

Online Audio

BVDW Werbewirkungsstudie mit MeinFernbus Flixbus

- Methode: Online-Befragung (CAWI)
- Zielgruppe: Nutzer der durch die Testkampagne belegten Online Audio Angebote in den letzten 4 Wochen
- Stichprobe: N=520
- Inventar: 10 Mio Als
- Feldzeit: KW 23 2015
- Testkunde: MeinFernbus Flixbus
- Institut: TNS Infratest

Eckdaten der Kampagne

- KW 19-22 (4 Wochen im Mai 2015)
- 10 Mio. Als
- Plattformübergreifender Flight:
 - Laut.fm
 - Sport1.fm
 - Detektor.fm
 - Silvacast
 - RauteMusik
 - SpotCom
 - Radionomy
 - Radio.de
 - Spotify
 - Rms
 - und weitere
- Regionale Allonge in sechs Ballungsräumen (s. Karte rechts)

Plattform übergreifende Online Audio Kampagne





**MEINFERNBUS
FLIXBUS**

**TRUST
HERBERT!**

Paris, Brüssel,
Amsterdam, Prag
und viele mehr

ab **5€**

JETZT BUCHEN!
➔

- Motiv Herbert
- Als Audio bzw. Audio-Display (SynchroAd)
- Mit ggf. regionalisierter Allonge
- Sprechender Busfahrer
- Vorteil der Fusion und Reiseziele
- Werbemittel auf Anbieter angepasst



