R+V VERSICHERUNG

ARD MEDIA TV-TRACKING
KEYCHARTS

NOVEMBER 2024

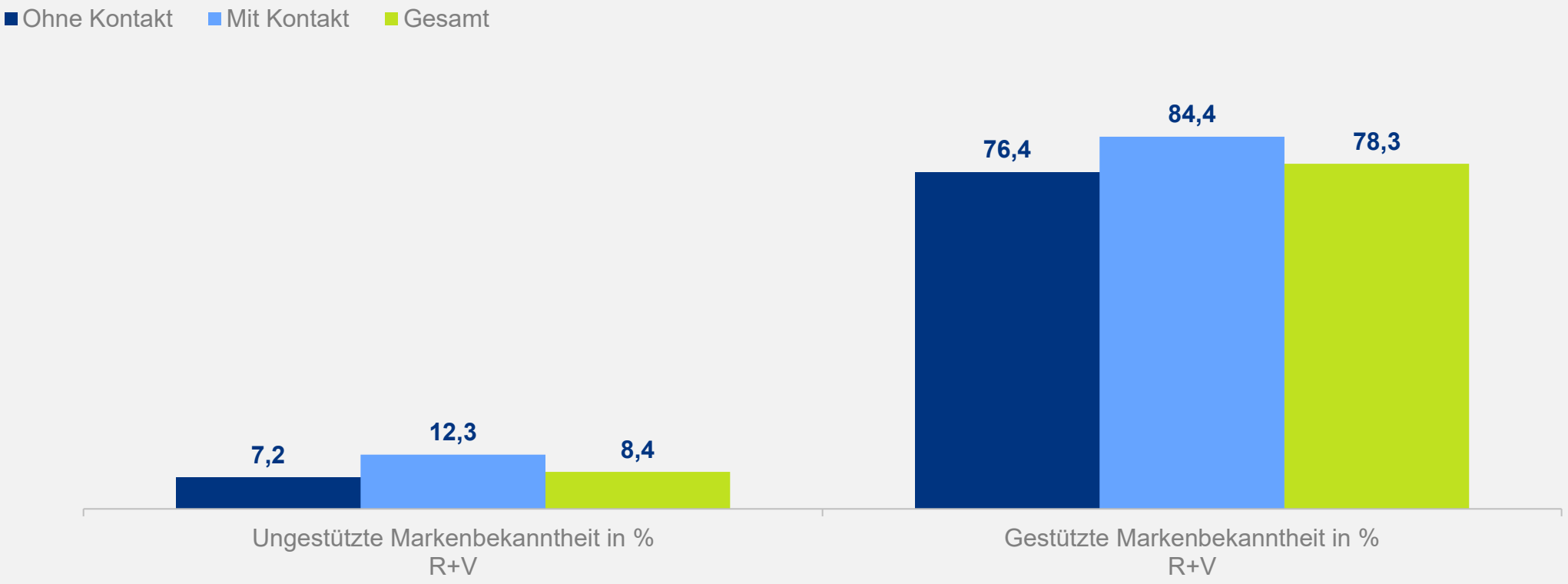
ARD MEDIA

ZENTRALE ERGEBNISSE

- Die **TV-Kampagne** insgesamt führte zu **Zuwächsen** bei allen erhobenen Wirkungsindikatoren: Werbeerinnerung, Bekanntheit von Marke und Slogan, Image und Consideration.
- **Mehrwert des Sportschau-Sponsorings** bzw. der Schaltungen im **Ersten**:
  - **Kontinuierliche Präsenz** über das Jahr hinweg
  - Ergänzend zu klassischen Schaltungen werden **mehr Personen erreicht** (höhere Nettoreichweite)
  - Bei bereits erreichten Personen führen die zusätzlichen Kontakte zu einer deutlich **stärkeren Wirkung**
- Die **Werbeerinnerung** liegt bei Personen, die in der Vorwoche über Das Erste erreicht wurden, um **42% höher** als bei Personen, die nur über andere Sender erreicht wurden. Besonders gut wurde dabei der **Slogan „Du bist nicht allein“** kommuniziert: Hier beträgt der Unterschied sogar **76%**.
- Das Sportschau-Sponsoring bringt zudem **positive Abstrahleffekte**: So geben 43% der befragten Sportschau-Seher an, dass diese Verbindung von Sendung und Marke die R+V in ein positives Licht rückt.

