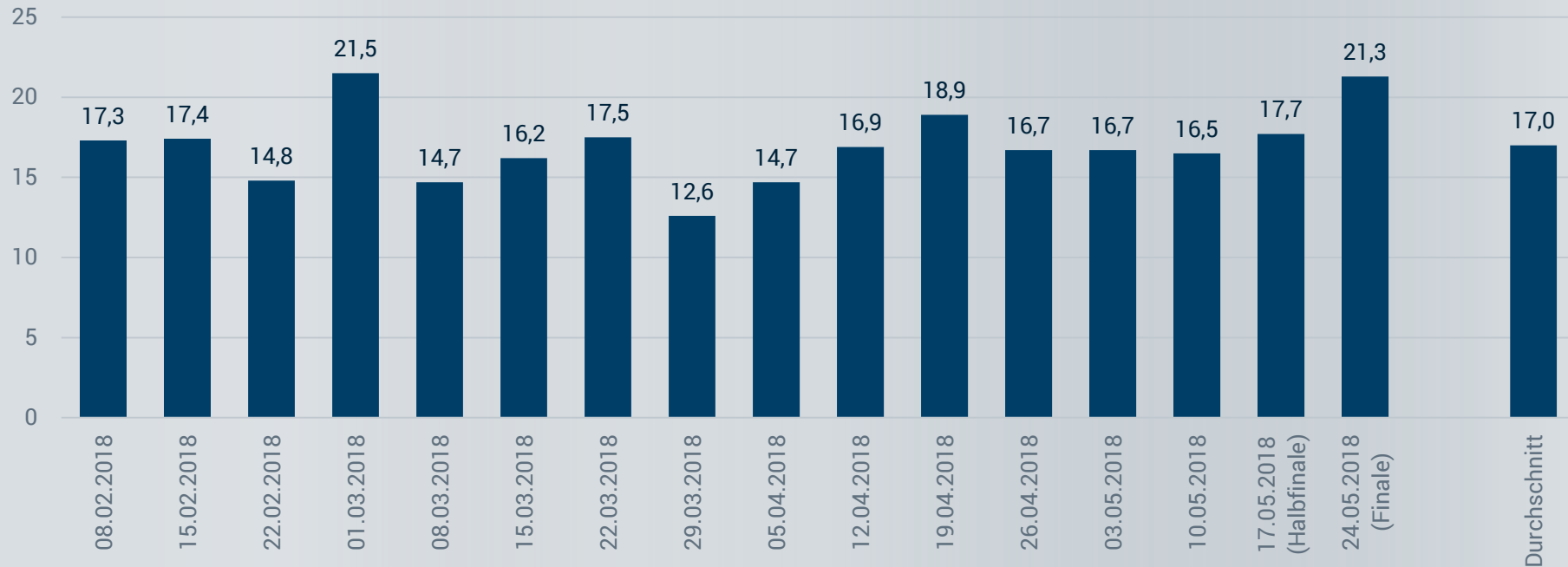


# CANON & GERMANY'S NEXT TOPMODEL

Ergebnisse der Begleitforschung

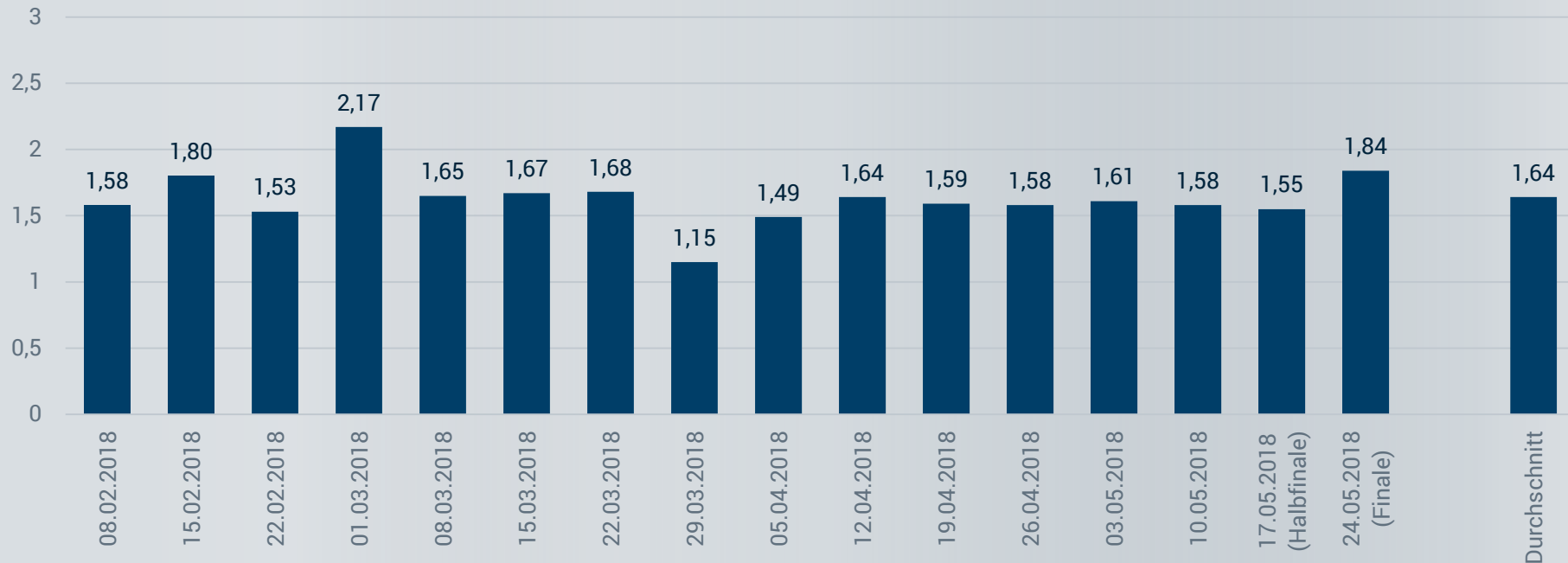
## Marktanteil im Durchschnitt bei 17 Prozent

„Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ (Do., ca. 20:15 Uhr), 13. Staffel  
Marktanteile, Erw. 14-49 Jahre, Angaben in Prozent



## Über 2 Millionen Menschen sahen die vierte Folge GNT

„Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ (Do., ca. 20:15 Uhr), 13. Staffel  
Reichweiten, Erw. 14-49 Jahre, Angaben in Millionen

