

Beachtung ,Werbelokomotive' 2016

SBB Werbung
Juni 2016



blue eyes marketing gmbh
Weystrasse 26
CH-6006 Luzern

Auftraggeber:	SBB Werbung Projektleitung: Sandra Liechti
Research Design:	blue eyes marketing gmbh, Luzern
Projektleitung:	Markus Britschgi & Deborah von Wyl
Methode:	ad hoc Studie, online Befragung mittels teil strukturiertem Fragebogen Zweistufiges Vorgehen mit Pretest (ungestützte Abfragen). Anschliessend wurde den Probanden Zeigematerial von 17 Werbeloks zugesandt mit der Bitte, sich im Monat Juni vermehrt auf Werbeloks zu achten. Posttest mit den gleichen Probanden des Pretests (gestützte Abfragen)
Befragungszeit:	Pretest 2. – 20. Mai 2016 Posttest 6. – 20. Juni 2016

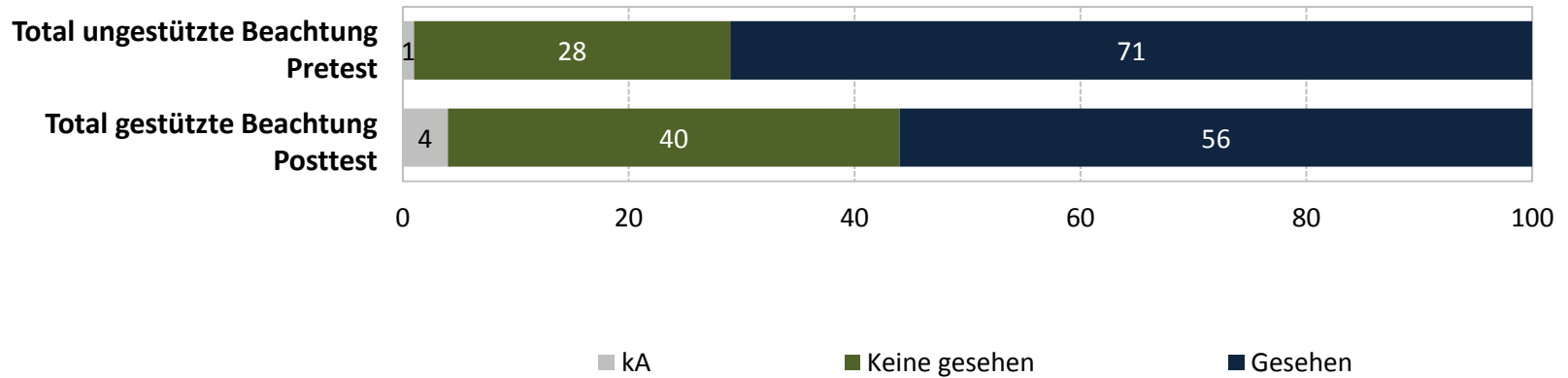
Stichprobe:	Pretest	2400 Interviews
	Posttest	1941 Interviews
Befragungszielgruppe:	Bevölkerung 15 – 74 Jahre innerhalb dieser Städte / Agglomerationen: Aarau Baden Basel Bellinzona Bern Biel Brig Brugg Chiasso Chur Fribourg Genf Interlaken Lausanne Locarno Lugano Luzern Mendrisio Neuchâtel Olten Schaffhausen Sion St.Gallen Thun Visp Wil Winterthur Zug Zürich (800 Gemeinden gemäss Definition BFS)	
Grundgesamtheit:	3'430'000 Personen	
Repräsentativität:	Beide Studien sind repräsentativ auf die Merkmale Geschlecht, Alter und WEMF-Regionen.	
Vertrauensbereich:	Pretest	max. +- 2.04%
	Posttest	max. +- 2.27%

Bekanntheit Werbelokomotiven (Total gesehen in %)

F1 Pretest: Haben Sie schon einmal eine Werbelok gesehen?

Posttest: Haben Sie im letzten Monat Juni eine Werbelok gesehen?

