

# FRESSNAPF

Sponsoring „Der Welpentrainer“

# AGENDA

**1 Steckbrief**

---

2 Ergebnisse

---

3 Fazit

---

# STECKBRIEF

<b>Auftraggeber</b>	Seven.One Media
<b>Durchführung</b>	Payback.net
<b>Grundgesamtheit</b>	Erw. ab 18 Jahre, die sixx sehen
<b>Auswahlverfahren</b>	Befragung im Payback Online Panel
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Zeitraum</b>	Nullmessung: 05. – 08. September 2022; Endmessung: 31. Oktober – 07. November 2022
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n = 1.032; Endmessung: n=1.254
<b>Inhalt</b>	Gestützte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung, Kaufbereitschaft, Weiterempfehlung, Markenimage; nur in der Endmessung: ungestützte und gestützte Sponsor Erinnerung, Spotbewertung und –fit, Fit von André Vogt und Fressnapf

# VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

Nullmessung

Endmessung



Sponsoring erinnert

# AGENDA

1 Steckbrief

---

**2 Ergebnisse**

---

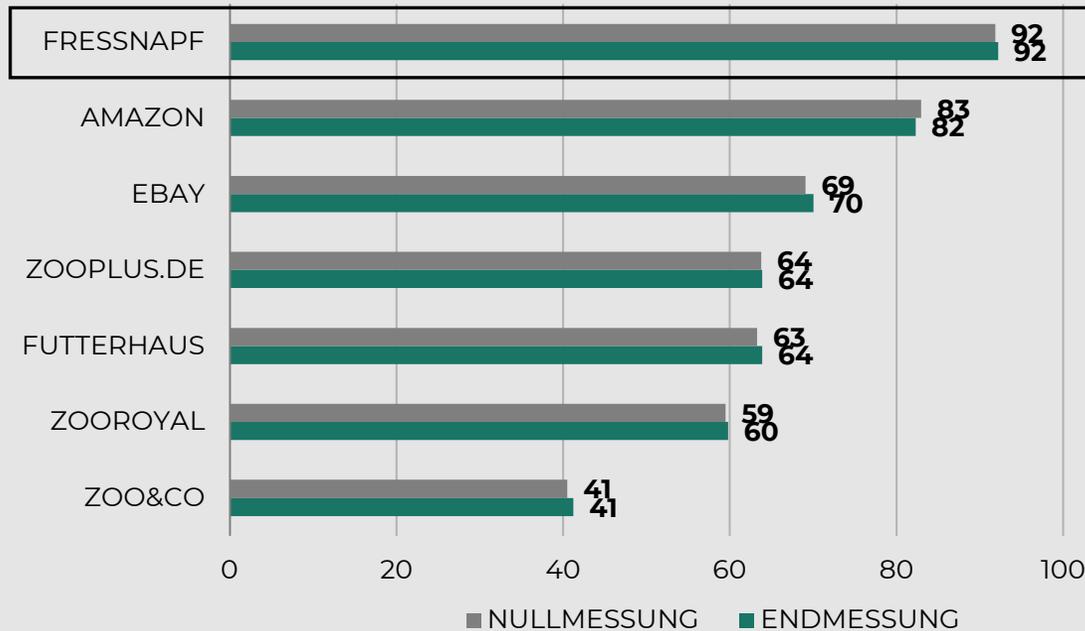
3 Fazit

---

# GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT BEREITS AUF SEHR HOHEM NIVEAU

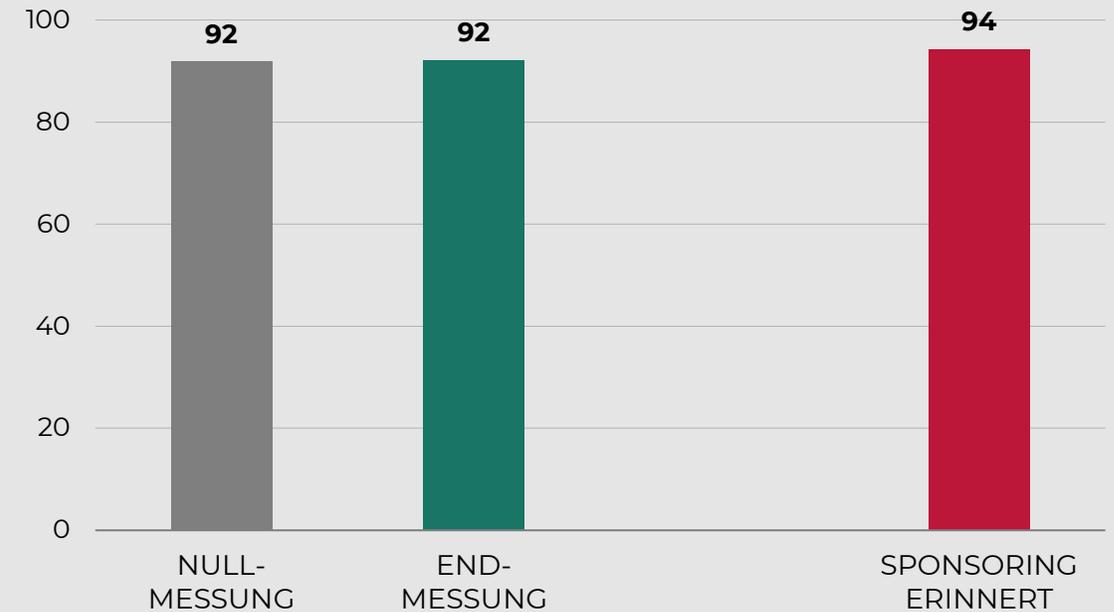
## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



## GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT FRESSNAPF

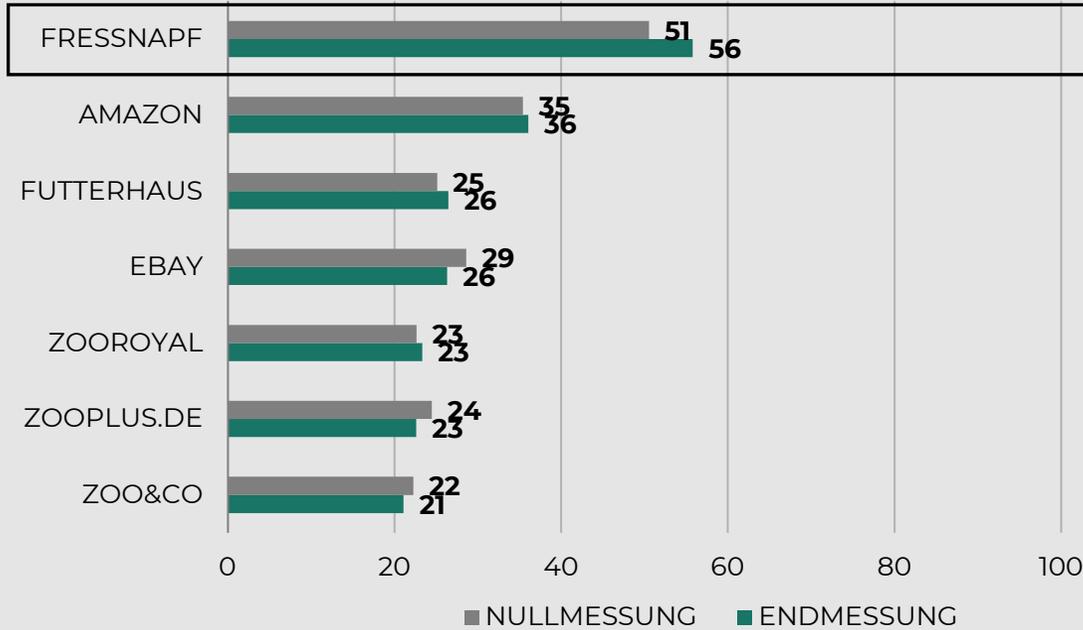
Angaben in %



# STEIGERUNG DER GESTÜTZTEN WERBEERINNERUNG UM ZEHN PROZENT

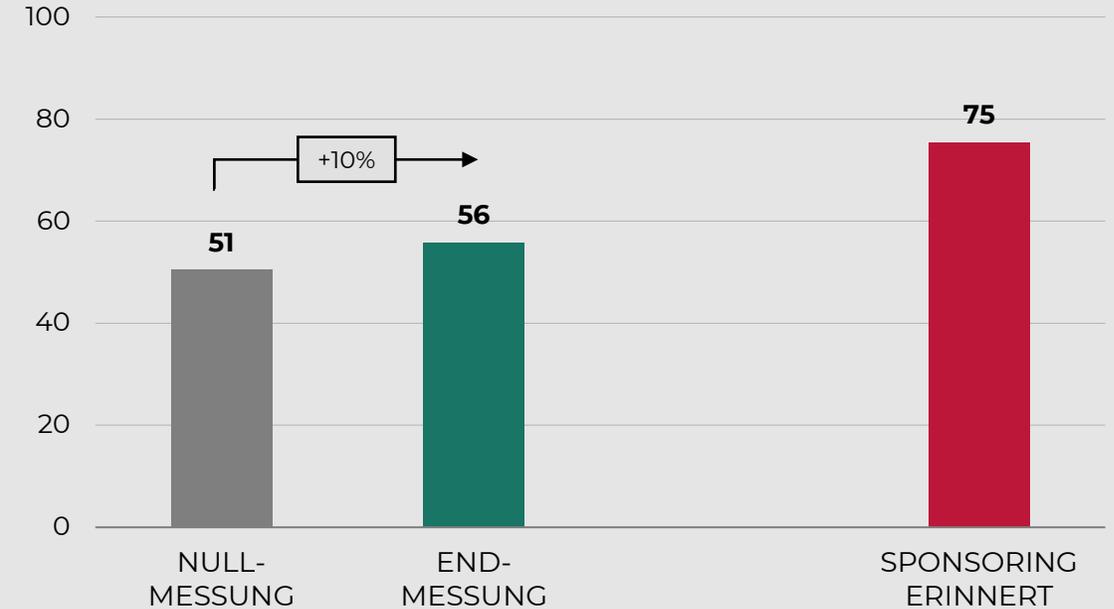
## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG FRESSNAPF

