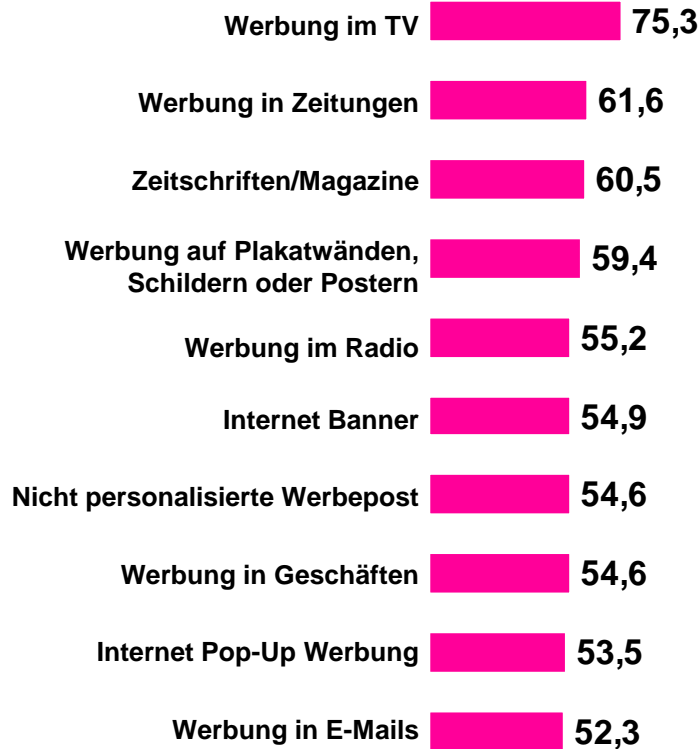


Advertising Touchpoints Study 2010

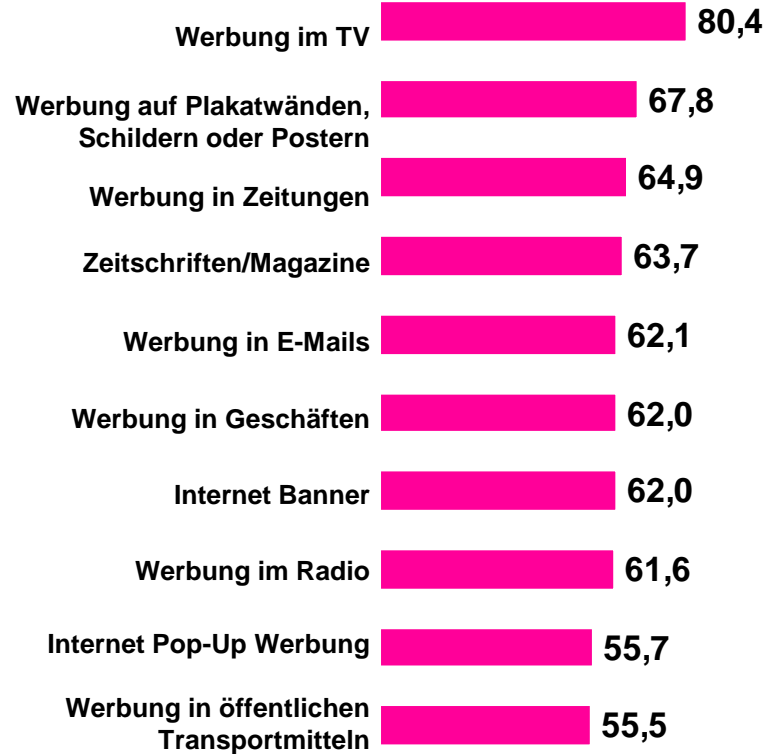
TNS Infratest – Charts zur Presseinformation

Erinnerung an „Advertising Touchpoints“ – Top 10

TOP 10 – Deutschland (%)



TOP 10 – in 7 Ländern (%)



Frage: Bei welcher der folgenden Kommunikationsarten ERINNERN Sie sich, dass Sie diese innerhalb der vergangenen 30 Tage von einem Unternehmen, einer Organisation, einer Marke, einem Produkt oder einer Dienstleistung gesehen oder gehört haben?

Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Erinnerung an „Advertising Touchpoints“ – Bottom 5

Bottom 5 - Deutschland (%)



Bottom 5 – in 7 Ländern (%)



Erwähnungen in Blogs oder Foren 14,9

Werbung per SMS 12,8

Online Empfehlungen 12,7

Werbung in Videospielen 7,0

Werbung per MMS 5,7

Erwähnungen in Blogs oder Foren 26,1

Werbung im Kinofilm (product placement) 23,5

Online Empfehlungen 23,0

Werbung per MMS 15,5

Werbung in Videospielen 12,5

Frage: Bei welcher der folgenden Kommunikationsarten ERINNERN Sie sich, dass Sie diese innerhalb der vergangenen 30 Tage von einem Unternehmen, einer Organisation, einer Marke, einem Produkt oder einer Dienstleistung gesehen oder gehört haben?

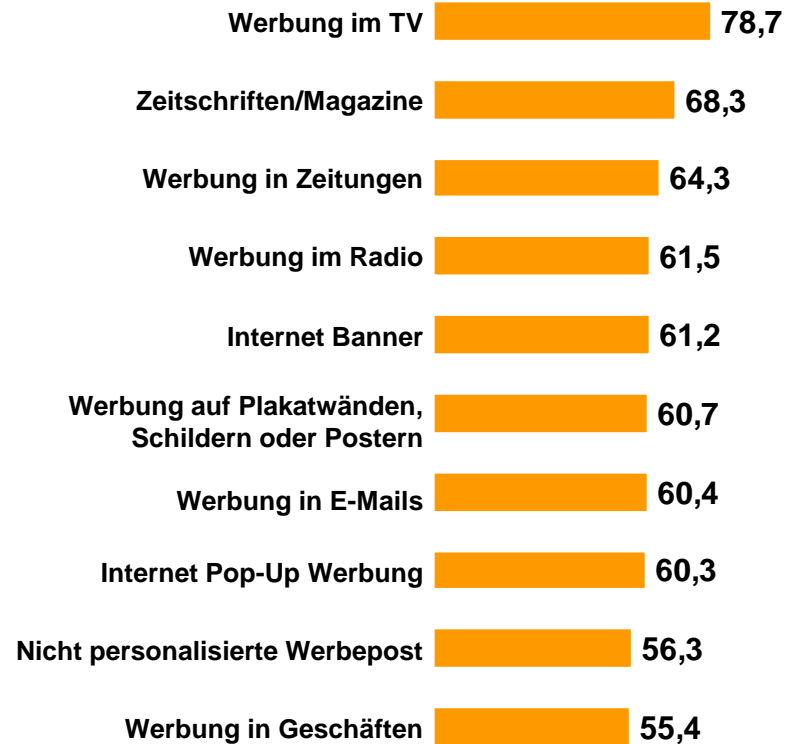
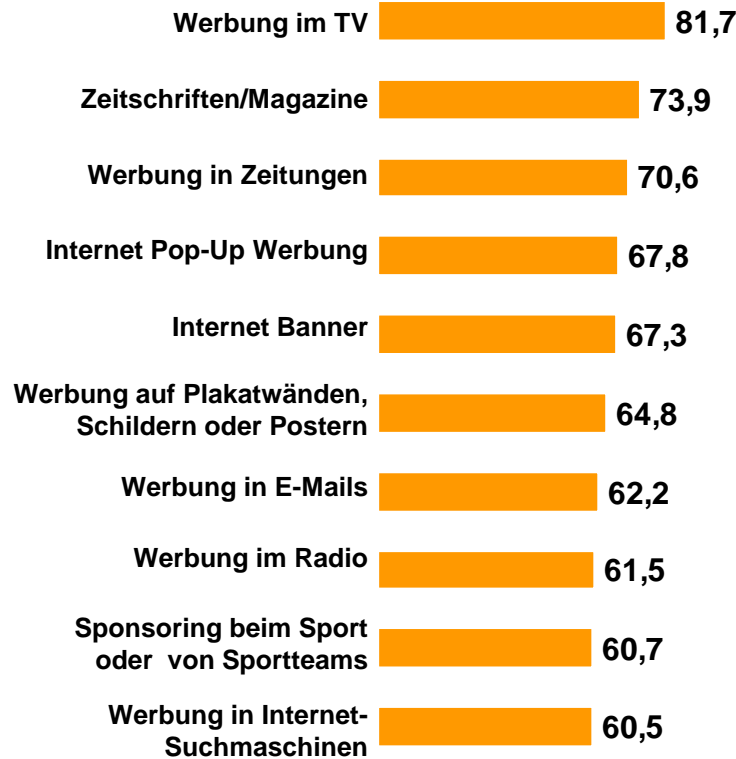
Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Hohe Intensität der „Advertising Touchpoints“ – Top 10

