

The background is a stylized, isometric cityscape rendered in shades of red and green. Buildings are represented by rectangular blocks of varying heights. A prominent green beam of light originates from the bottom right, extending upwards and across the scene. Other smaller green and red beams are scattered throughout. The overall aesthetic is futuristic and digital.

Penny

Begleitforschung Promi Big Brother 2021

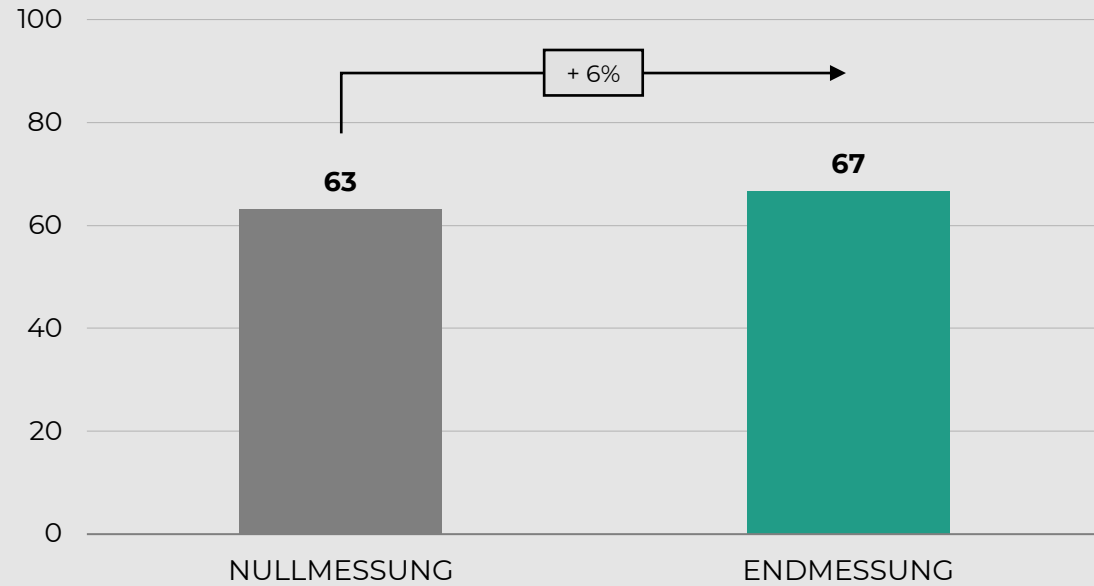
STECKBRIEF

Auftraggeber	SevenOne Media
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Erwachsene 18-39, SAT.1 an mind. 2 Tage/Woche
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogen
Zeitraum	Nullmessung: 30.7.-3.8.2021 // Endmessung: 30.8.-2.9.2021
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.070 // Endmessung: n = 1.052
Wirkungsmaße	Ungestützte Markenbekanntheit, (un-)gestützte Werbeerinnerung, Image Penny, (un-)gestützte Placementerinnerung, Bewertung Placement

SPONTANE BEKANNTHEIT STEIGT AUF HOHEM NIVEAU UM 7 PROZENT

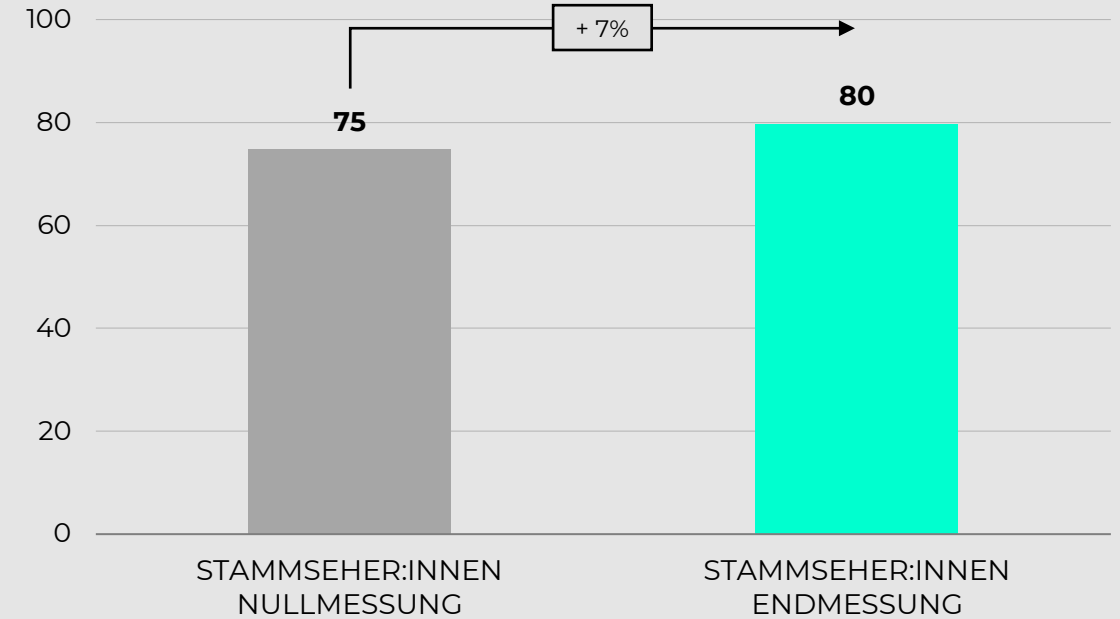
UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in Prozent



UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT – PENNY

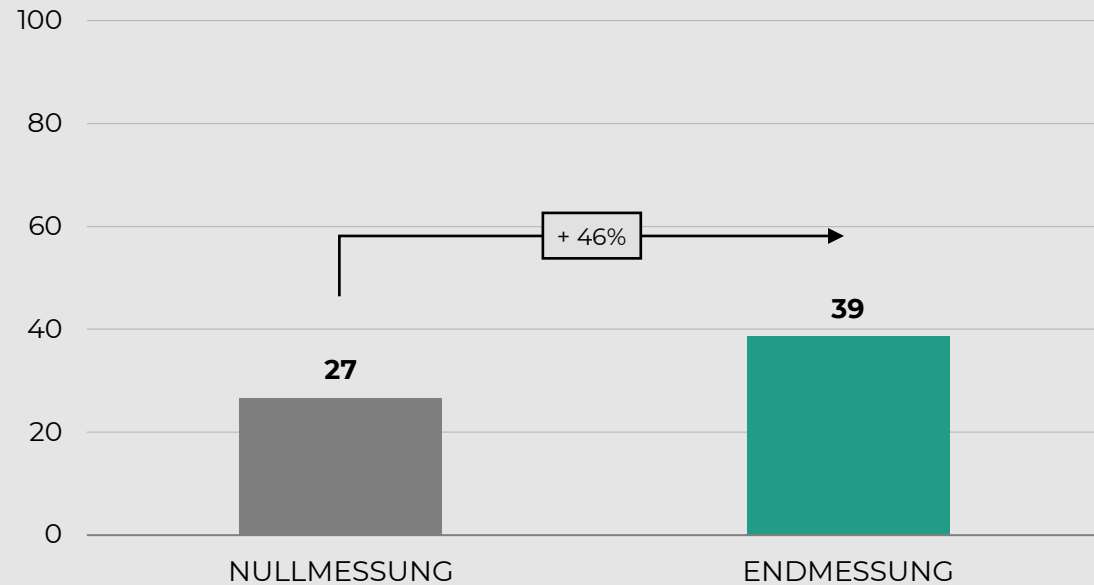
Angaben in Prozent



UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG DEUTLICH GESTEIGERT

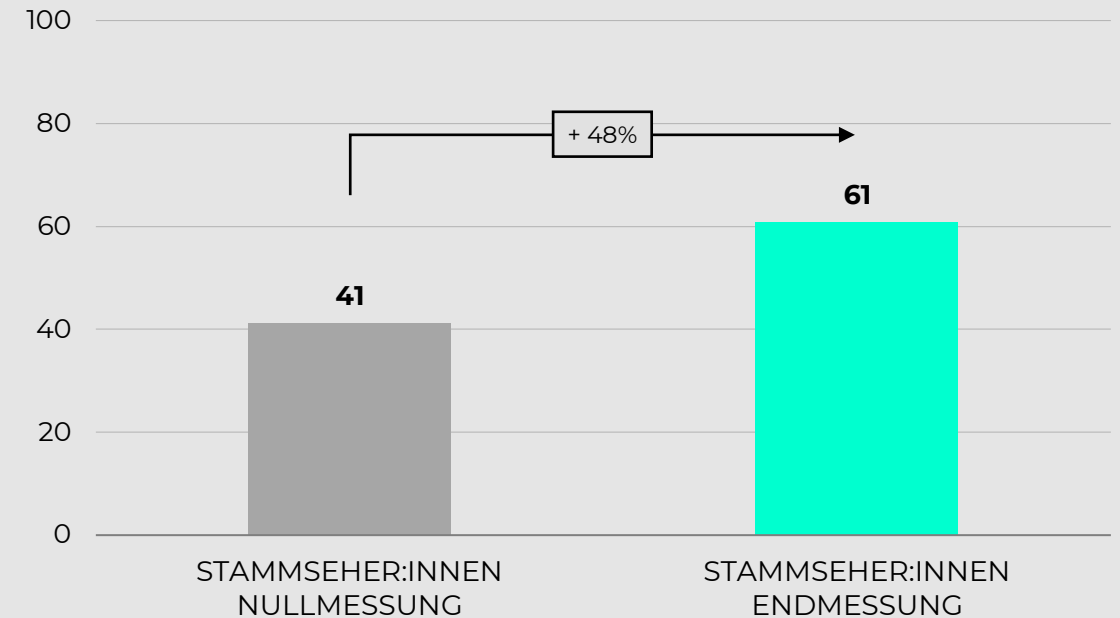
UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in Prozent



UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG – PENNY

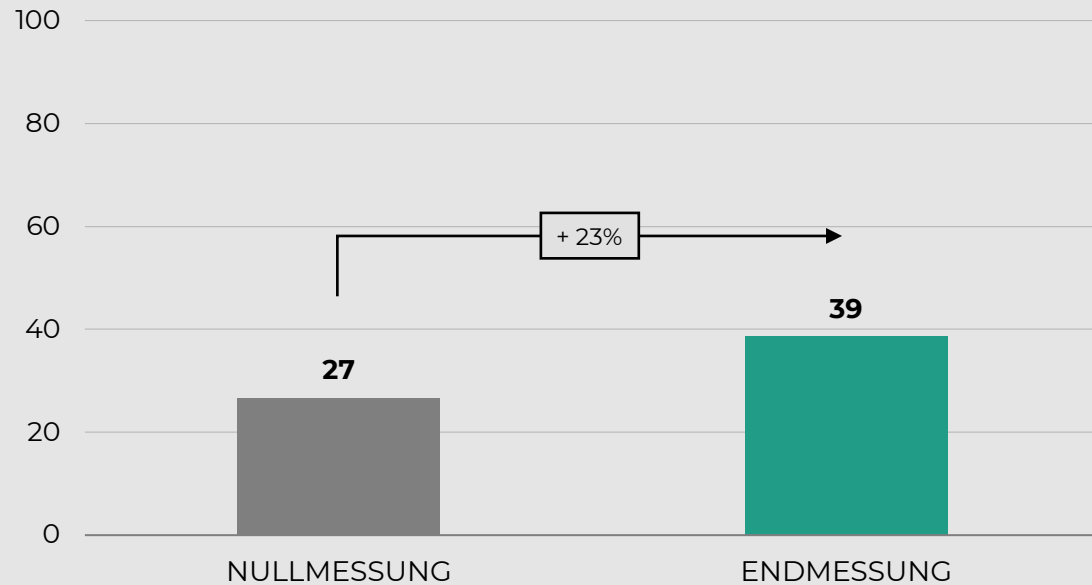
Angaben in Prozent



AUCH DIE GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG GEWINNT DURCH DIE KAMPAGNE