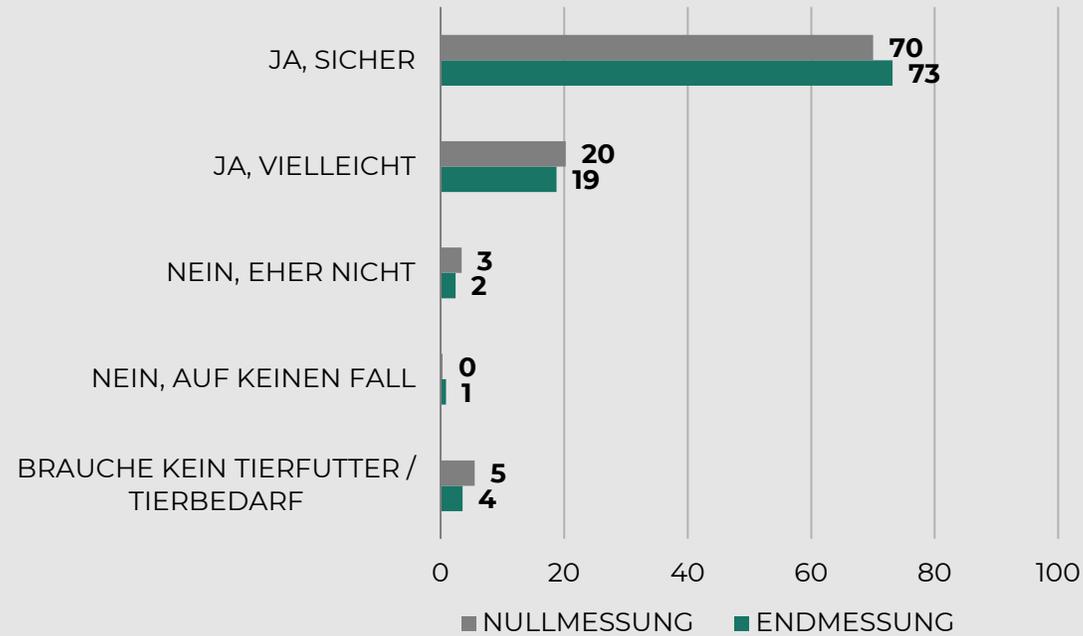
Angaben in %



# FÜR FAST JEDE:N KOMMT FRESSNAPF IN FRAGE

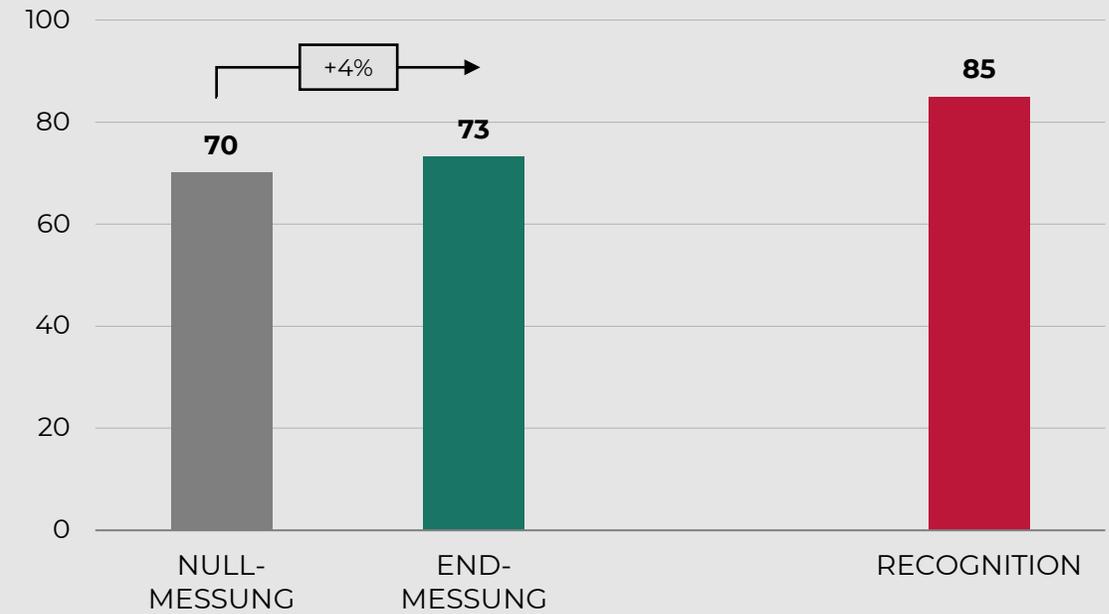