MEINFERNBUS
FLIXBUS

eurolines

megabus.com

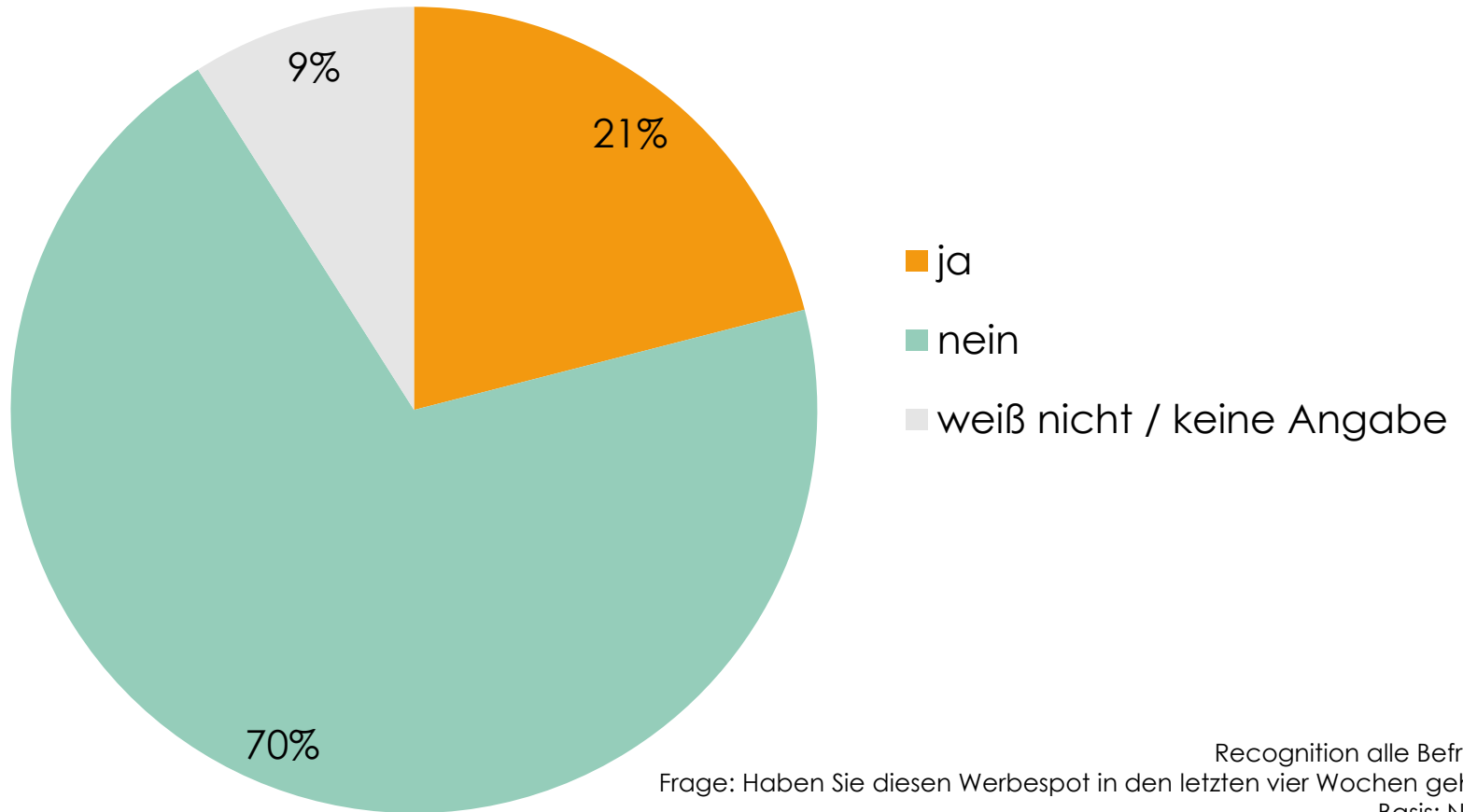
Postbus 
Der Bus für Deutschland

DeinBus.de

IC Bus

berlinlinienbus.de

Fast jeder vierte Befragte hat den Werbespot in den letzten 4 Wochen gehört.



Recognition alle Befragte
Frage: Haben Sie diesen Werbespot in den letzten vier Wochen gehört?
Basis: N=520

Markenbekanntheit und Werbeerinnerung erfuhren einen maßgeblichen Uplift durch den Kontakt zum Werbespot.