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in Prozent



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG – PENNY

Angaben in Prozent

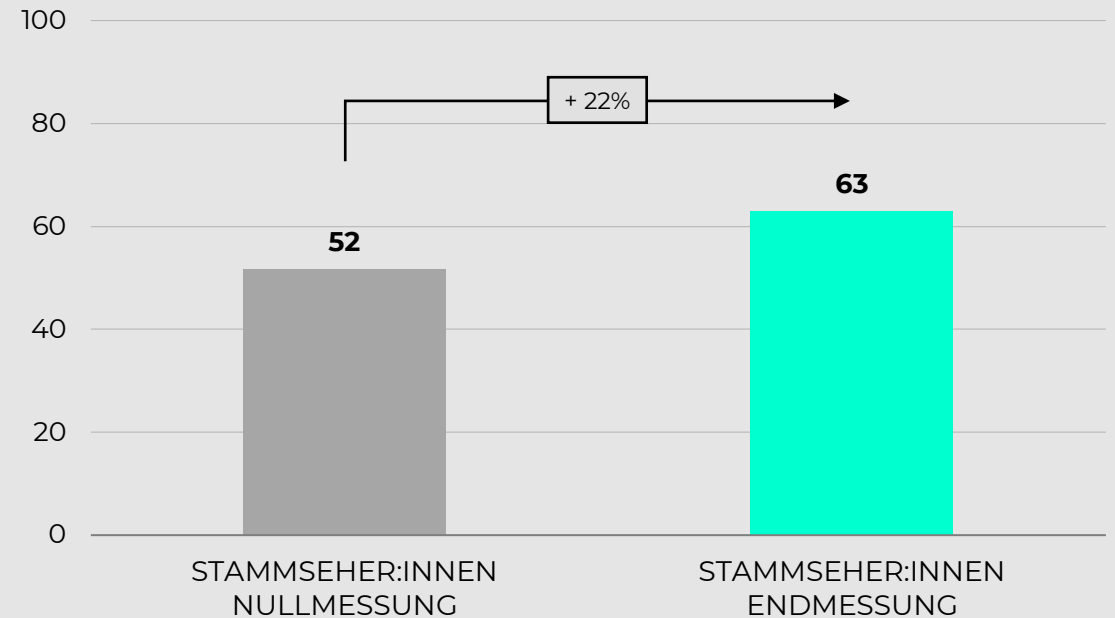


IMAGE WIRD BEI STAMMSEHER:INNEN TEILWEISE VERBESSERT

IMAGE PENNY – STAMMSEHER:INNEN

Angaben in Prozent (Top2), ohne KA-Option

...bietet ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

...bietet mir frische Lebensmittel.

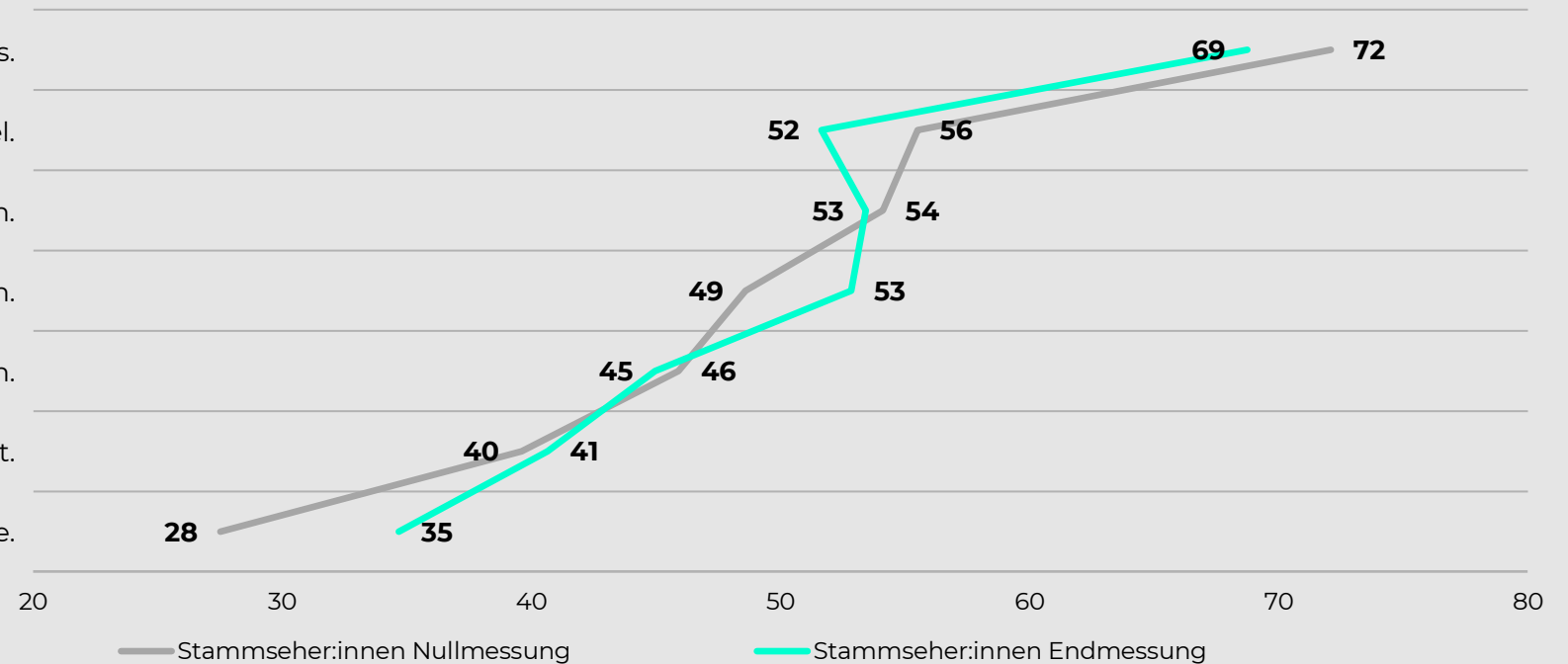
...ist sympathisch.