BEKANNTHEIT

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



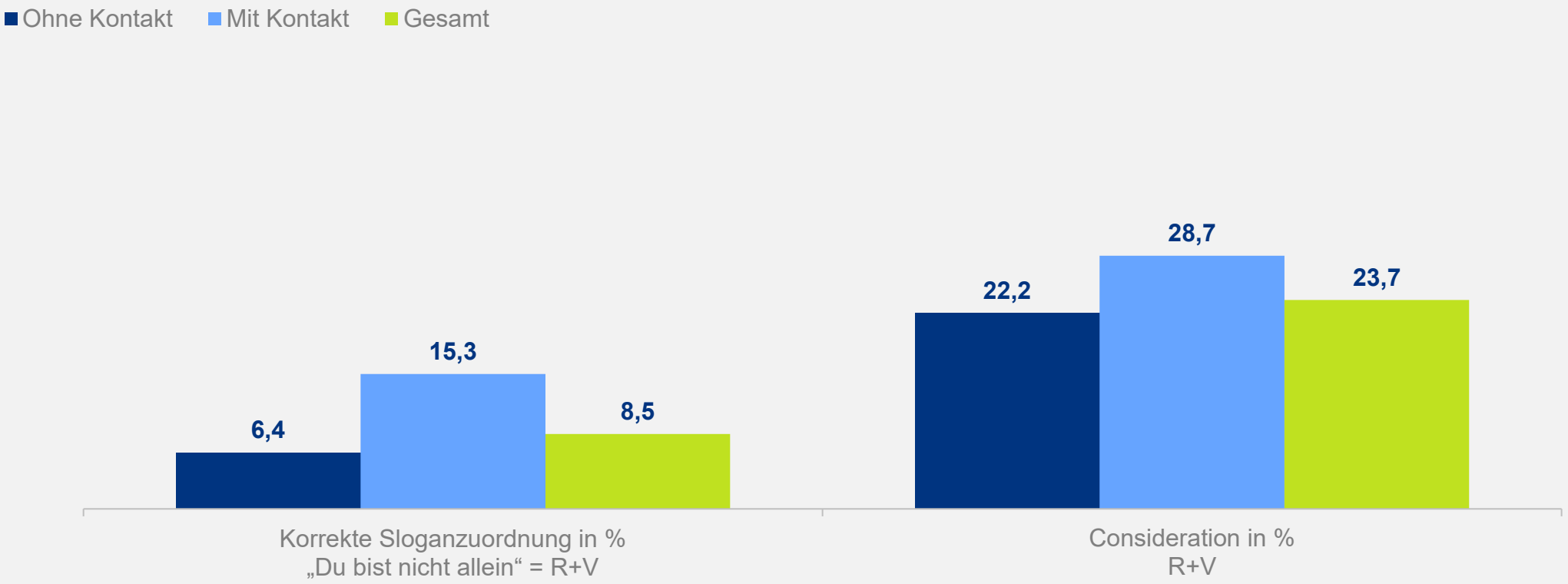
Anstieg um **1,2 Pp = 374 Tsd. Personen** in ZG*

Anstieg um **1,9 Pp = 593 Tsd. Personen** in ZG*

Basis: 1.030 Personen 30-63 J. mit HHNE 2000+ | Erreichte = Kampagnenkontakt in den letzten 7 Tagen vor dem Interview | *Potenzial: 31,2 Mio. Personen