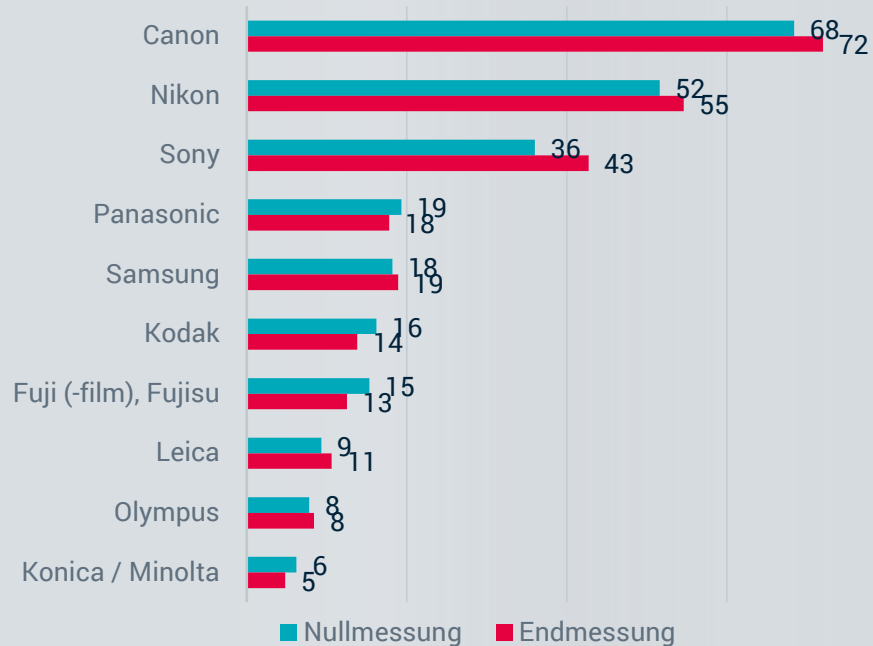


# Steckbrief Online-Befragung

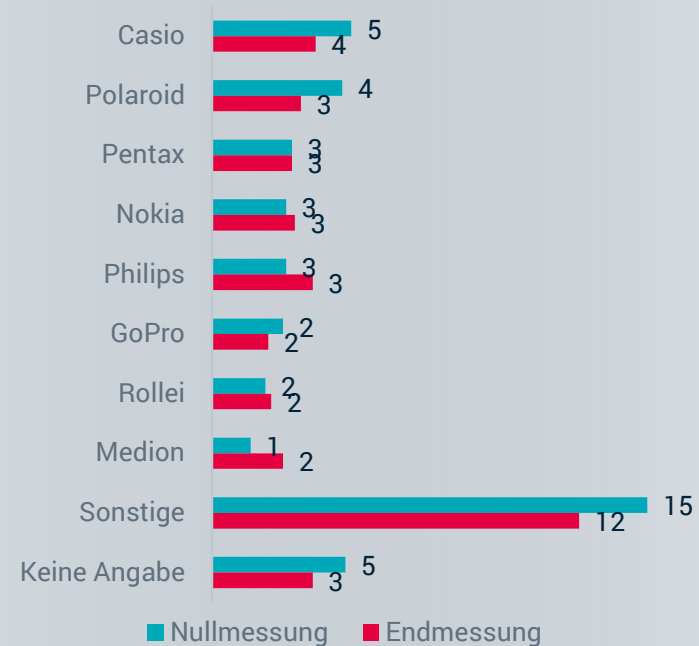
<b>Auftraggeber</b>	Canon / SevenOne Media
<b>Durchführung</b>	Payback
<b>Grundgesamtheit</b>	Frauen 18-49 Jahre, Seher von Germany's Next Topmodel
<b>Auswahlverfahren</b>	Befragung im Payback Online Panel
<b>Methode</b>	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
<b>Datum</b>	Nullmessung: 15.02. - 20.02.2018; Endmessung: 18.05. - 27.05.2018
<b>Stichprobe</b>	Nullmessung: n = 550; Endmessung: n = 1.049
<b>Inhalt</b>	(Un-)Gestützte Bekanntheit, (Kauf)bereitschaft, Image von Canon, Aussagen zu Canon, Call to Action, Placementerinnerung, Bewertung Placement, Kampagnenaussagen