...ist für Menschen wie mich.

...ist modern.

...bietet hohe Qualität.

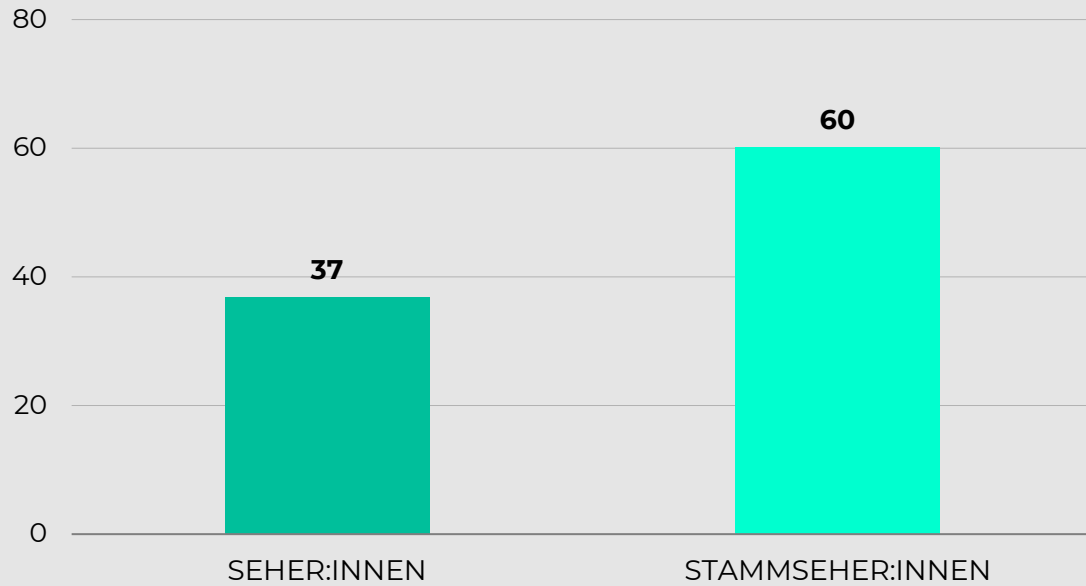
...hat die besten Angebote.