(un)gestützte Bekanntheit



(un)gestützte Werbeerinnerung

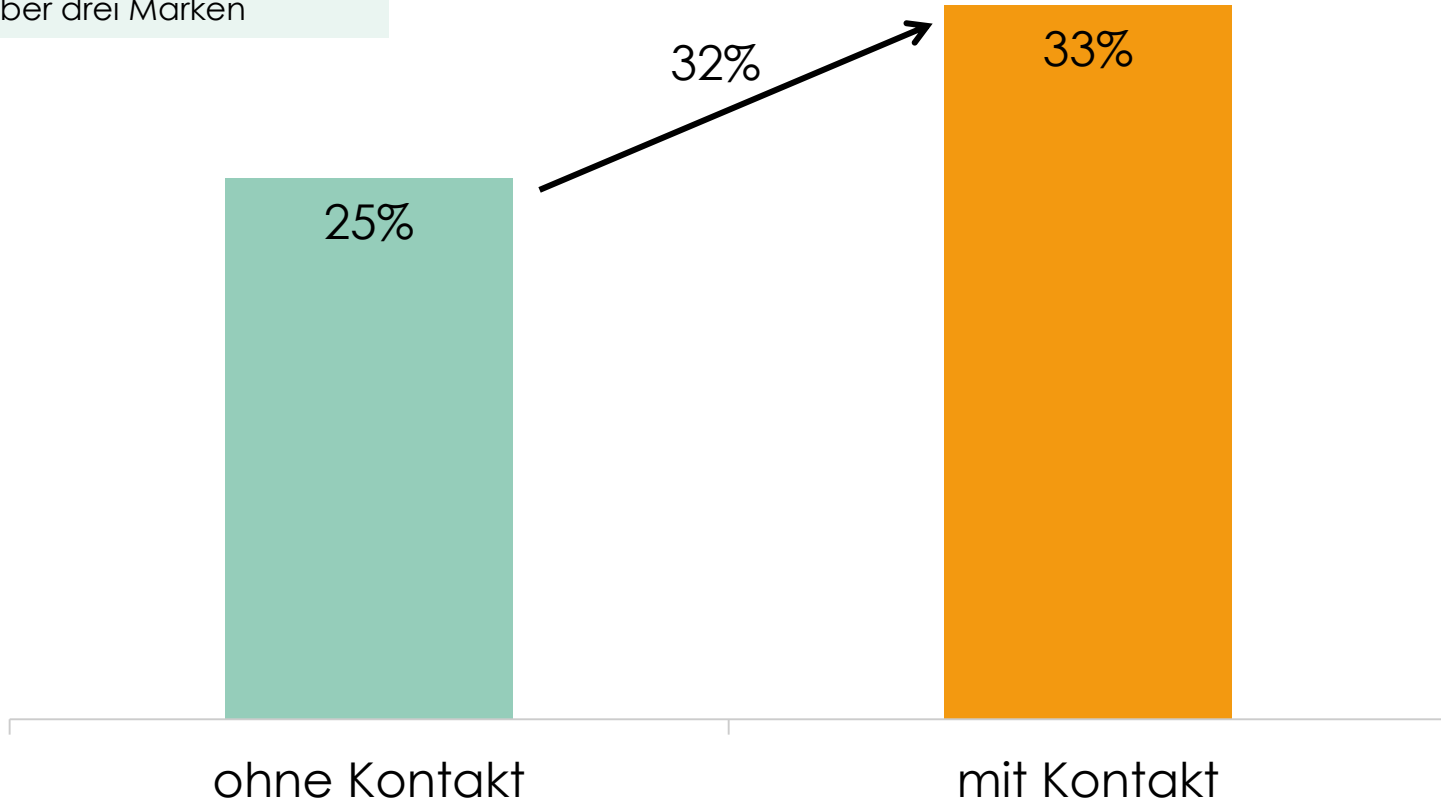


Uplift-Werte zwischen Befragten ohne und mit Kontakt zum Werbespot
(un)gestützte Bekanntheit und (un)gestützte Werbeerinnerung
MeinFernbus FlixBus gemittelt über drei Marken

Fragen: Welche Anbieter, mit denen Sie innerhalb von Deutschland reisen können, kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Bitte markieren Sie in der folgenden Liste alle Anbieter überregionaler Personenbeförderung, die Sie zumindest dem Namen nach kennen.
Und für welche Anbieter, die überregional innerhalb von Deutschland Personenbeförderung anbieten, haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?
Basis: ohne Kontakt n=365, mit Kontakt = 111; Mittelwert aus den drei abgefragten Marken MeinFernbus, FlixBus, Mein Fernbus FlixBus

Mehr Befragte mit Kontakt zum Werbespot haben die Marke in ihrem Relevant Set.