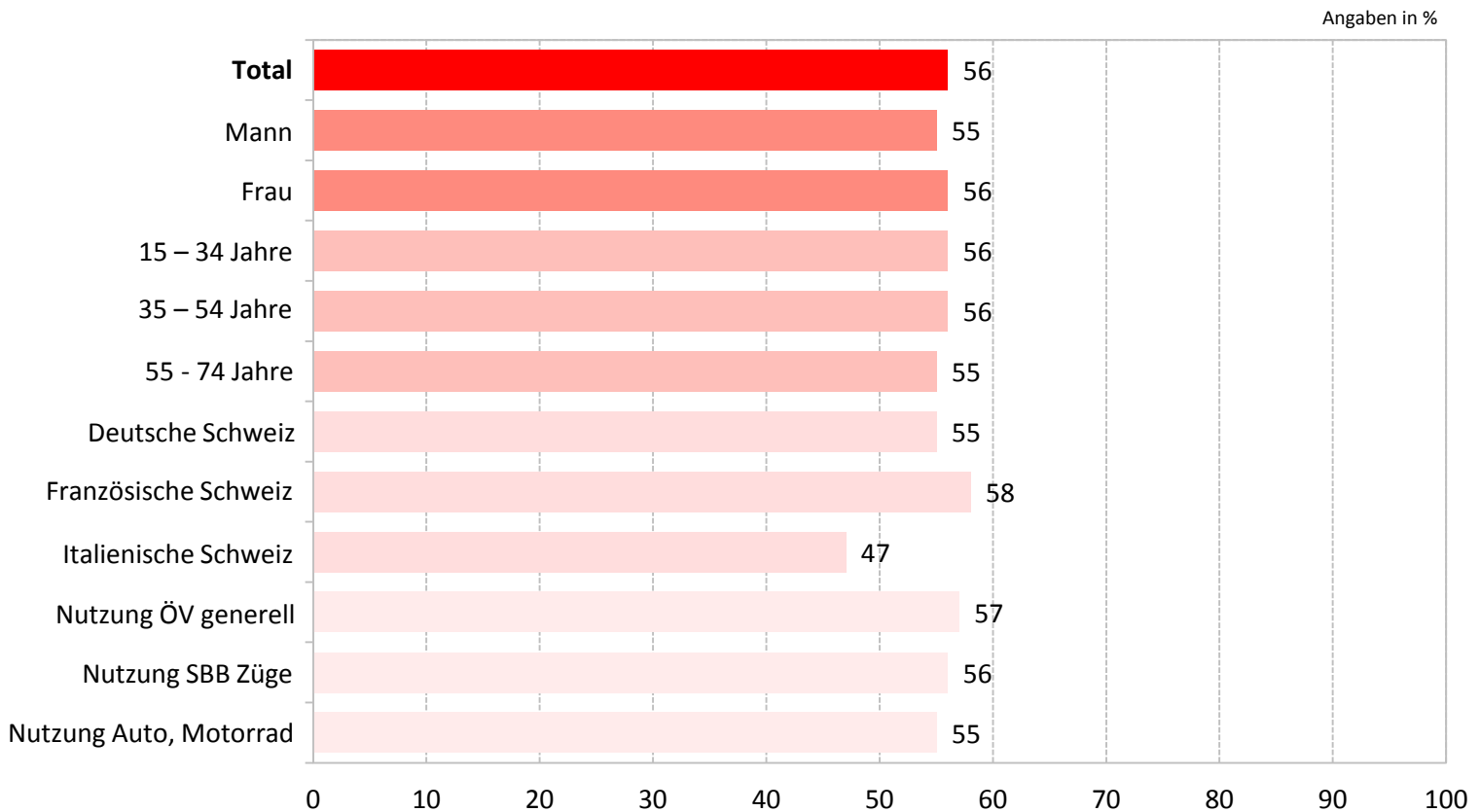
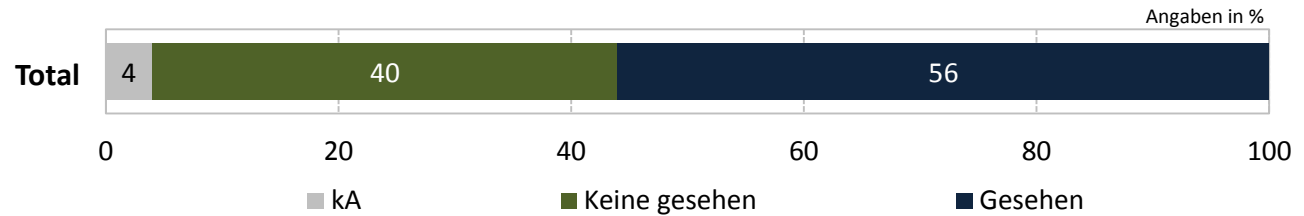
Angaben in %



Bekanntheit Werbelokomotiven (Total gesehen in %)

F1 Haben Sie im letzten Monat eine Werbelok gesehen, unabhängig davon, ob Sie gleichzeitig Zug gefahren sind oder nicht?