TOP 10 – Deutschland (%)



TOP 10 – in 7 Ländern (%)

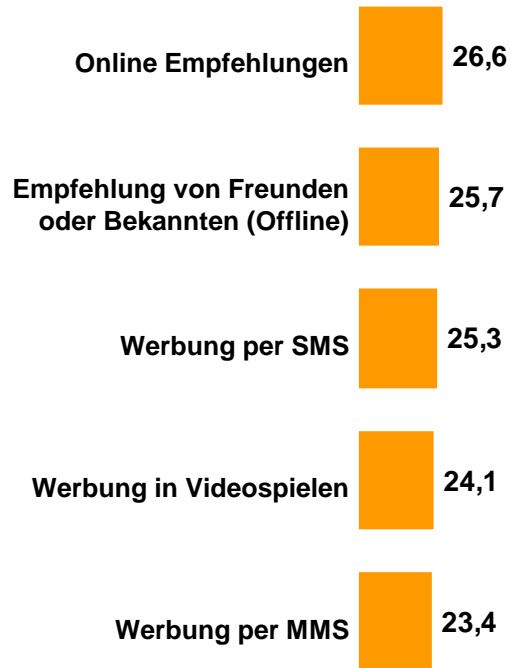


Frage: Welche der folgenden Alternativen beschreibt am besten Ihre Meinung zu jeder der folgenden Kommunikationsarten von Unternehmen, Organisationen, Marken, Produkten oder Dienstleistungen? (Top-2-Boxen, 4-stufige Skala)

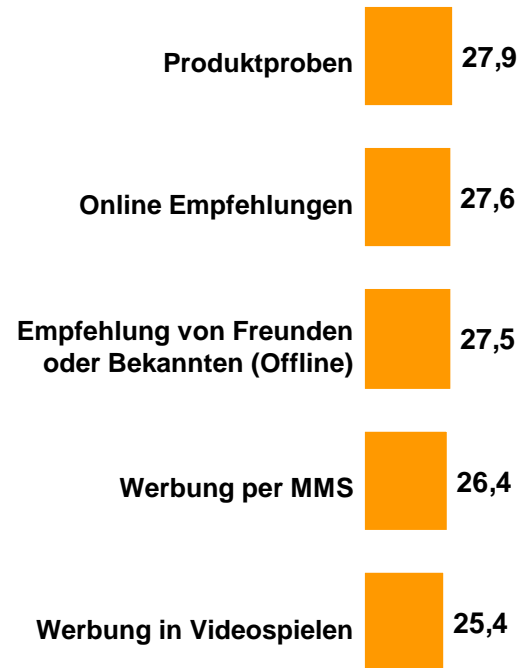
Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Hohe Intensität der „Advertising Touchpoints“ – Bottom 5