Relevant Set MeinFernbus Flixbus
gemittelt über drei Marken

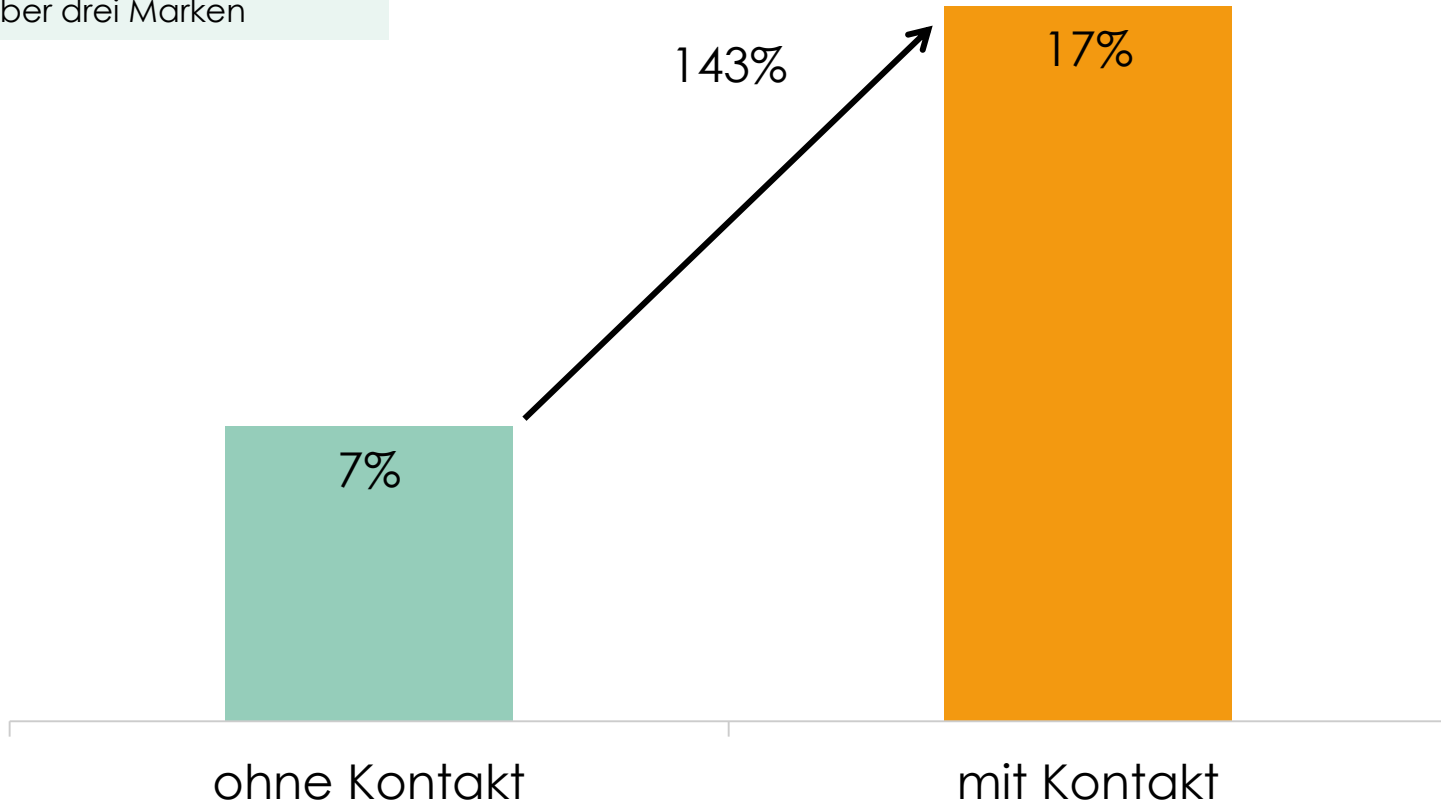


Frage: Hier stehen einige Anbieter überregionaler Personenbeförderung in Deutschland. Bitte markieren Sie zunächst alle Anbieter aus diesem Bereich, die für Sie zur Nutzung in Frage kommen.

Basis: ohne Kontakt n=365, mit Kontakt n=111; Mittelwert aus den drei abgefragten Marken MeinFernbus, FlixBus, Mein Fernbus Flixbus

Diejenigen, die Kontakt mit dem Werbespot hatten, verwenden die Marke häufiger.