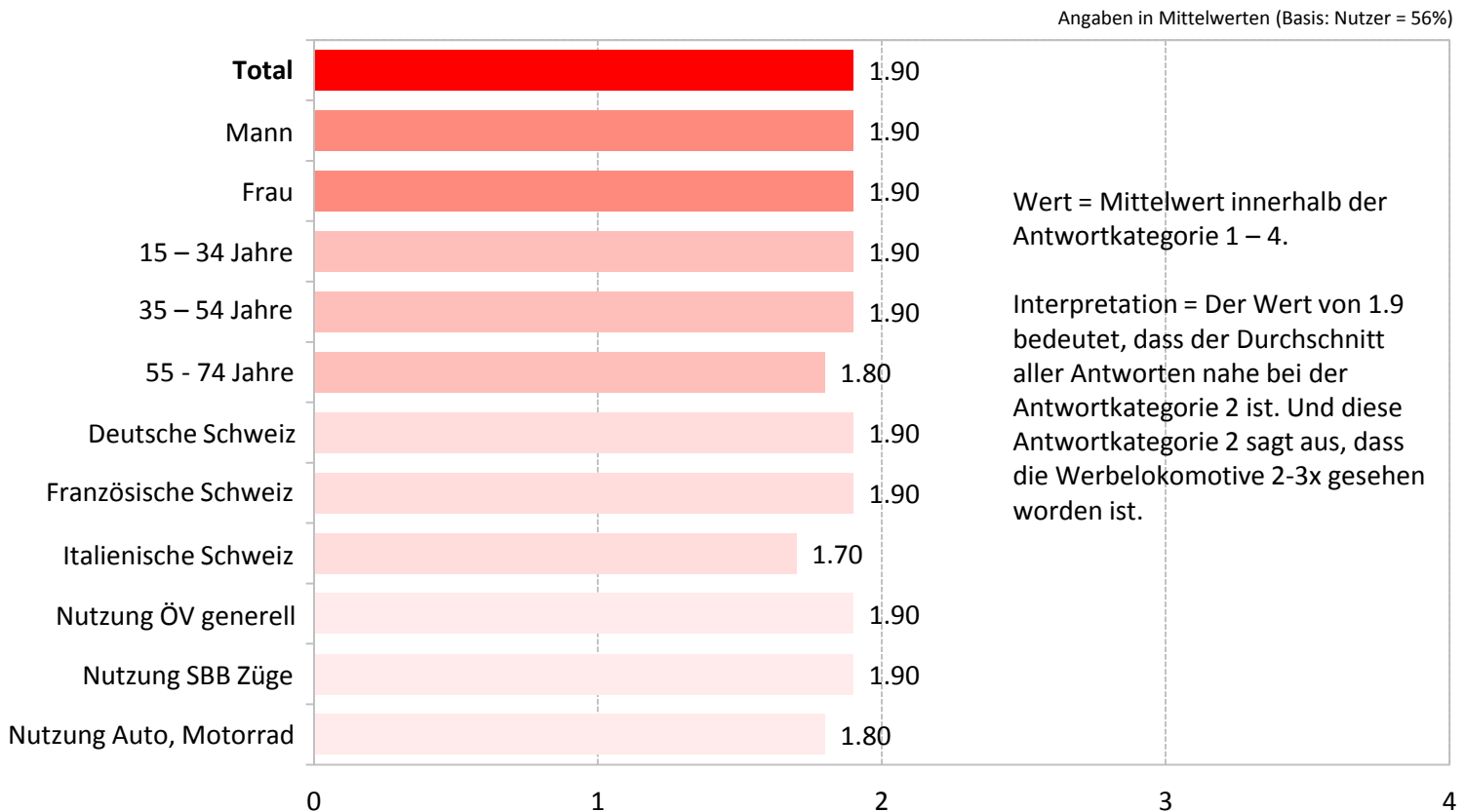
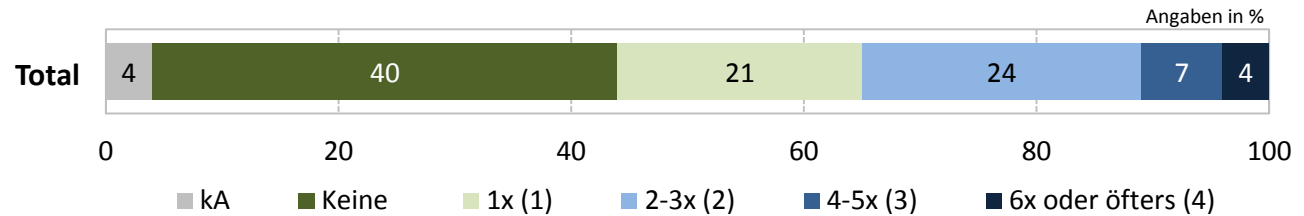
Posttest



Bekanntheit Werbelokomotiven (Anzahl der Sichtungen)

F1 Wie oft haben Sie im letzten Monat eine Werbelok gesehen, unabhängig davon, ob Sie gleichzeitig Zug gefahren sind oder nicht?