## KAUFBEREITSCHAFT

Angaben in %



## KAUFBEREITSCHAFT

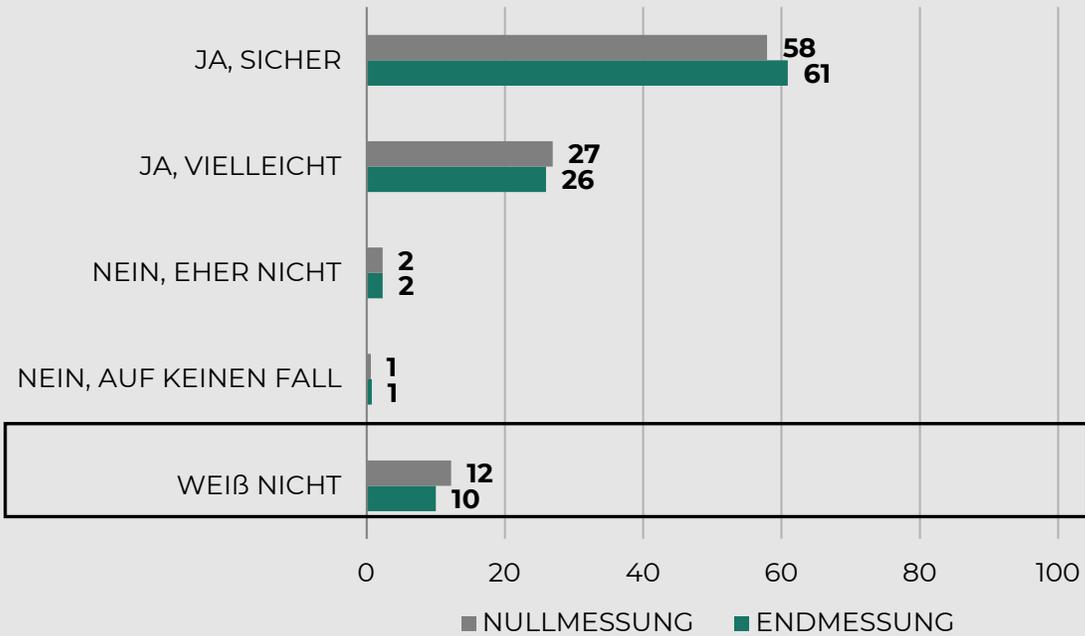
Angaben in % (Top1)