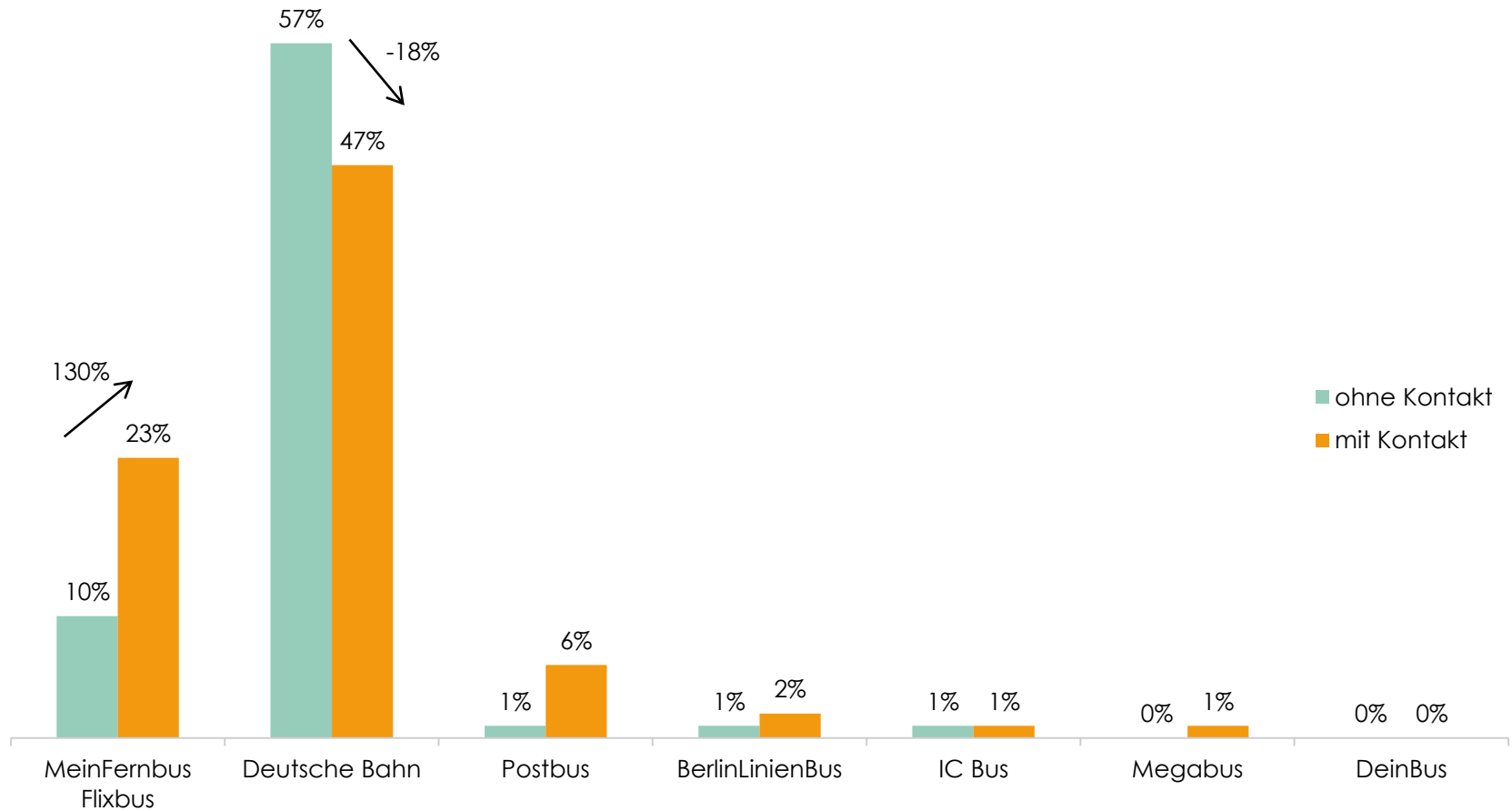
Verwendung MeinFernbus FlixBus gemittelt über drei Marken



Frage: Hier stehen einige Anbieter überregionaler Personenbeförderung in Deutschland. Als nächstes markieren Sie bitte alle Anbieter, die Sie zumindest gelegentlich verwenden.