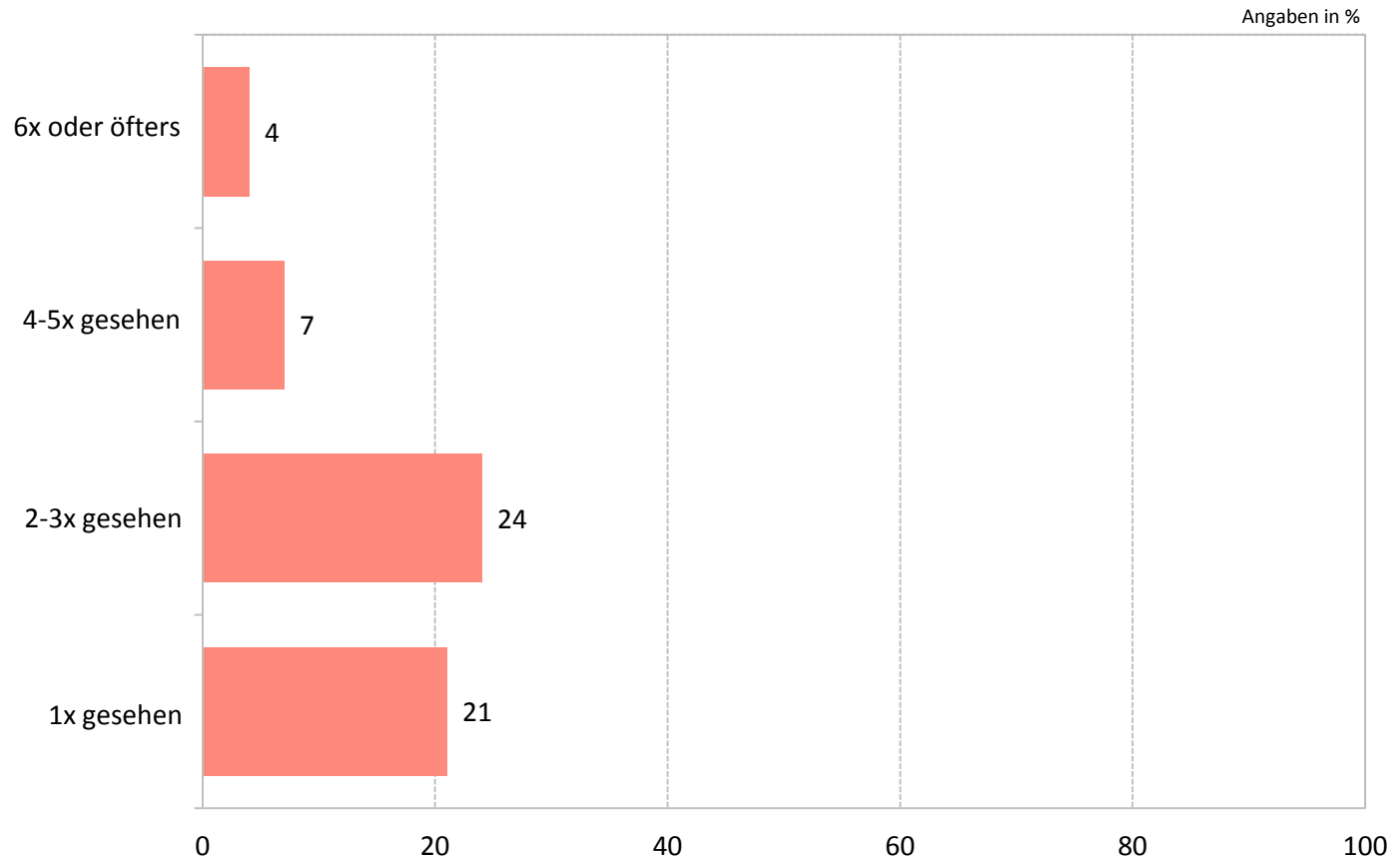
Posttest



Bekanntheit Werbelokomotiven (Anzahl der Sichtungen)

F1 Wie oft haben Sie im letzten Monat eine Werbelok gesehen, unabhängig davon, ob Sie gleichzeitig Zug gefahren sind oder nicht?

Posttest



Hochrechnung Bekanntheit Werbelokomotiven (Posttest)