# WEITEREMPFEHLUNGSBEREITSCHAFT PROFITIERT VON SPONSORING

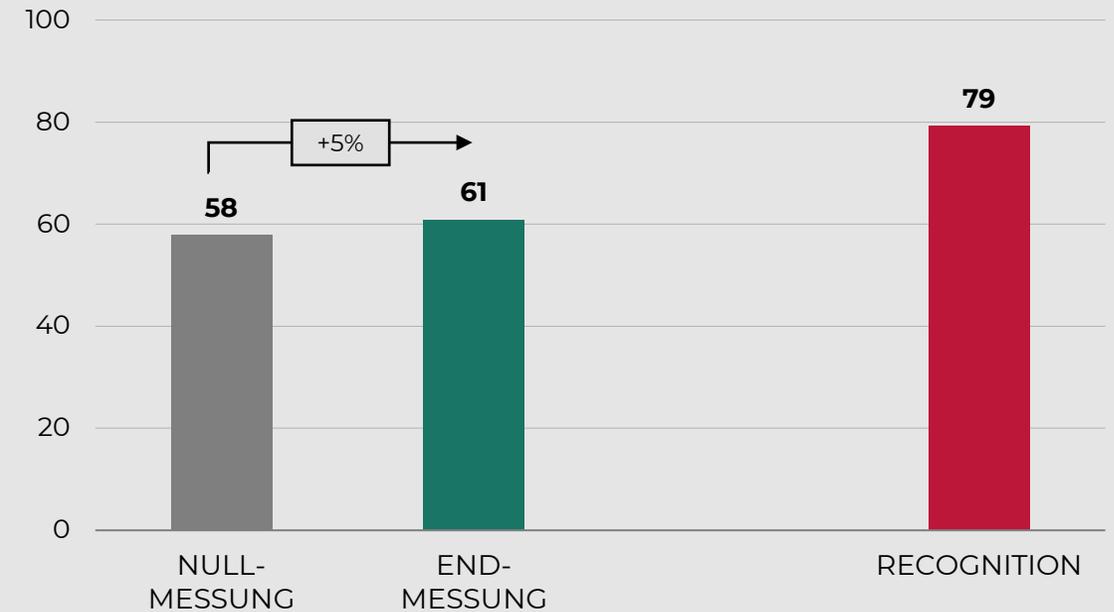
## WEITEREMPFEHLUNG

Angaben in %



## WEITEREMPFEHLUNG

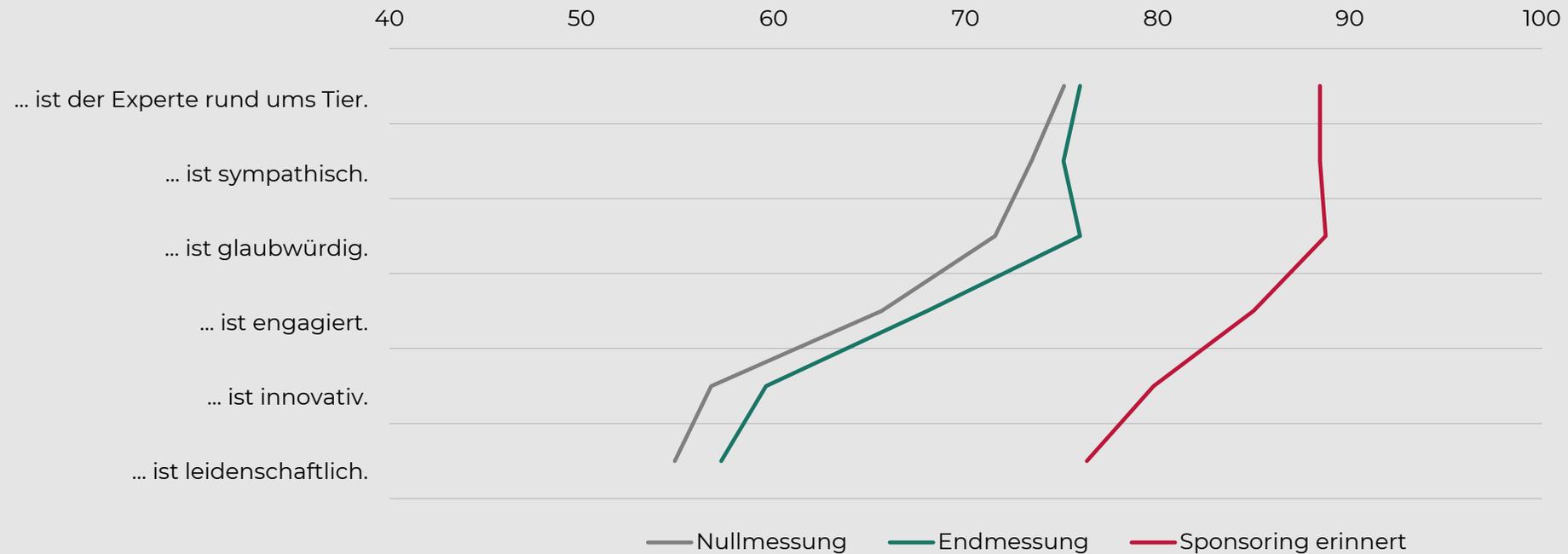
