

passengertv  
Werbewirkungsstudie «Fussball-EM»

WEMF, Juni 2016/JH/KN

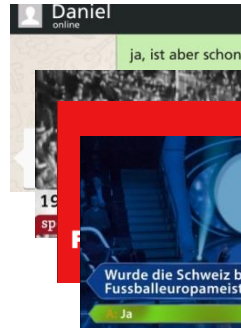
<b>Universum</b>	Sprachassimilierte 15-75-Jährige, welche in St. Gallen, Thurgau, Schaffhausen, Glarus/Obersee ( <b>Testgebiet</b> ) sowie im Berner Oberland, Berner Seeland, Berner Mittelland ( <b>Kontrollgebiet</b> ) wohnen, regelmässige Internetnutzer (engerer Nutzerkreis) sind und <b>mind. 1-mal wöchentlich öffentliche Verkehrsmittel nutzen</b>
<b>Erhebungsmethodik</b>	Online-Interviews
<b>Stichprobengrösse</b>	Netto-Stichproben: n (Nullmessung) = 804 / n (Hauptmessung) = 809
<b>Befragungszeit</b>	Nullmessung: 23.03.2016 – 08.04.2016 Hauptmessung: 17.05.2016 – 30.05.2016
<b>Quotenvorgaben</b>	Geschlecht, Alter, Erwerbstatus (Sollvorgaben aus der MA Strategy Consumer 2015)
<b>Gewichtung</b>	nach allen Quotenvariablen, sowie Bildung und Siedlungsart
<b>Feldinstitut</b>	intervista AG, Bern
<b>Projektleitung</b>	WEMF AG für Werbemedienforschung, Zürich

# Studienablauf Test- vs. Kontrollgebiet

## passengertv: Fussball-Kampagne

Testgebiet

**Nullmessung**  
400 Interviews mit  
ÖV-Nutzern



- 14 Tage
- 4 Spots alternierend
- ganztägig
- alle 8 Minuten
- 699 Bildschirme
- **Budget: 63'000 CHF**

**Hauptmessung**  
400 Interviews mit  
ÖV-Nutzern

Kontrollgebiet

**Nullmessung**  
400 Interviews mit  
ÖV-Nutzern

**keine Kampagne**

**Hauptmessung**  
400 Interviews mit  
ÖV-Nutzern

März 2016

April 2016

Mai 2016

# Summary

- Im Testgebiet wurden zwischen Null- und Hauptmessung vierzehn Tage lang passengertv-Spots mit drei Wissensbotschaften zum Thema Fussball-EM geschaltet (Kampagnenbudget: 63'000 CHF). Im Kontrollgebiet gab es keine entsprechenden Spots.
- Das in den Spots vermittelte EM-Wissen ist im Gebiet der Ausstrahlung deutlich höher als im Kontrollgebiet, in welchem keine Spots mit diesen Informationen ausgestrahlt wurden. Auch erinnern sich zwei Drittel der befragten öV-Nutzer im Testgebiet, welche die Wissensfragen richtig beantworten, an die Quelle ihres Wissens – nämlich die öV-Bildschirme.

	Wissensbotschaften	Anteile der Befragten mit korrekter Antwort	
		Nullmessung	Hauptmessung
<b>Testgebiet mit</b> Kampagne	• Schweiz war Europameister	• 10%	• 45%
	• Jahr 1924	• 19%	• 48%
	• Spiel vs. Litauen 9:0	• 3%	• 36%
<b>Kontrollgebiet ohne</b> Kampagne	• Schweiz war Europameister	• 10%	• 11%
	• Jahr 1924	• 22%	• 21%
	• Spiel vs. Litauen 9:0	• 2%	• 2%

- Die Ergebnisse belegen damit, dass öV-Nutzer durch die passengertv-Bildschirme gut erreicht werden können. Die starken Effekte zeigen zudem eindeutig, dass die getesteten Spots nicht nur gesehen, sondern deren informative Botschaften auch verstanden und erinnert wurden.