Bottom 5 - Deutschland (%)



Bottom 5 – in 7 Ländern (%)



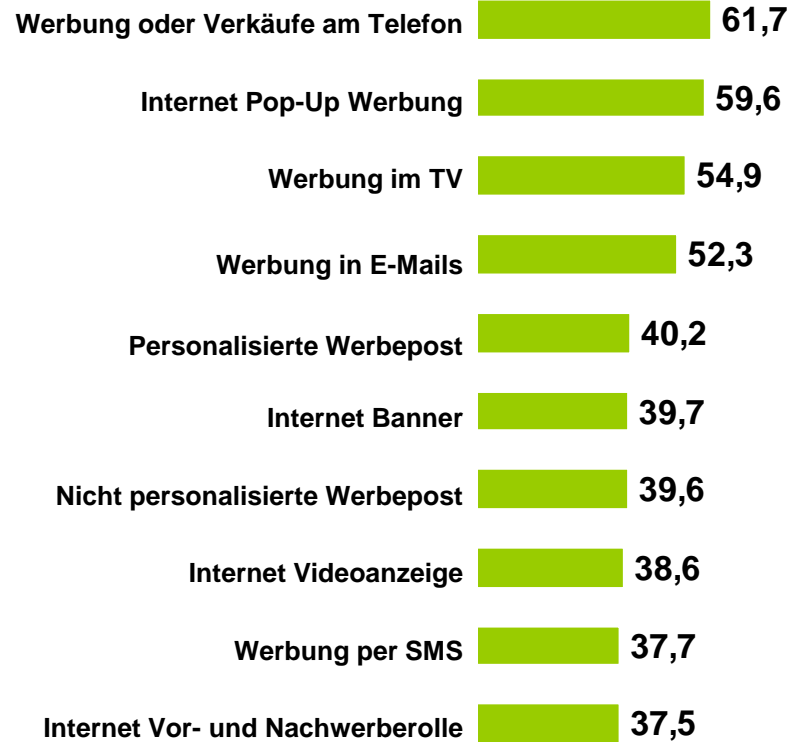
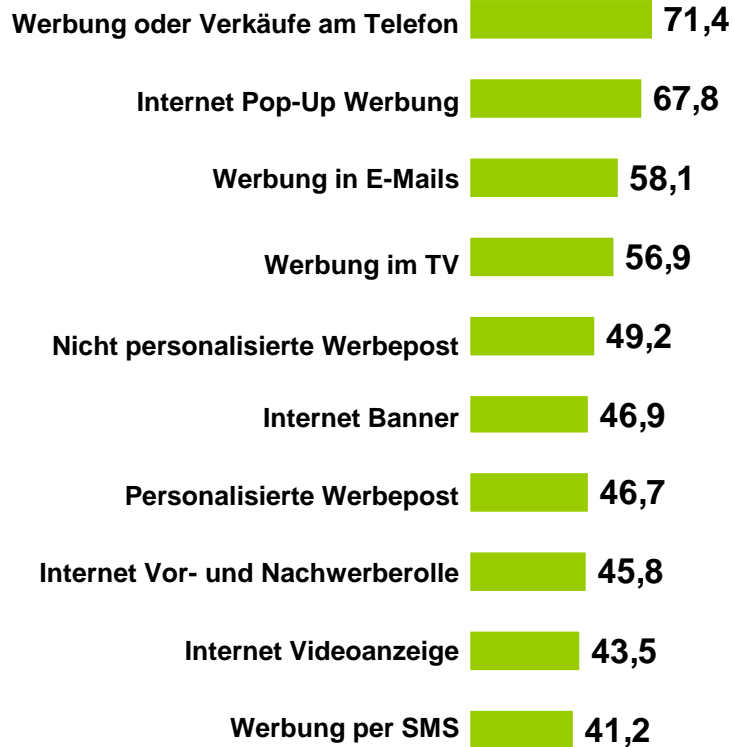
Frage: Welche der folgenden Alternativen beschreibt am besten Ihre Meinung zu jeder der folgenden Kommunikationsarten von Unternehmen, Organisationen, Marken, Produkten oder Dienstleistungen? (Top-2-Boxen, 4-stufige Skala)
 Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Aufdringlichkeit : Ärgerniss / Belästigung – Top 10