# Etwa 70 Prozent der Befragten kennen Canon

**Ungestützte Bekanntheit Kamerahersteller (1-10)**  
Angaben in Prozent

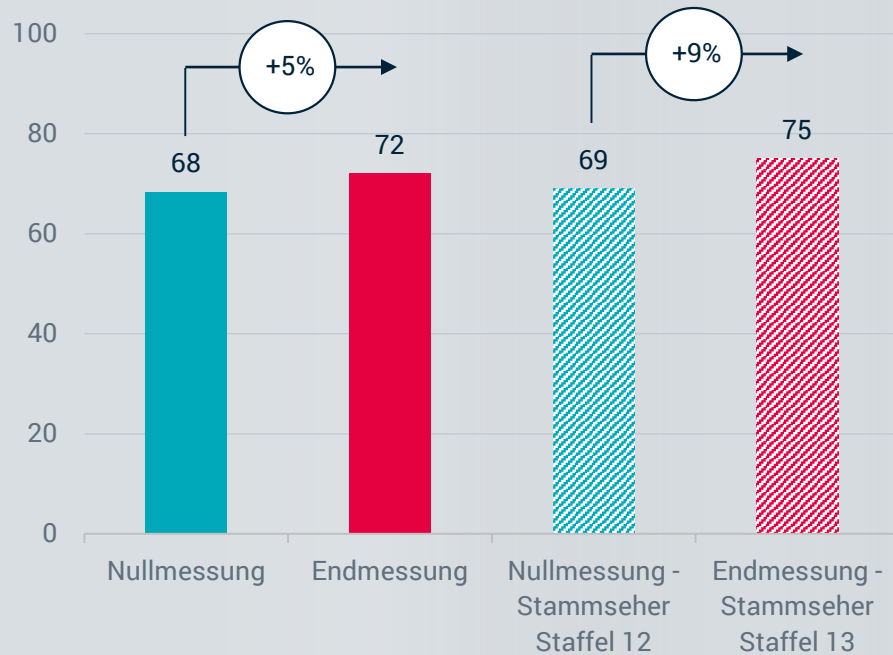


**Ungestützte Bekanntheit Kamerahersteller (11-20)**  
Angaben in Prozent

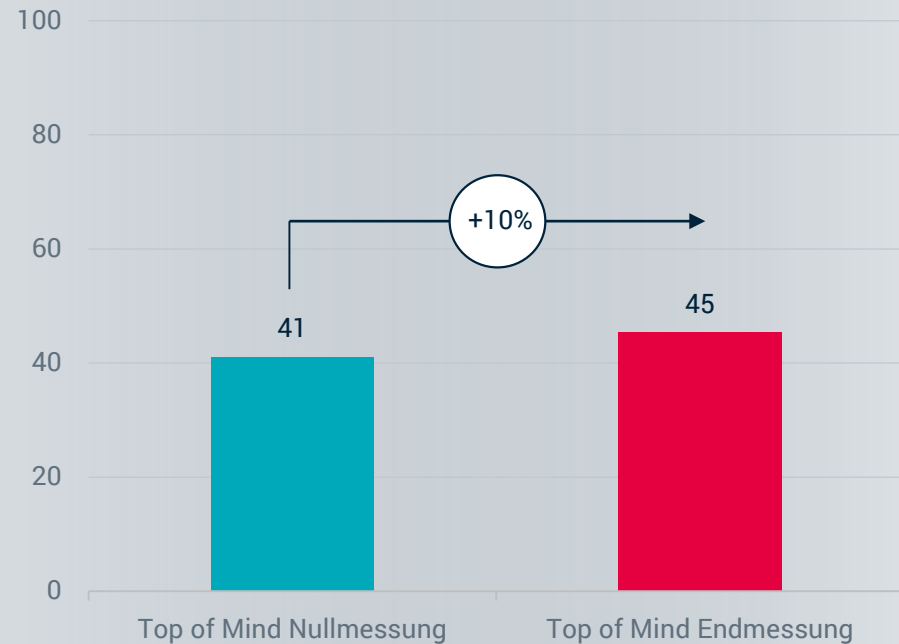


## 45 Prozent fällt Canon als erstes ein

**Ungestützte Bekanntheit – Canon**  
Angaben in Prozent

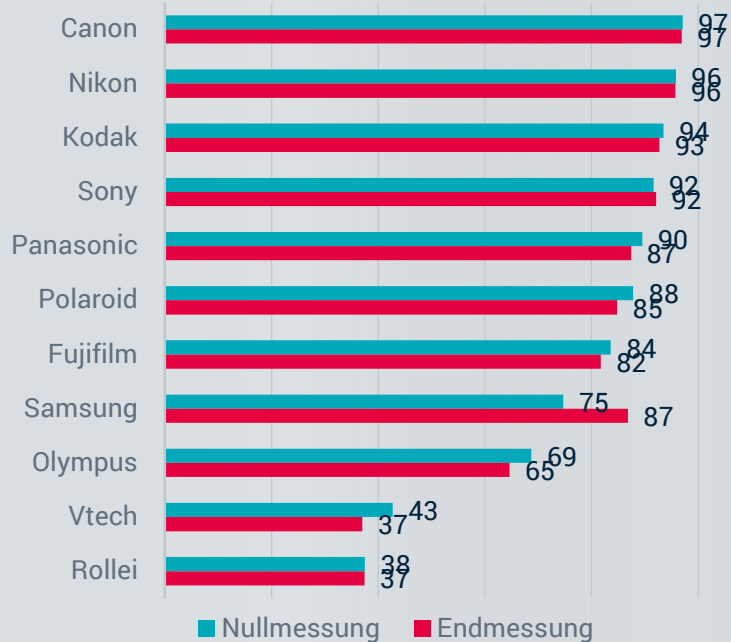