# Ergebnisse

# Vorbemerkung zu den Ergebnissen

Aufgrund des zweistufigen Erhebungsverfahrens (Null- und Hauptmessung) gibt es verschiedene Analysemöglichkeiten. Um auf einen Blick zu verdeutlichen, welche Datenbasis jeweils zugrunde liegt, sind die vorliegenden Charts wie folgt gekennzeichnet:

Null ↔ Haupt

**Null- VS. Hauptmessung:**

Um die potentielle Wirkung der Kampagne nachzuzeichnen, wurden dieselben Fragen vor (Nullmessung) und nach (Hauptmessung) der Kampagne gestellt und die Ergebnisse miteinander verglichen.

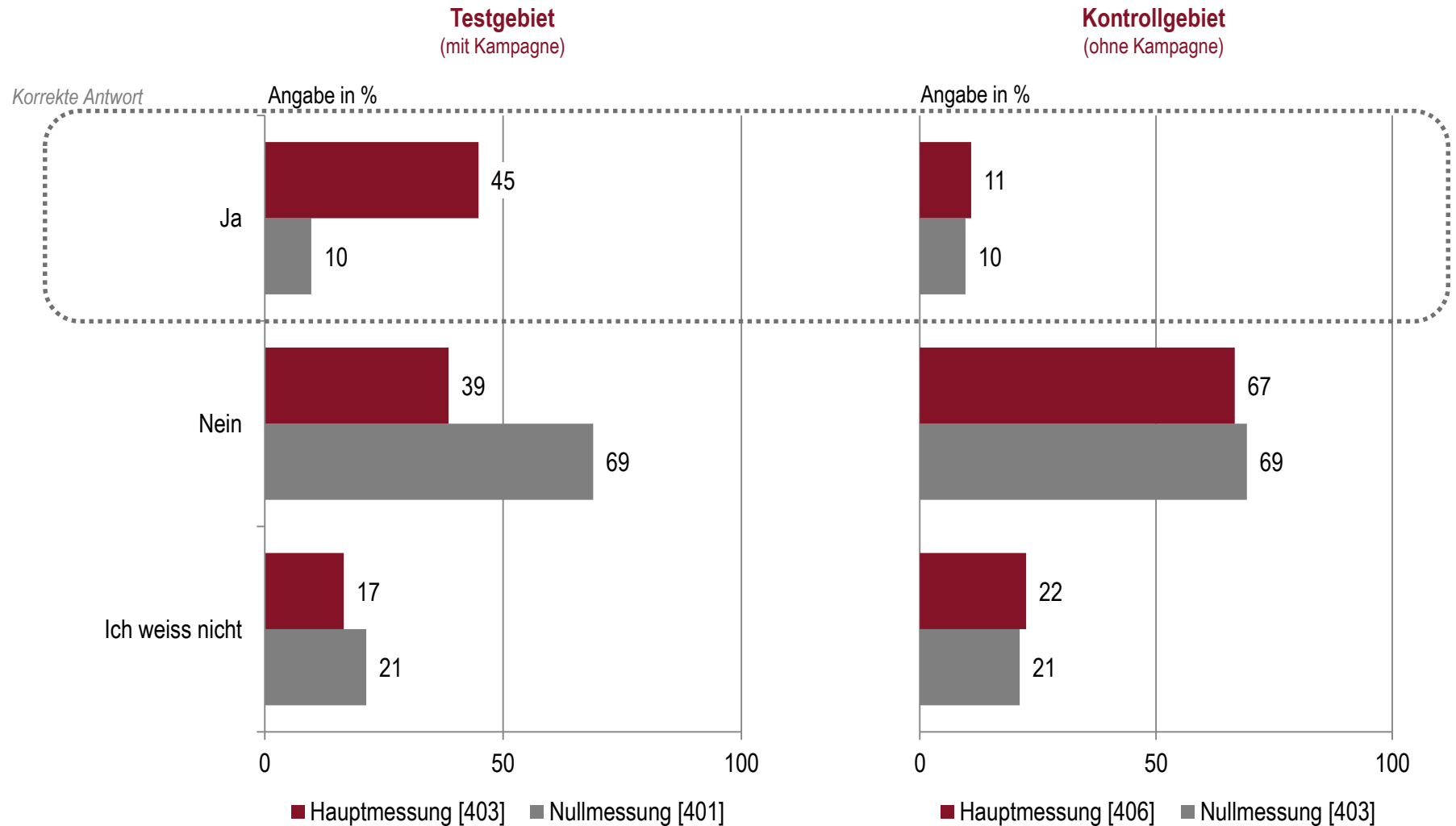
Haupt

**NUR Hauptmessung:**

Diese Fragen wurden nur in der Hauptmessung gestellt (Erinnerung der Filmspots).