TOP 10 – Deutschland (%)



TOP 10 – in 7 Ländern (%)



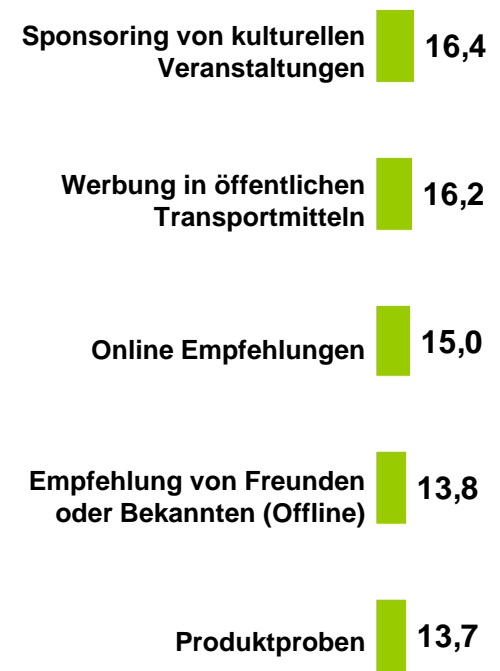
Frage: Welche der folgenden Alternativen beschreibt am besten Ihre Meinung zu jeder der folgenden Kommunikationsarten von Unternehmen, Organisationen, Marken, Produkten oder Dienstleistungen? (Top-2-Boxen, 4-stufige Skala)

Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Aufdringlichkeit : Ärgerniss / Belästigung – Bottom 5

Bottom 5 - Deutschland (%) 

Bottom 5 – in 7 Ländern (%) 



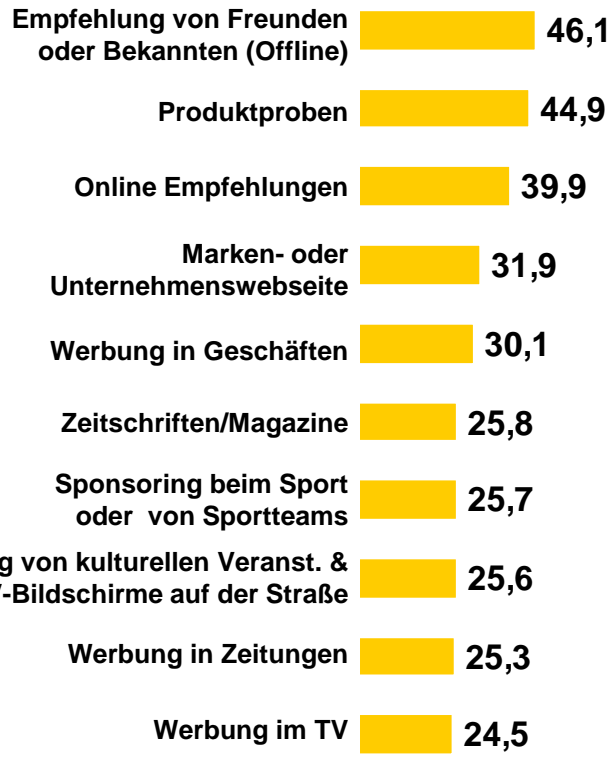
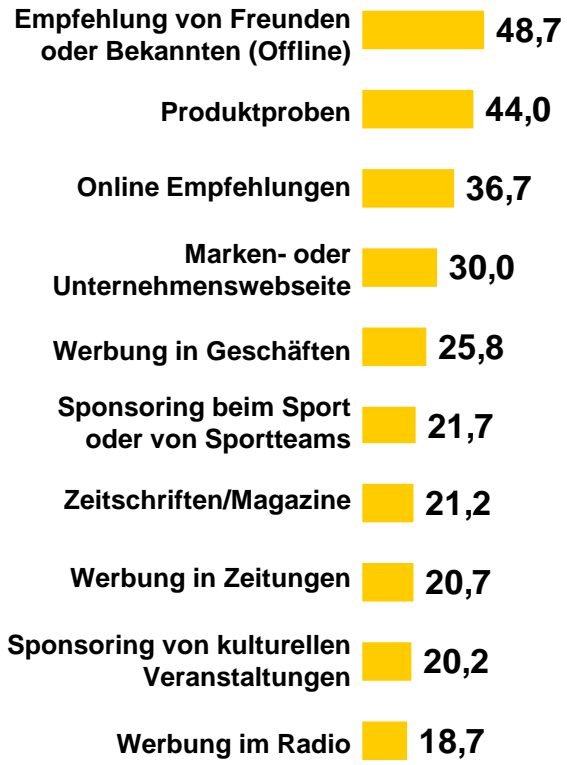
Frage: Welche der folgenden Alternativen beschreibt am besten Ihre Meinung zu jeder der folgenden Kommunikationsarten von Unternehmen, Organisationen, Marken, Produkten oder Dienstleistungen? (Top-2-Boxen, 4-stufige Skala)
 Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Vertrauen gegenüber jedem Touchpoint – Top 10