Angaben in % (Top1)



# SPONSORING WIRKT POSITIV AUF DAS MARKENIMAGE

## MARKENIMAGE

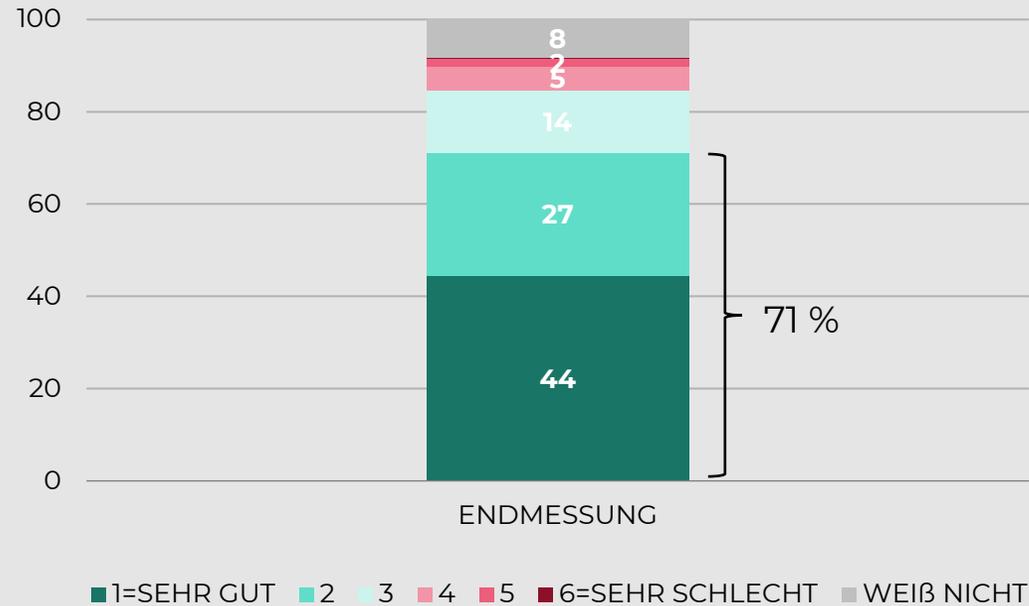
Angaben in % (Top2)