F1 Wie oft haben Sie im letzten Monat eine Werbelok gesehen, unabhängig davon, ob Sie gleichzeitig Zug gefahren sind oder nicht?

Hochrechnung Reichweite SBB Werbeloks Gesamt für den Monat Juni 2016

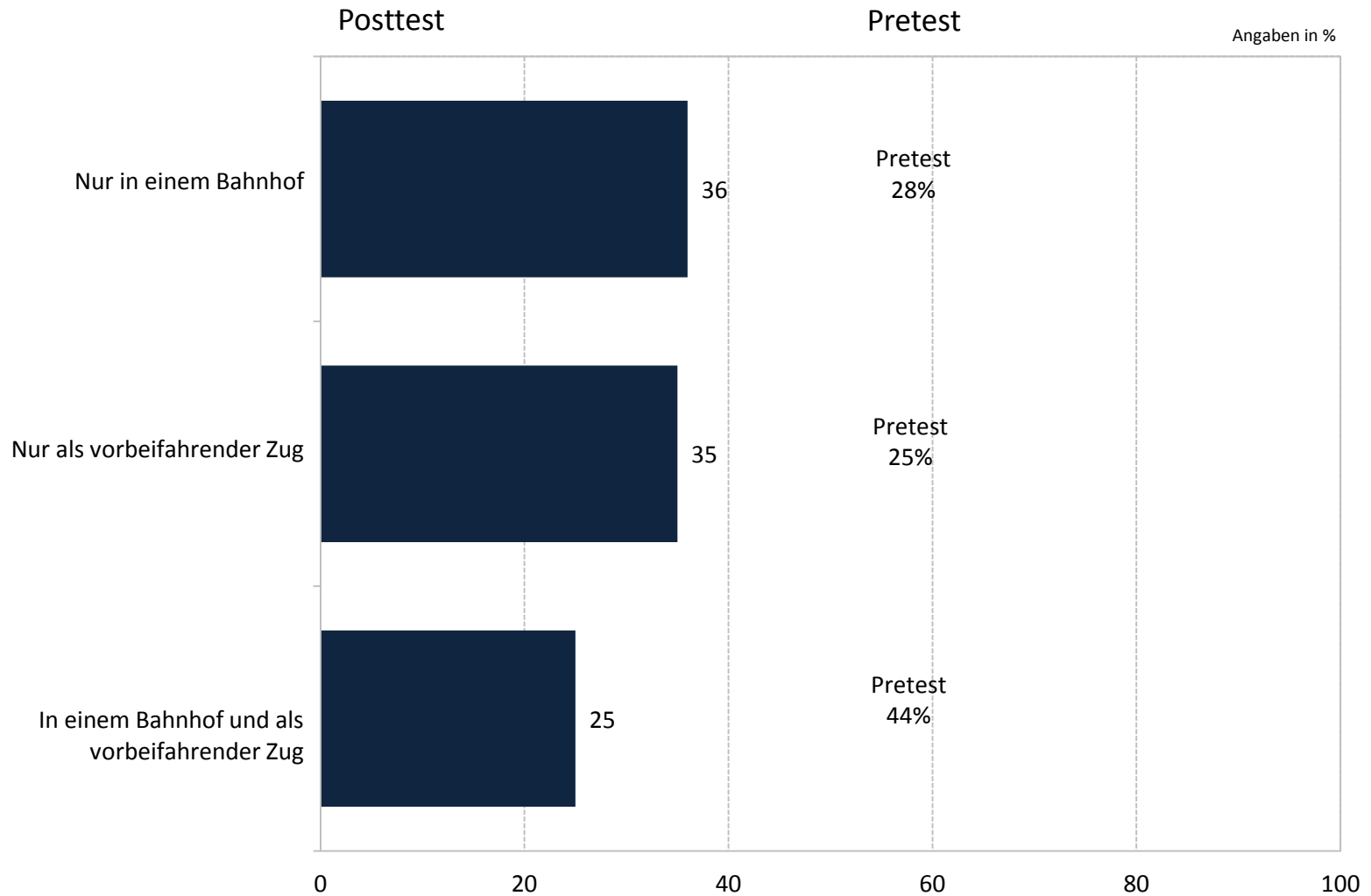
Grundgesamtheit Bevölkerung 15 – 74 Jahre: 3'430'000 Personen