# War die Schweiz schon einmal Fussball-Europameister?

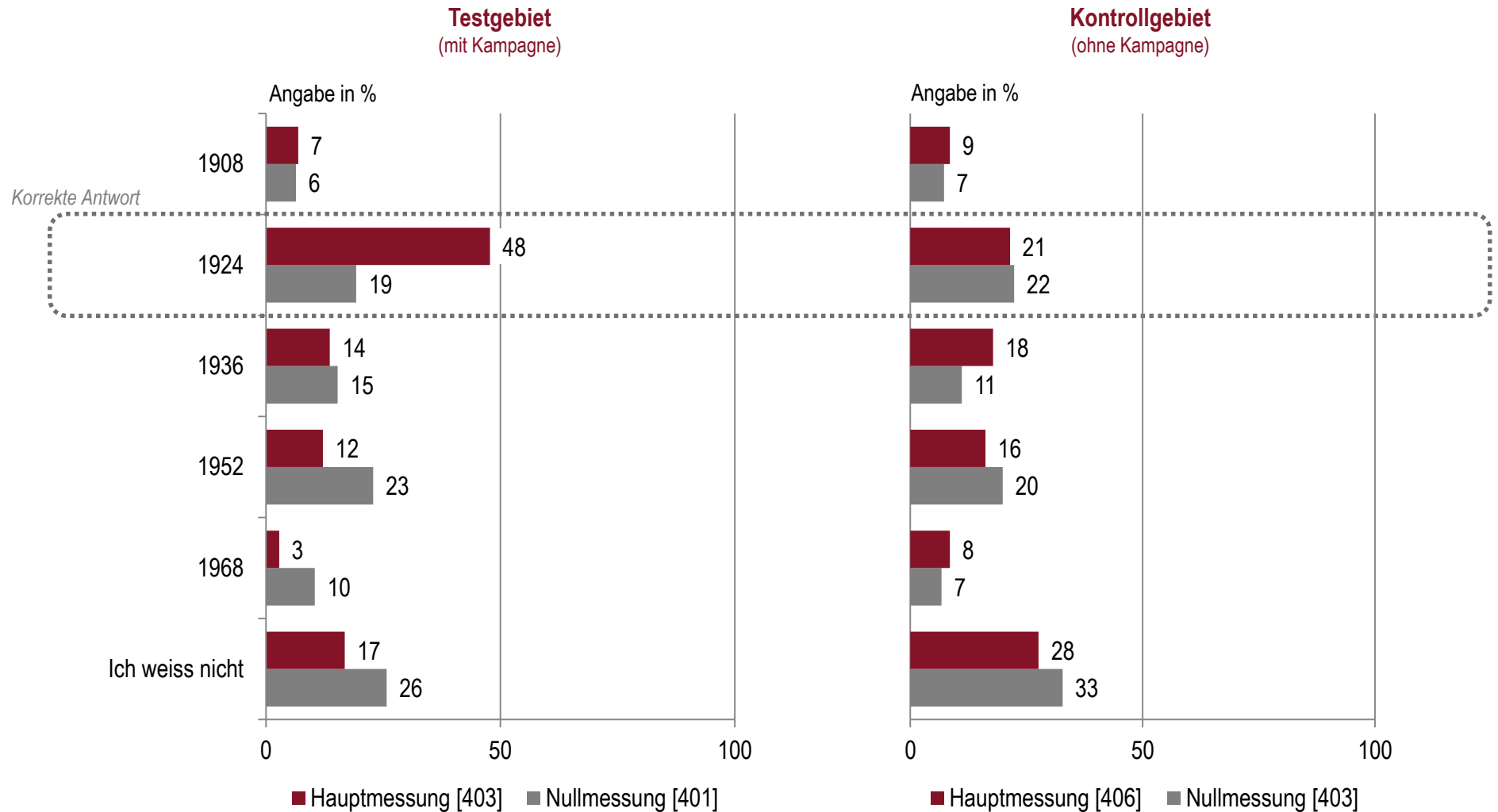
n = in [ ]  
(Alle)