ZUORDNUNG SLOGAN & CONSIDERATION

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



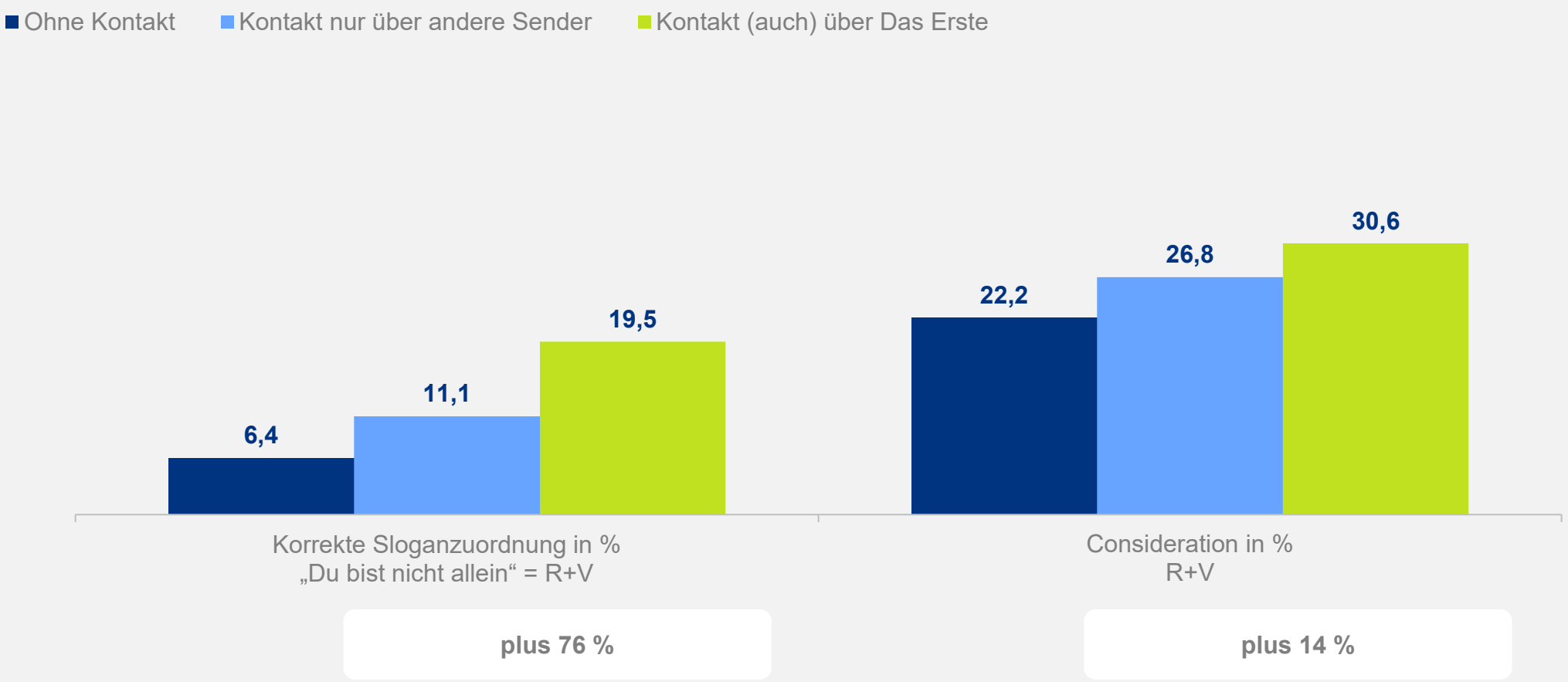
Anstieg um **2,1 Pp = 655 Tsd. Personen** in ZG*

Anstieg um **1,5 Pp = 468 Tsd. Personen** in ZG*

Basis: 1.030 Personen 30-63 J. mit HHNE 2000+ | Erreichte = Kampagnenkontakt in den letzten 7 Tagen vor dem Interview | *Potenzial: 31,2 Mio. Personen