Werbelok gesehen total: 56% = 1'920'800 Personen

Anzahl gesehen	Gesehen in %	Struktur % (56% = Basis 100%)	Struktur absolut	Faktor	Hochrechnung absolut
6x gesehen	4%	7.14%	137'200	x 6	823'200
4-5x gesehen	7%	12.50%	240'100	x 4.5	1'080'450
2-3x gesehen	24%	42.86%	823'200	x 2.5	2'058'000
1x gesehen	21%	37.50%	720'300	x 1	720'300
Total Kontakte der Werbeloks im Monat Juni in absoluten Zahlen					4'681'950
Durchschnittliche Beachtung einer Werbelok im Monat Juni					2.4

Ort der Sichtung

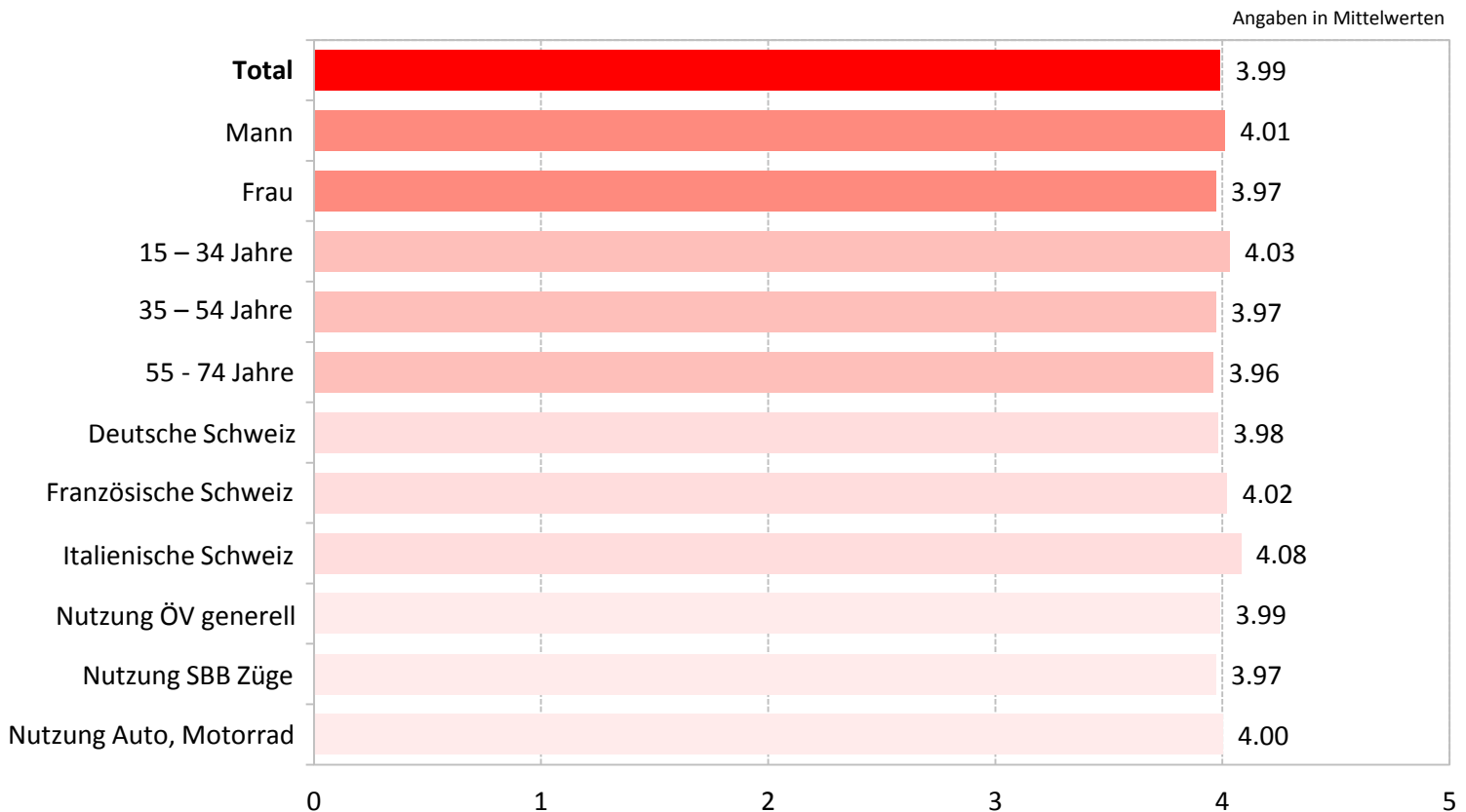
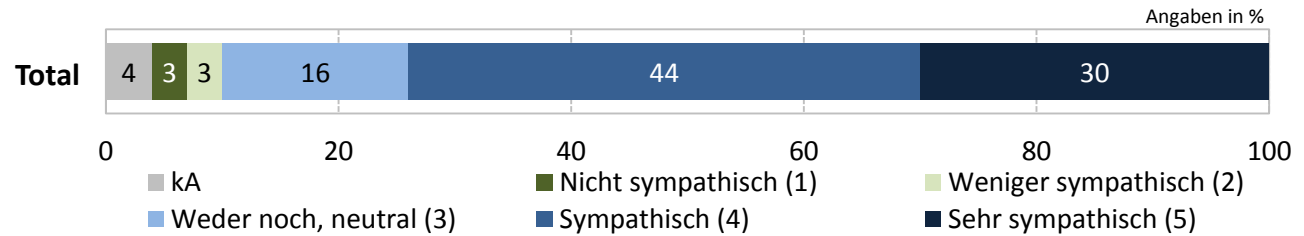
F2 Wo haben Sie diese Werbeloks gesehen?