# Die Schweiz war schon einmal Fussball-Europameister. Was denken Sie, in welchem Jahr war das?

Null ↔ Haupt

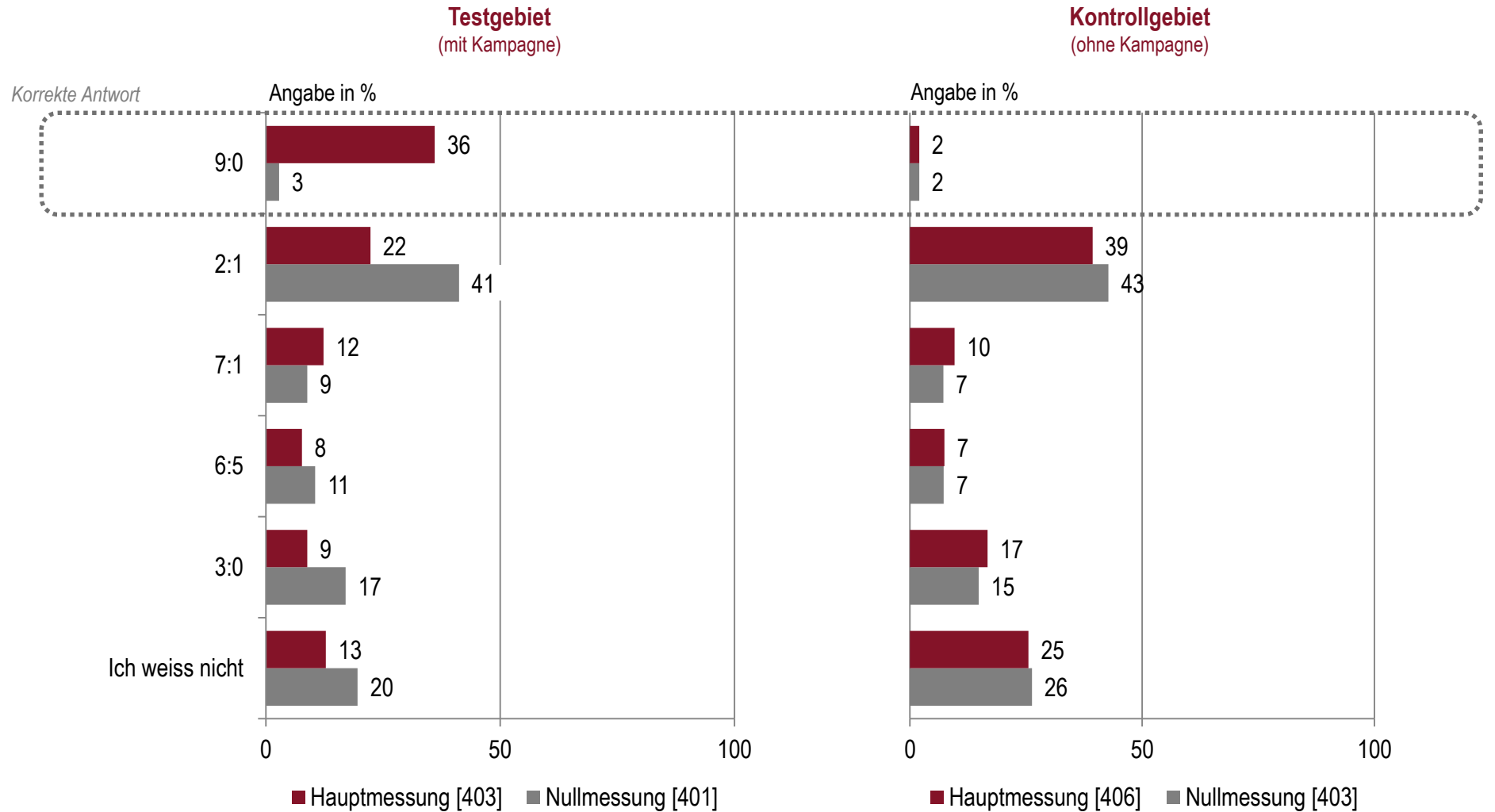
n = in [ ]  
(Alle)





# Und wie denken Sie, war das Ergebnis?

n = in [ ]  
(Alle)