PLACEMENTERINNERUNG AUF HOHEM NIVEAU

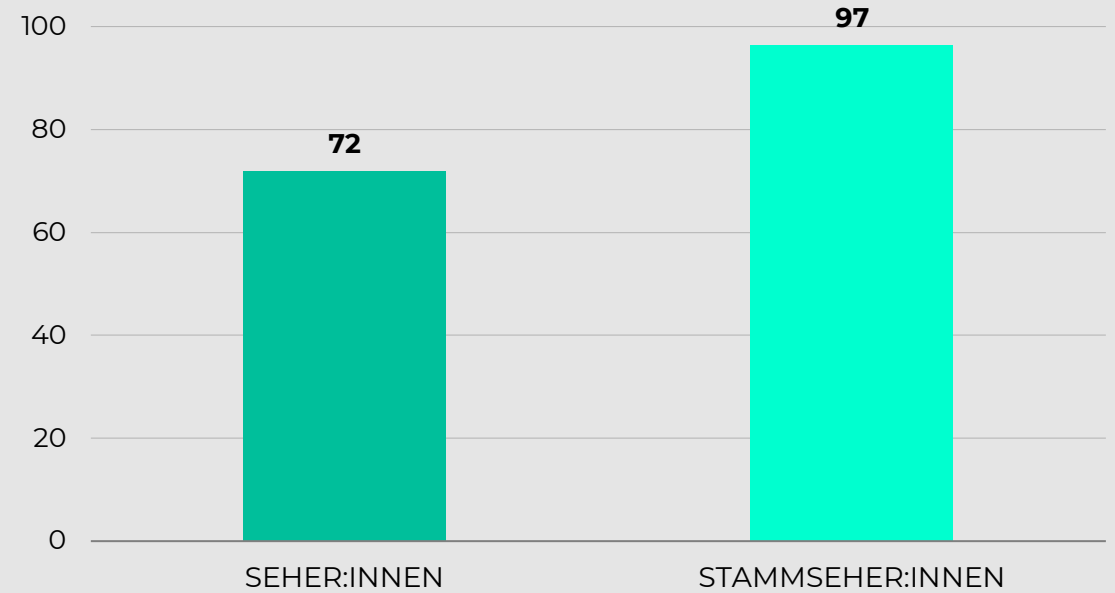
UNGESTÜTZTE PLACEMENTERINNERUNG – PENNY

Angaben in Prozent



GESTÜTZTE PLACEMENTERINNERUNG – PENNY

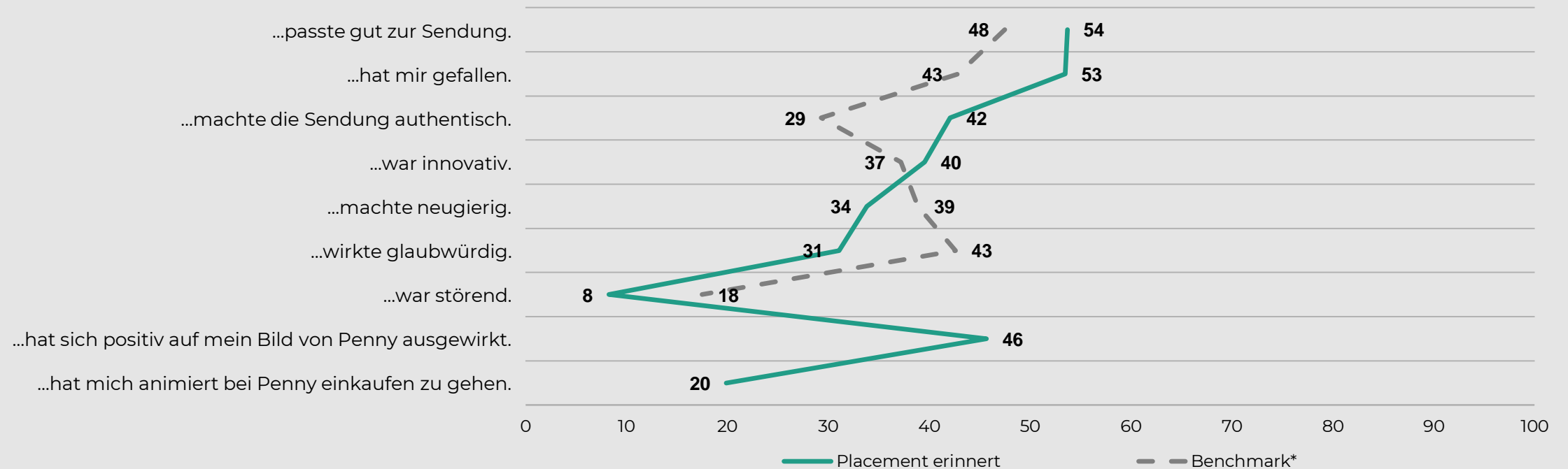
Angaben in Prozent



PLACEMENT GEFÄLLT UND PASST GUT ZUR SENDUNG

BEWERTUNG PLACEMENT – PENNY

Angaben in Prozent (Top2)



KEY FACTS

- Penny kann im Kampagnenzeitraum die ungestützte Bekanntheit steigern um bis zu 7 Prozent steigern.
- Die Werbeerinnerung steigt durch die Kampagne deutlich – spontan wie gestützt. In der Endmessung erinnern sich fast zwei Drittel der Stammseher:innen an Werbung für Penny.
- Auch das Image von Penny hat sich bei den Stammseher:innen verändert. Vor allem die Dimensionen „hat die besten Angebote“ und „ist für Menschen wie mich“ profitieren von der Einbindung.
- Das Placement wurde sehr gut wahrgenommen. Es gefällt, passt zur Sendung und ist authentisch. Zusätzlich hat es das Bild von Penny positiv beeinflusst. Insgesamt schneidet die Integration über Benchmark ab.

Fazit

Die Kooperation von Penny und Promi Big Brother war sehr erfolgreich. Auf nahezu allen Stufen des Markensfunnels zeigen sich teilweise deutliche Effekte und das bei bereits sehr hohem Wirkungsniveau.

Advertising and Media Research

MARTIN MARTIN

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-42 56

martin.martin@seven.one

Advertising and Media Research

JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

jennifer.osterhold@seven.one