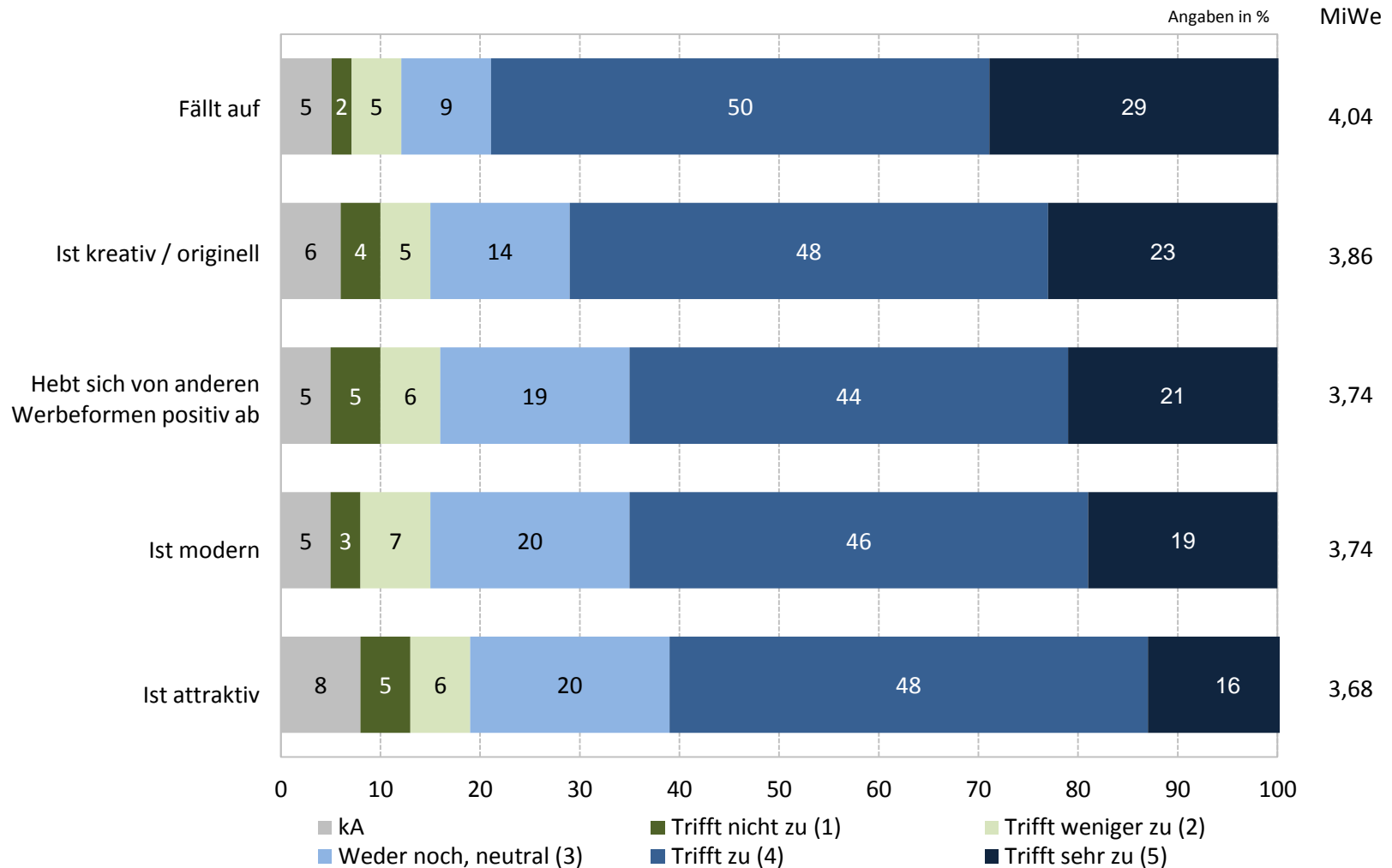
N=1692 Pretest
N=1081 Posttest

Sympathie Werbelokomotiven

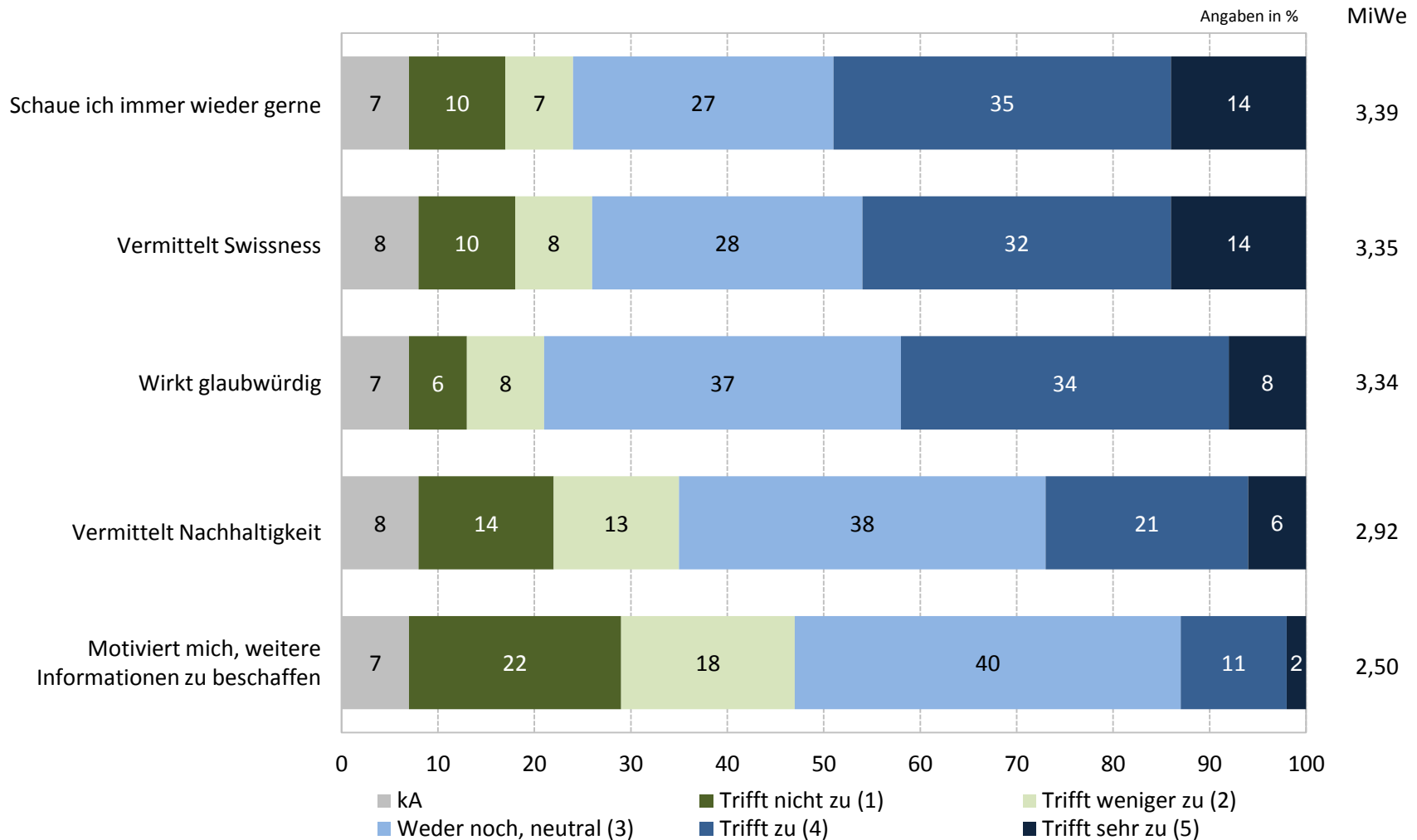
F3 Wie sympathisch finden Sie grundsätzlich die Idee, Lokomotiven als Werbeträger einzusetzen?



F4 Wie sehr treffen die folgenden Aussagen grundsätzlich auf die Werbung auf Lokomotiven zu?