ZUORDNUNG SLOGAN & CONSIDERATION

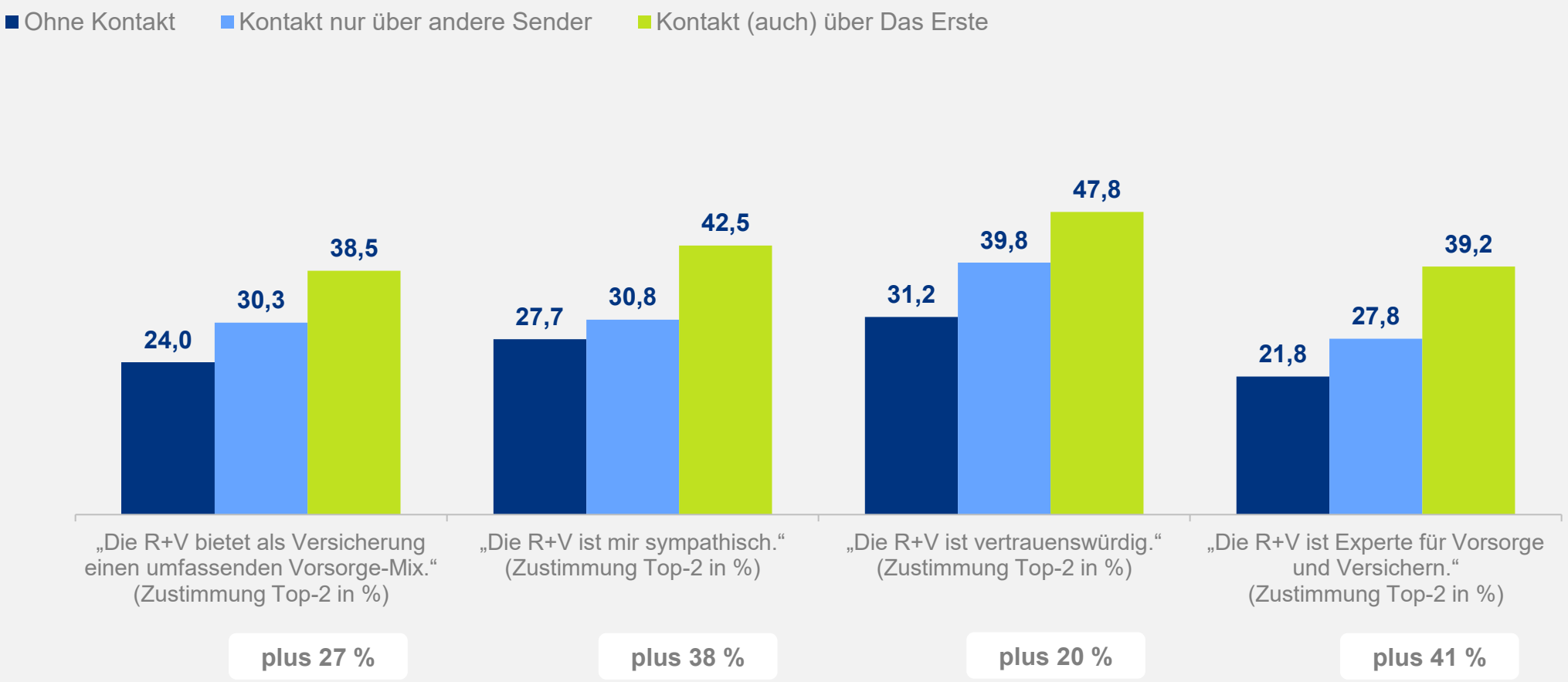
ZUSÄTZLICHE WIRKUNG DER KONTAKTE IM ERSTEN



Basis: 1.030 Personen 30-63 J. mit HHNE 2000+ | Erreichte = Kampagnenkontakt in den letzten 7 Tagen vor dem Interview