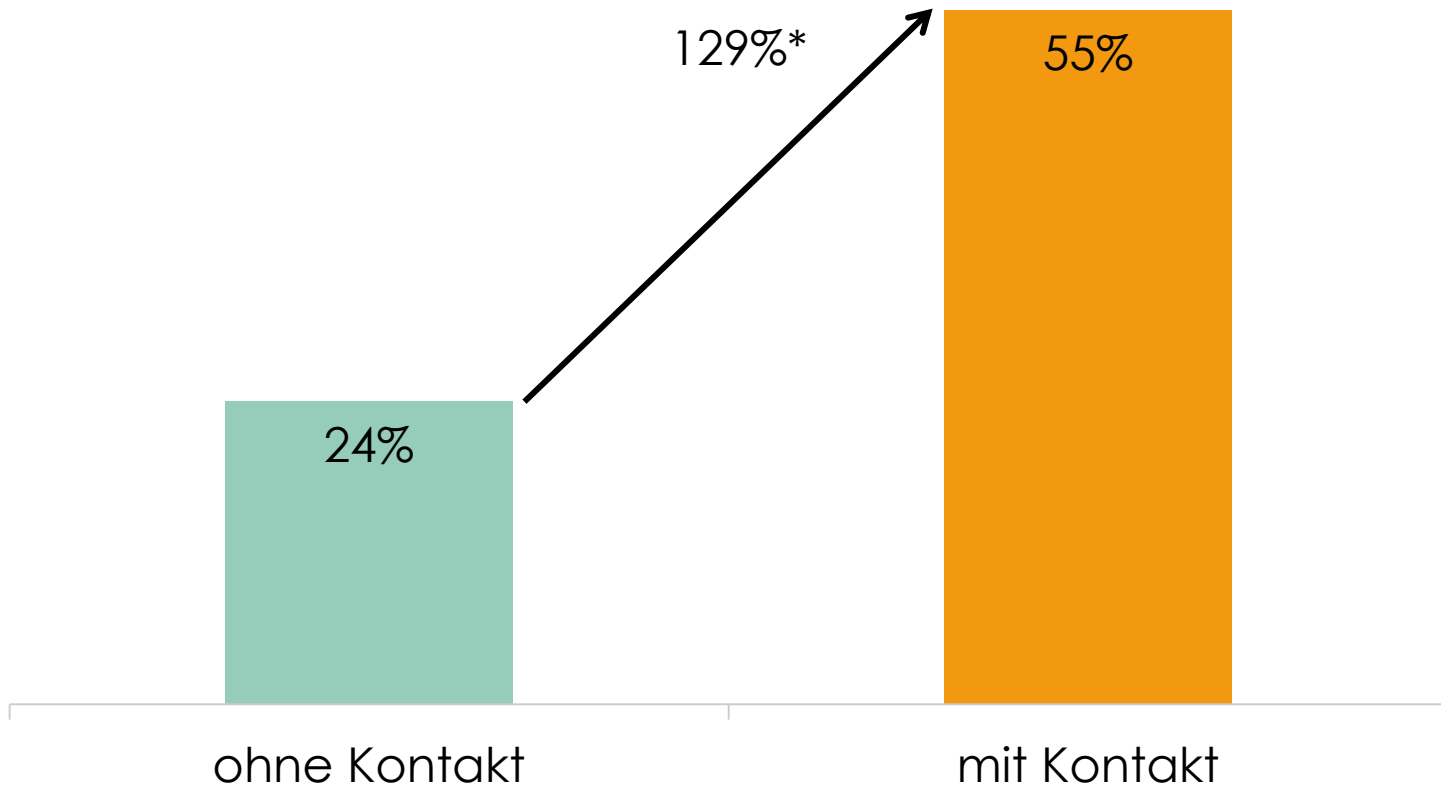
Basis: ohne Kontakt n=365, mit Kontakt n=111; Mittelwert aus den drei abgefragten Marken MeinFernbus, FlixBus, Mein Fernbus FlixBus

Für jeden vierten Befragten mit Kontakt zum Werbespot wäre eine der drei Marken aus dem Portfolio die erste Wahl.