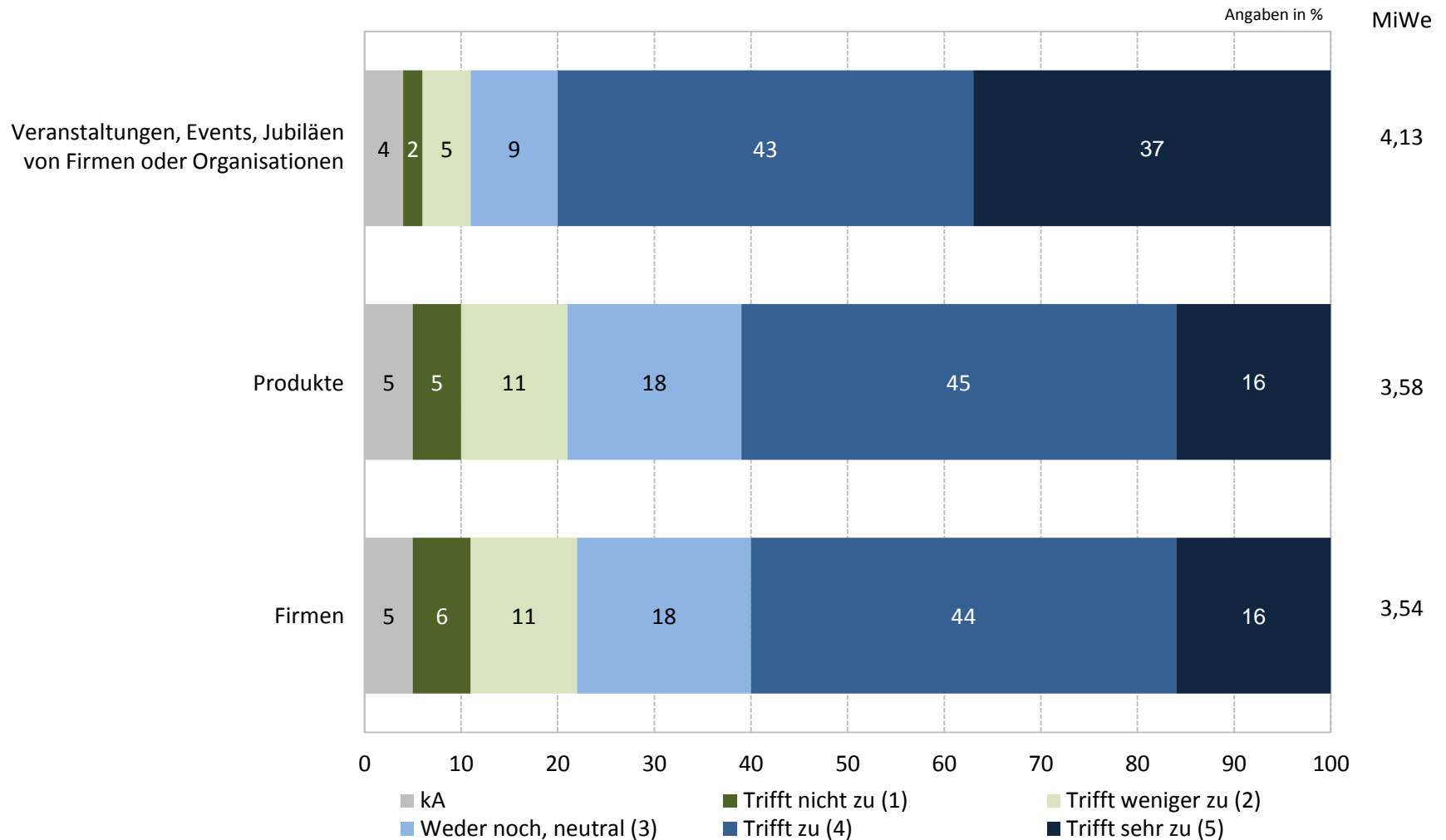


F4 Wie sehr treffen die folgenden Aussagen grundsätzlich auf die Werbung auf Lokomotiven zu?



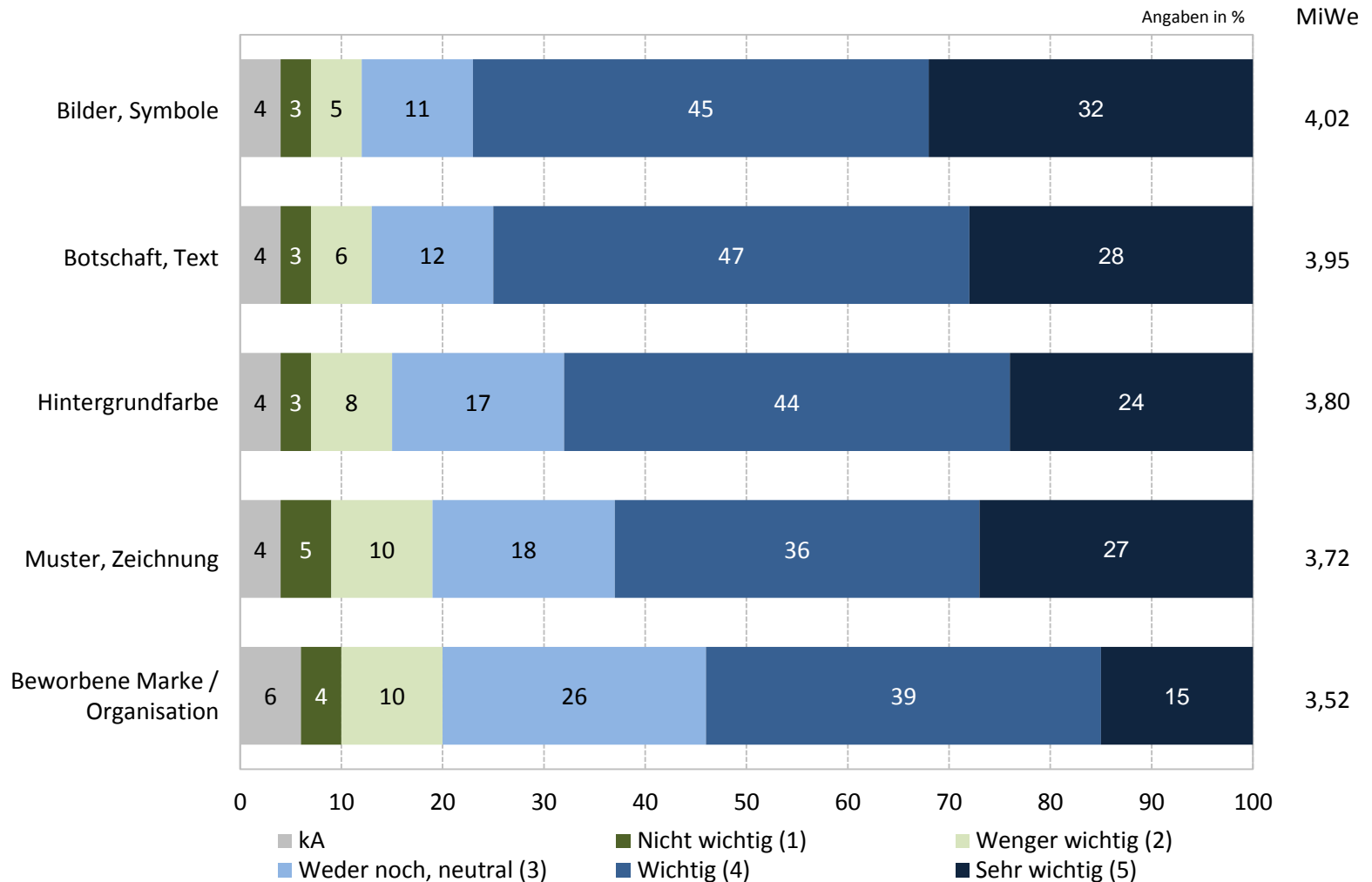
Werbezweck Werbelok

F5 Wie gut passen Werbeloks, um die folgenden Arten von Botschaften / Werbung zu vermitteln?



Beachtungsmerkmale Werbelok

F6 Wie wichtig sind für Sie die folgenden Merkmale, damit Sie eine Werbelok beachten bzw. dass diese auffällt?



Schlussblick



blue eyes marketing gmbh
Weystrasse 26
CH-6006 Luzern