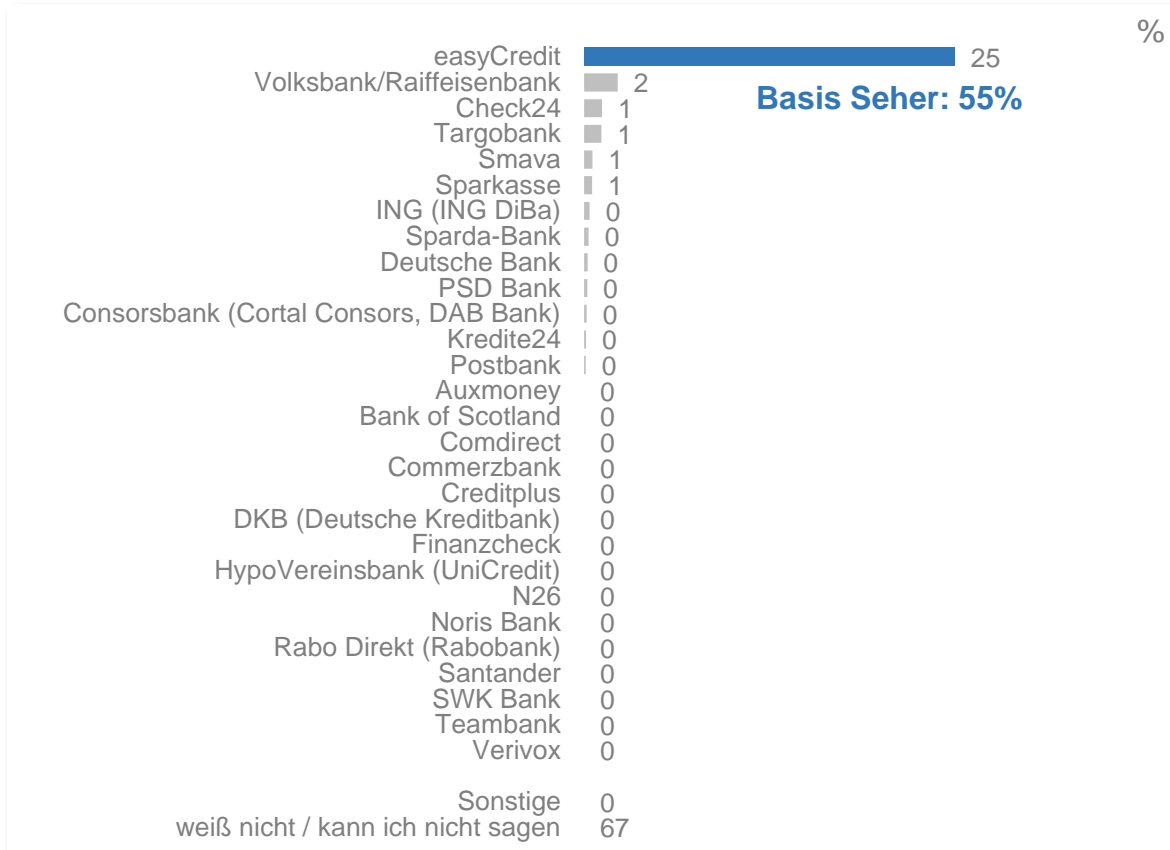
Die Sendung „Wer weiß denn sowas?“ wird von easyCredit gesponsort. Den Sponsorenhinweis spiele ich Ihnen nun einmal vor. Ist Ihnen dieser Sponsorenhinweis schon einmal aufgefallen?