IMAGE

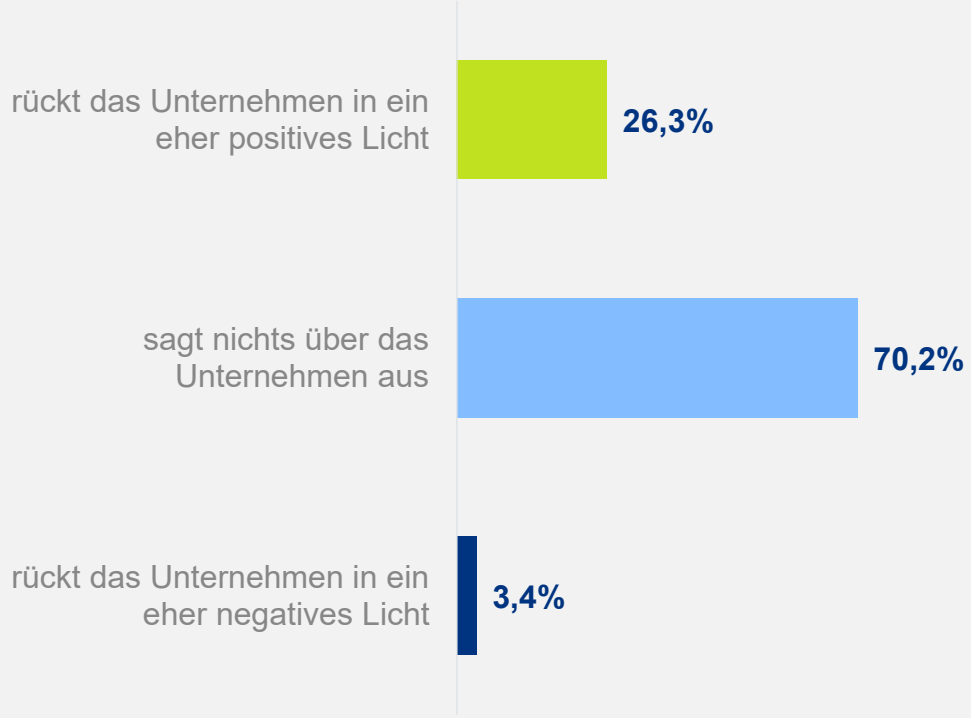
ZUSÄTZLICHE WIRKUNG DER KONTAKTE IM ERSTEN



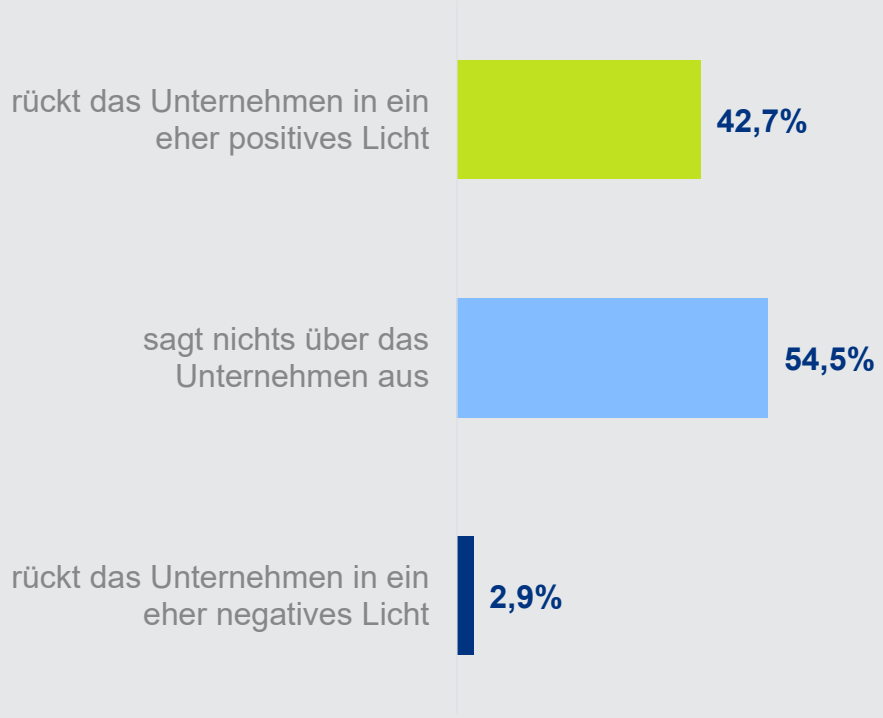
Basis: 1.030 Personen 30-63 J. mit HHNE 2000+ | Erreichte = Kampagnenkontakt in den letzten 7 Tagen vor dem Interview