# SEHR HOHER SPONSORFIT

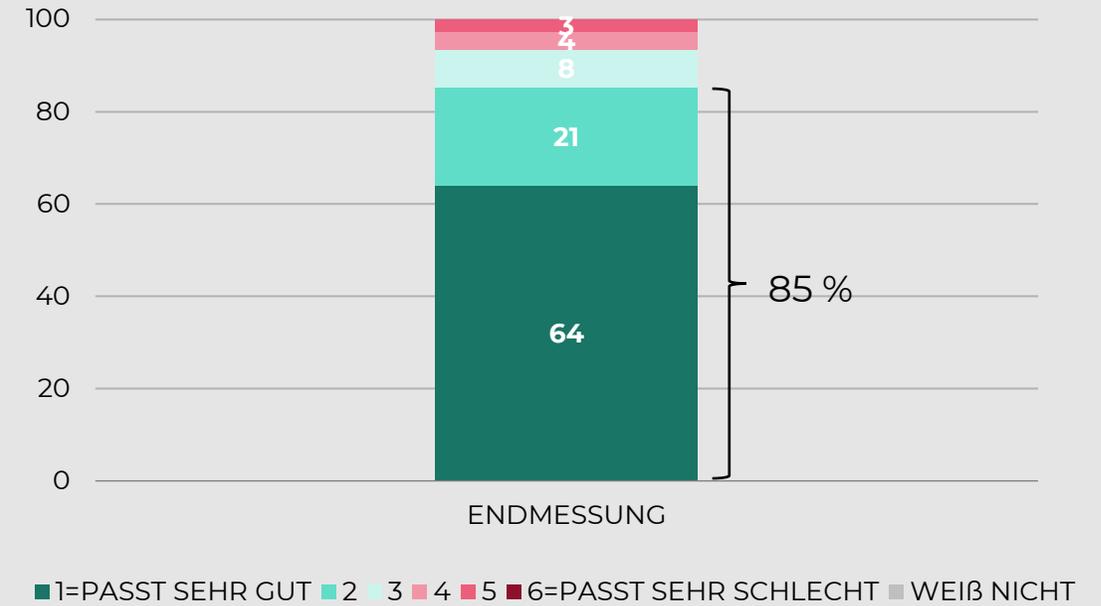
## SPONSORBEWERTUNG

Angaben in %



## SPONSORFIT

Angaben in %



# AGENDA

1 Steckbrief

---

2 Ergebnisse

---

**3 Fazit**

---

# FAZIT

- Die Markenbekanntheit liegt bereits auf so hohem Niveau, dass hier von Null- zu Endmessung keine Steigerung mehr möglich ist.
- Die gestützte Werbeerinnerung wird um zehn Prozent gesteigert.
- Die sichere Kauf- und Weiterempfehlungsbereitschaft nehmen etwas zu.
- Auch das Markenimage profitiert von dem Sponsoringeinsatz.
- Das Sponsoring wird sehr gut bewertet. Auch der Sponsorfit fällt sehr hoch aus.

Advertising & Media Research

# FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