Basis: 212 Seher von „Wer weiß denn sowas?“ 25-60 Jahre

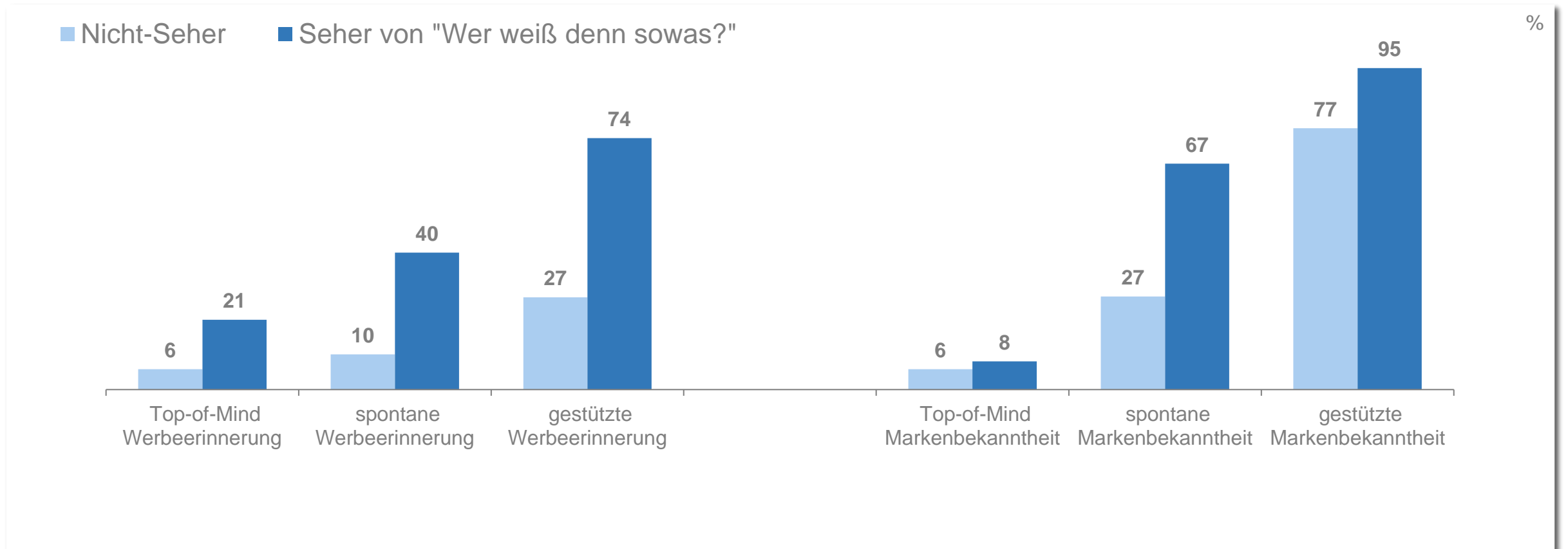
SPONTANE SPONSOREN-ZUORDNUNG

Können Sie sagen, welcher Anbieter im Bereich Kredite die Sendung „Wer weiß denn sowas?“ im Ersten sponsort?



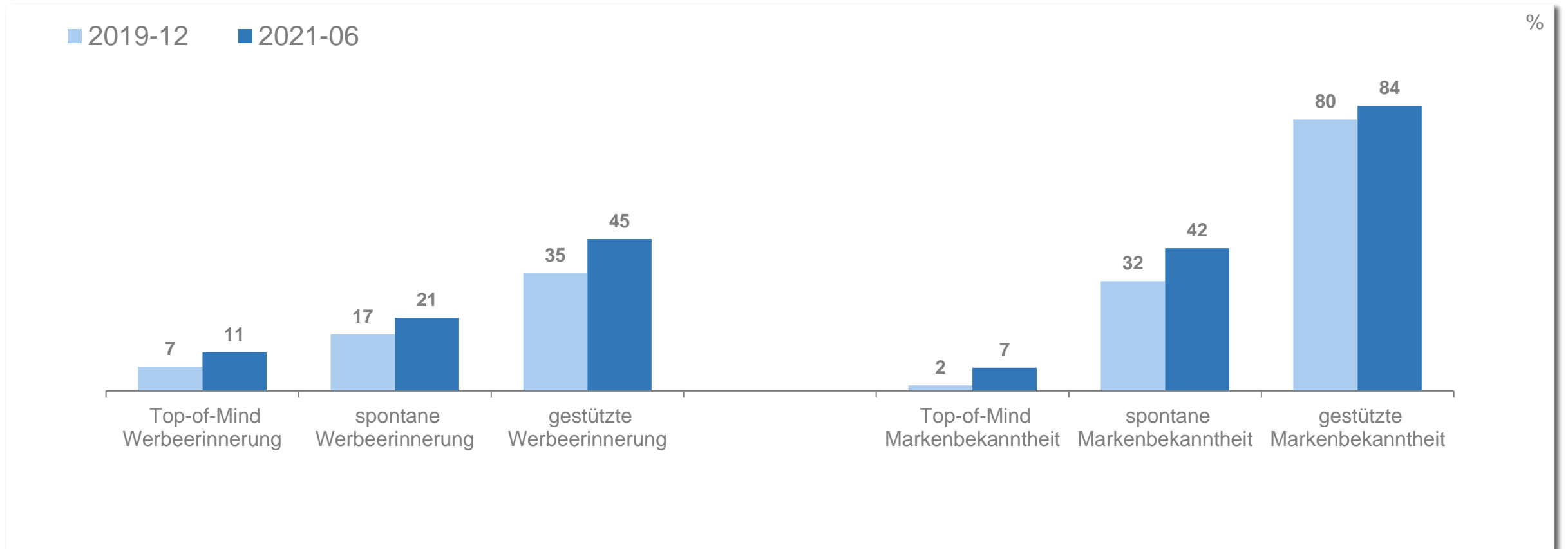
Basis: 573 Personen 25-60 Jahre

AWARENESS | SEHER VS. NICHT-SEHER



Basis: 573 Personen 25-60 Jahre

AWARENESS | WELLENVERGLEICH



Basis: 287/573 Personen 25-60 Jahre

ARD MEDIA TV-TRACKING

- Deutschlandweite Kampagnenbegleitforschung
- Persönlich-mündliche Befragung (CAPI)
- Personen im Alter von 14 bis 69 Jahren (Quoten-Stichprobe als Abbild der Gesamtbevölkerung)
 - Auswertung für easyCredit auf Basis 25-60 Jahre
- Je Befragung bis zu 3 Kampagnen aus verschiedenen Produktbereichen
- Institute: HF Media; GIM Wiesbaden

Eckdaten der Befragungen für easyCredit

- | | | | |
|-----------------|----------|---------------------------------|-----------|
| ■ 2019 Dezember | KW 49-50 | 287 Befragte 25-60 Jahre | „2019-12“ |
| ■ 2021 Mai/Juni | KW 20-23 | 573 Befragte 25-60 Jahre | „2021-05“ |

IHR ANSPRECHPARTNER



Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

christian.bayer@ard-media.de