TOP 10 – Deutschland (%)



TOP 10 – in 7 Ländern (%)



Frage: Wie sehr TRAUEN Sie jeder der folgenden Kommunikationsarten von Unternehmen, Organisationen, Marken, Produkten oder Dienstleistungen?
 (Top-2-Boxen, 5-stufige Skala)
 Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Vertrauen gegenüber jedem Touchpoint – Bottom 5

Bottom 5 - Deutschland (%)



Bottom 5 – in 7 Ländern (%)



Werbung per SMS 7,7

Werbung in Videospiele 9,8

Internet Pop-Up Werbung 7,5

Werbung per SMS 9,5

Werbung per MMS 7,3

Internet Pop-Up Werbung 9,1

Werbung in Videospiele 7,1

Werbung per MMS 8,8

Werbung oder Verkäufe am Telefon 6,3

Werbung oder Verkäufe am Telefon 8,1

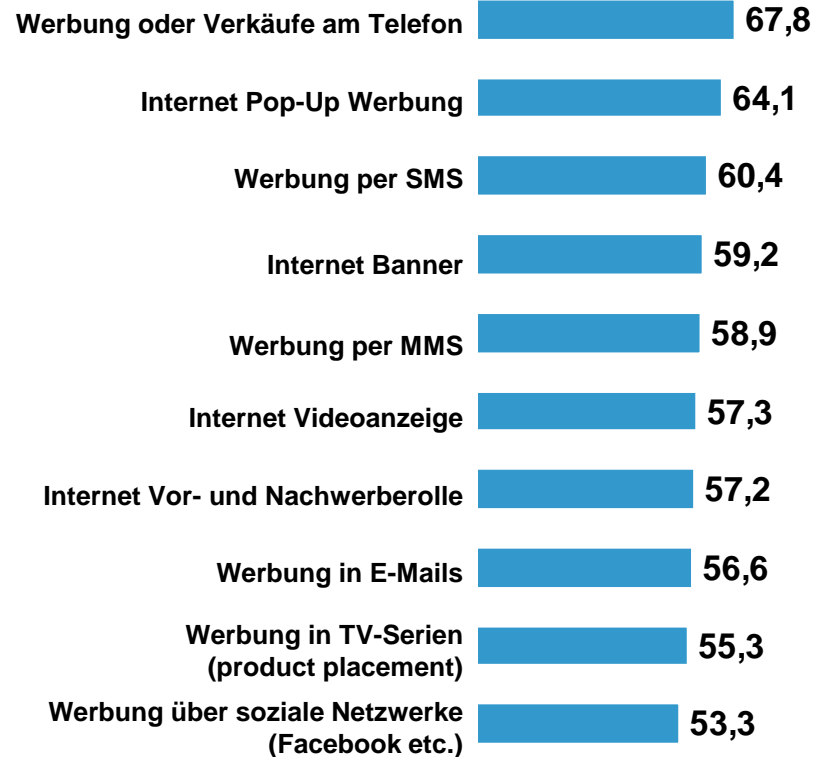
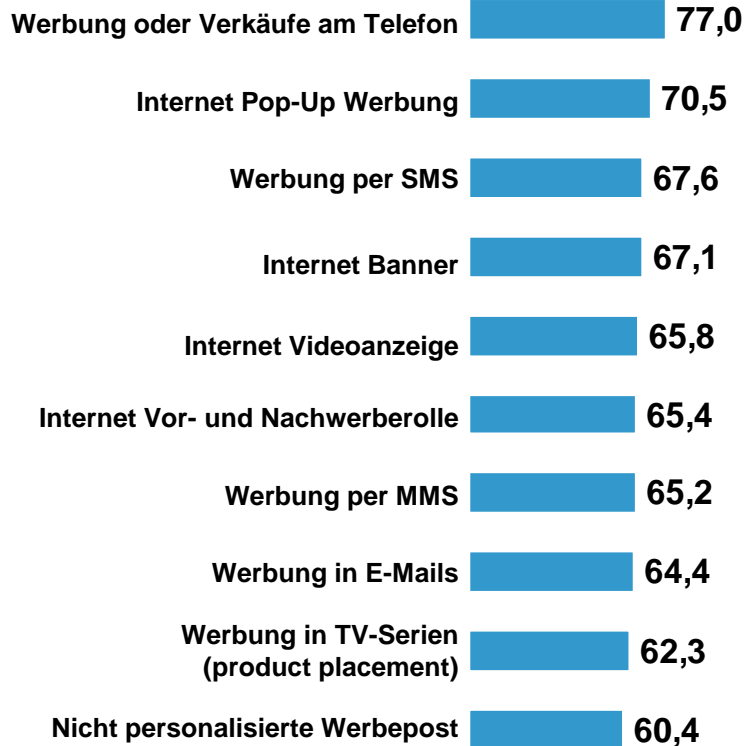
Frage: Wie sehr TRAUEN Sie jeder der folgenden Kommunikationsarten von Unternehmen, Organisationen, Marken, Produkten oder Dienstleistungen?
(Top-2-Boxen, 5-stufige Skala)
Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Geringster Nutzen der „Advertising Touchpoints“ – Top 10

TOP 10 – Deutschland (%)



TOP 10 – in 7 Ländern (%)



Frage: Wenn Sie an die zuletzt gesehenen/gehörten Beispiele für diese Kommunikationsarten denken, wie nützlich waren diese für Sie bei der Wahl von Produkten, Dienstleistungen, Marken usw. (Top-2-Boxen, 5-stufige Skala)