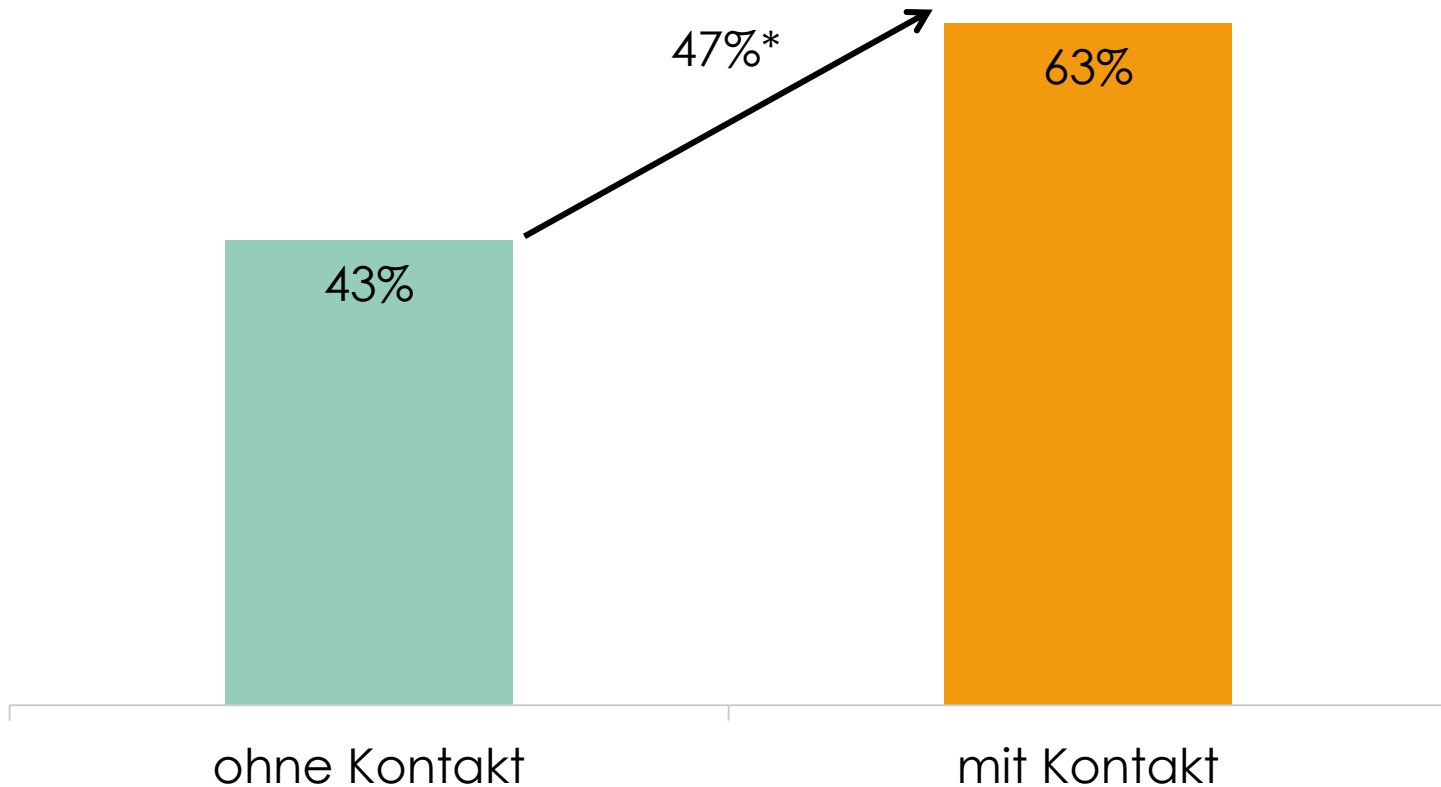
Frage: Hier stehen einige Anbieter überregionaler Personenbeförderung in Deutschland. Danach markieren Sie bitte den Anbieter, der Ihre erste Wahl in diesem Bereich ist.
Basis: ohne Kontakt n=365, mit Kontakt n=111; Mittelwert aus den drei abgefragten Marken MeinFernbus, FlixBus, Mein Fernbus FlixBus

Signifikant mehr Befragte mit Kontakt haben Kenntnis von der Fusion.



Frage: Die beiden Fernbus-Anbieter MeinFernbus und Flixbus sind zu einem Unternehmen fusioniert. Haben Sie davon in den Nachrichten gehört, gelesen oder gesehen oder haben Sie davon auf einem anderen Wege erfahren?
Basis: ohne Kontakt n=365, mit Kontakt n=111; *p<.05

Auch stimmen diejenigen mit Kontakt zum Werbespot zu, dass die Fusion insgesamt Vorteile für den Kunden ergibt.



Frage: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Durch die Fusion von MeinFernbus und FlixBus ergeben sich für den Kunden insgesamt Vorteile.“
Basis: ohne Kontakt n=365, mit Kontakt n=111; *p<.05

Uplift-Werte der KPIs im Überblick

(un)gestützte Bekanntheit:

+14% / +21%

(un)gestützte Werbeerinnerung:

+120% / +136%

Relevant Set: **+32%**

Verwendung: **+143%**

First Choice: **+130%**

Fusion:

Kenntnis: **+129%**

Vorteile: **+47%**



KONTAKT

SpotCom GmbH & Co. KG
Münchener Str. 101c
85737 Ismaning

Tel.: +49 (89) 99277-211
www.spotcom.de
info@spotcom.de