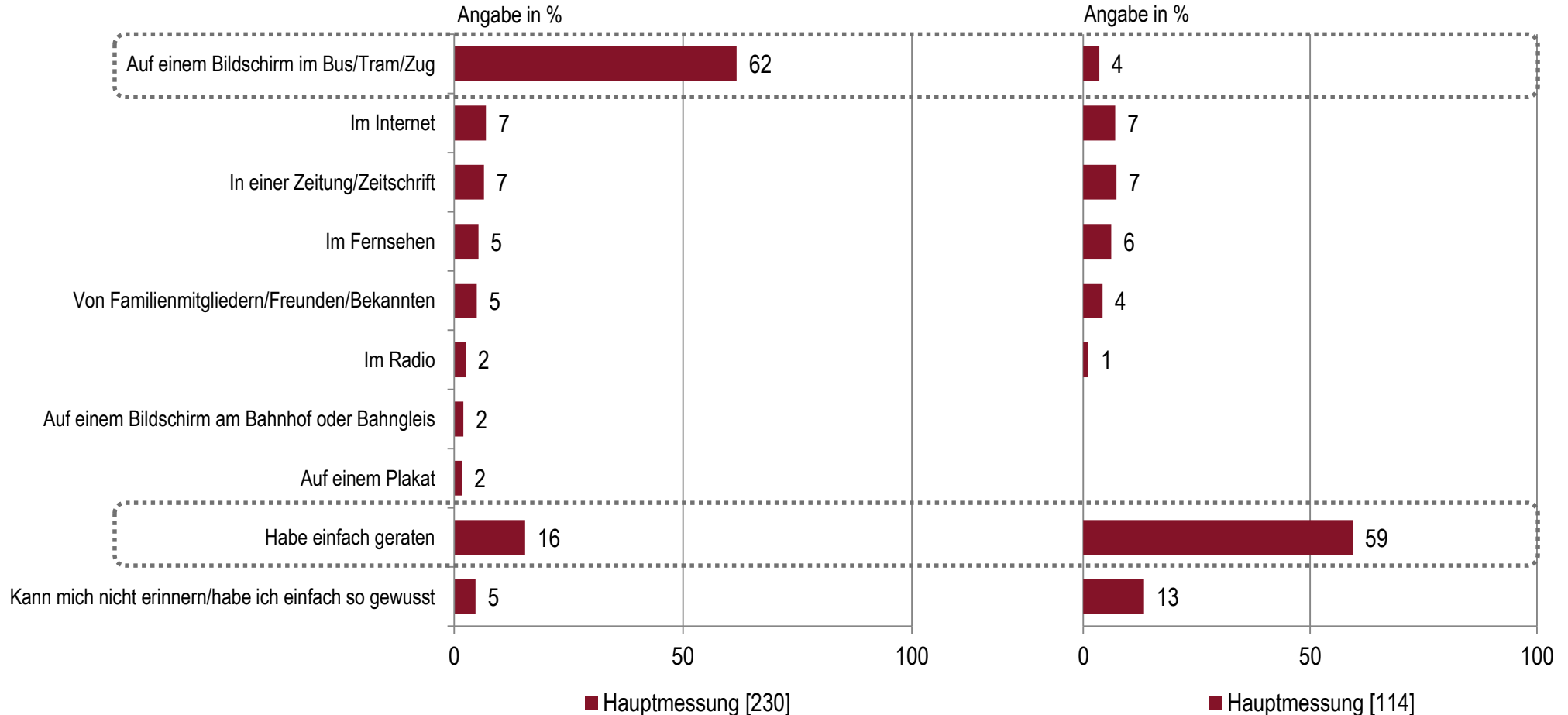


# Können Sie sich erinnern, wo Sie diese Informationen gelesen / gehört haben?

n = in [ ]  
 (Befragte der Hauptmessung, die mindestens eine der drei EM-Fragen richtig beantwortet haben)

**Testgebiet**  
 (mit Kampagne)

**Kontrollgebiet**  
 (ohne Kampagne)



**Kontakt passengertv:**

Yves Kilchenmann, [yves.kilchenmann@passengertv.ch](mailto:yves.kilchenmann@passengertv.ch), 031 810 00 13

**Kontakt WEMF:**

Dr. Jella Hoffmann, [jella.hoffmann@wemf.ch](mailto:jella.hoffmann@wemf.ch), 043 311 76 46