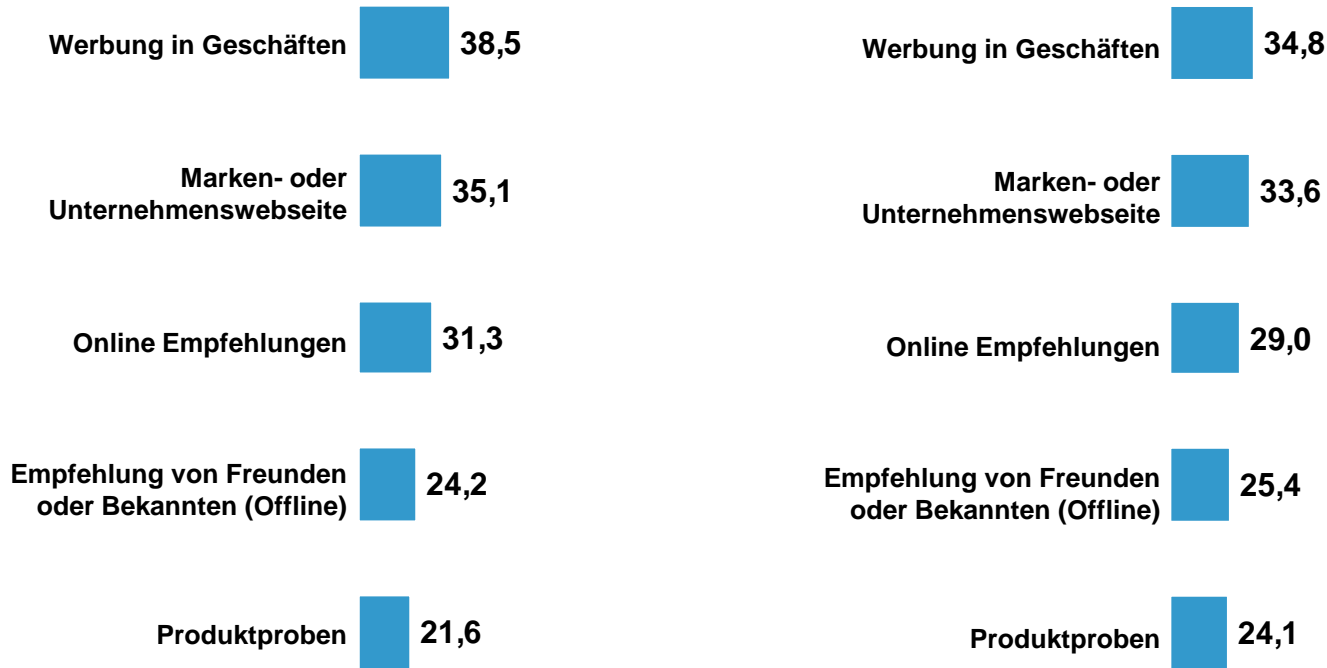
Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Geringster Nutzen der „Advertising Touchpoints“ – Bottom 5

Bottom 5 - Deutschland (%)



Bottom 5 – in 7 Ländern (%)










Frage: Wenn Sie an die zuletzt gesehenen/gehörten Beispiele für diese Kommunikationsarten denken, wie nützlich waren diese für Sie bei der Wahl von Produkten, Dienstleistungen, Marken usw. (Top-2-Boxen, 5-stufige Skala)

Basis: 1011 Befragte in Deutschland – 7071 Befragte aus den sieben Ländern

Methode

7,071 online Interviews (1,000 pro Land) mit Personen zwischen 18 und 64 Jahren im Juni 2010

Land	Stichprobe	Stichproben- abweichung (+/-%)	Feldarbeit
 Frankreich	1,014	3.14	18-22/6/2010
 Deutschland	1,011	3.15	18-22/6/2010
 Italien	1,004	3.16	18-23/6/2010
 Russland*	1,008	3.16	18-23/6/2010
 Niederlande	1,005	3.15	18-25/6/2010
 Großbritannien	1,022	3.14	18-23/6/2010
 Spanien	1,007	3.15	11-21/6/2010

*Russische städtische Bevölkerung in Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern.

Für jedes Land ist die Stichprobe repräsentativ für Region, Geschlecht, Alter, Sozialer Status, ausgewählt aus unserem Online Access Panel.

Ihr Ansprechpartner bei TNS Infratest

Norbert Dube

Account Director
Brand & Communication



Tel. + 49 (0)40 44 119 - 199

Fax. + 49 (0)40 44 119 - 130

norbert.dube@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