IMAGE: ABSTRAHLEFFEKT

DIE R+V VERSICHERUNG IST PROGRAMMSPONSOR DER SPORTSCHAU FUßBALL-BUNDESLIGA AUF DEM SENDER ARD / DAS ERSTE. WAS SAGT DIESE VERBINDUNG IHRER MEINUNG NACH ÜBER DIE R+V VERSICHERUNG AUS?



Basis: **Alle Befragten**



Basis: **Sportschau-Seher***

Basis: 1.030 Personen 30-63 J. mit HHNE 2000+ | *146 Befragte (sehen Sportschau „ein- bis zweimal im Monat“ oder öfter)

ARD MEDIA TV-TRACKING

ECKDATEN

- Kampagnenbegleitforschung mittels Online-Befragung
- Deutschlandweit
- Institut: KANTAR

- Personen im Alter von 16-69 Jahren (Onliner Gesamt)

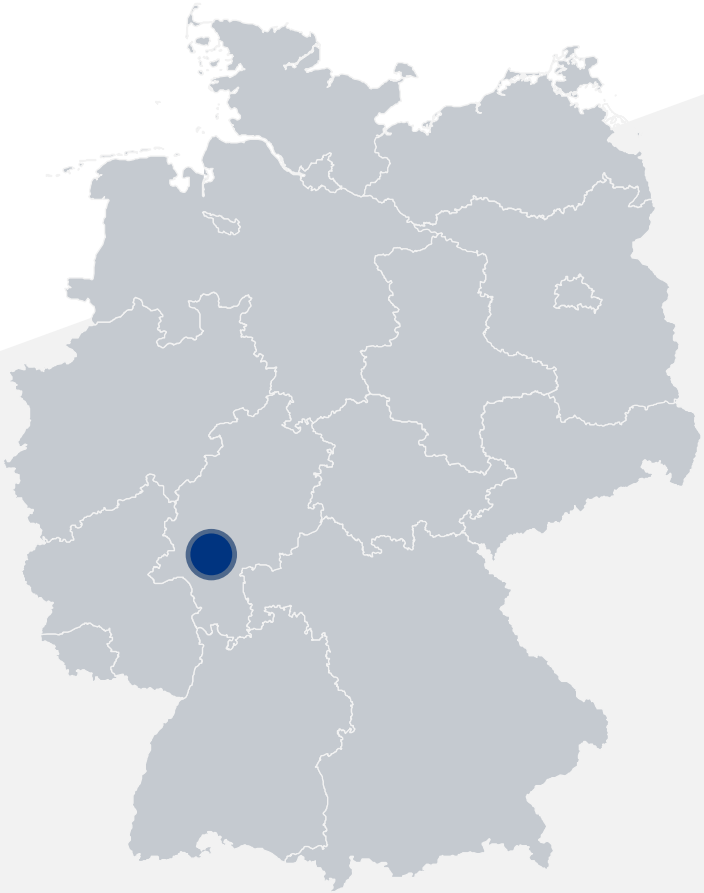
  → **30-63 Jahre mit HHNE 2.000+**

- Je Kampagne 1.000 Interviews

  → **1.030 Interviews in KW 43 und 44**

ANSPRECHPARTNER

Christian Bayer
Advertising & Market Insights
Tel.: +49 (0)69 / 15424-118
Mobil: +49 (0)151 / 54007498
christian.bayer@ard-media.de



ARD MEDIA