**Ungestützte Bekanntheit – Canon Top of Mind**  
Angaben in Prozent

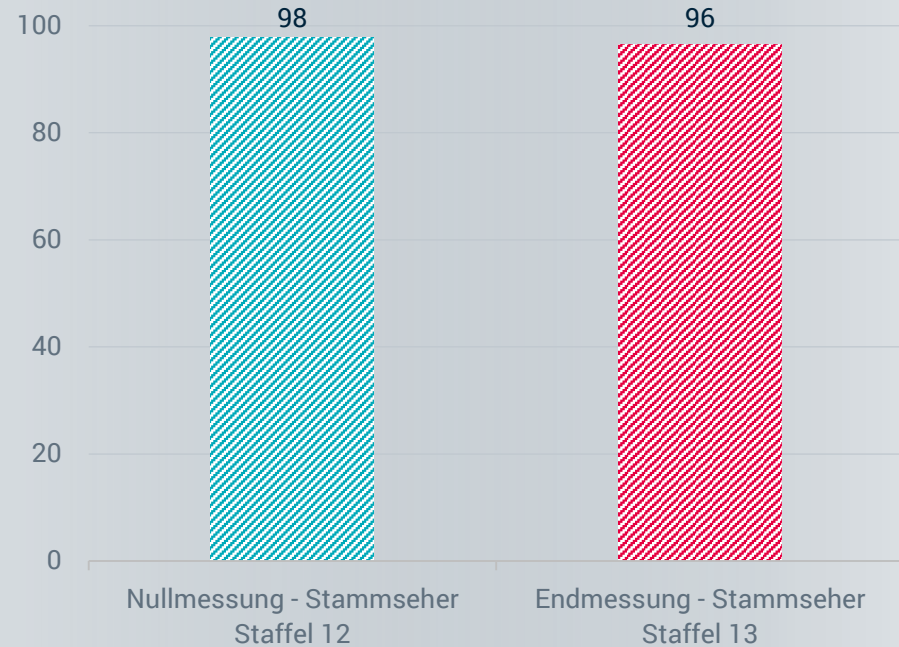


# Fast alle kennen Canon

**Gestützte Bekanntheit Kamerahersteller**  
Angaben in Prozent

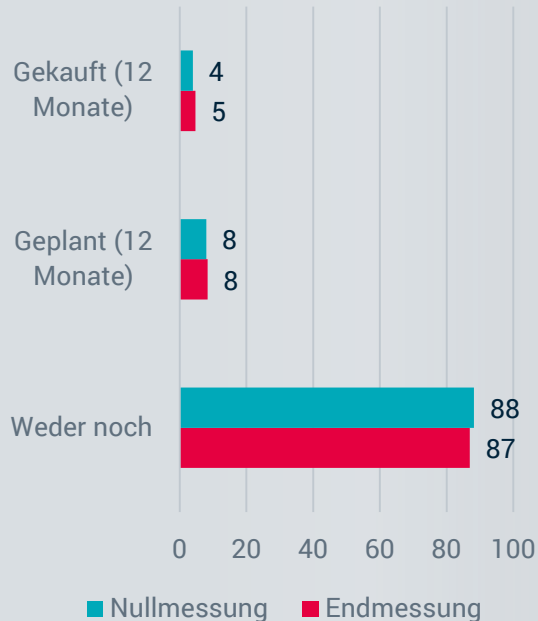


**Gestützte Bekanntheit Kamerahersteller - Canon**  
Angaben in Prozent

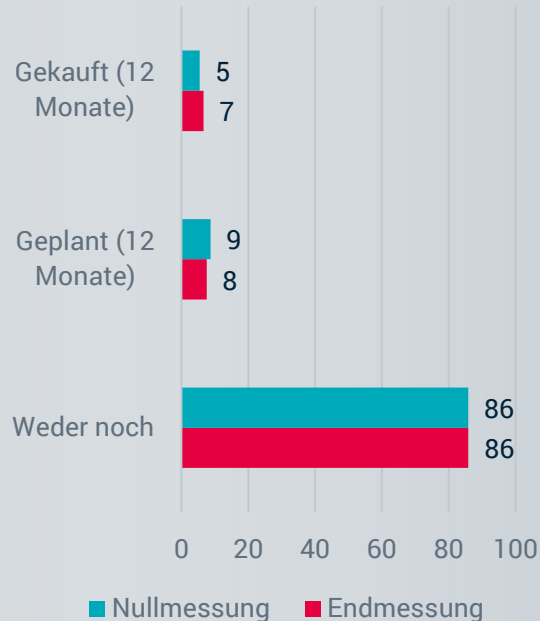


# Spiegelreflexkameras sind am beliebtesten

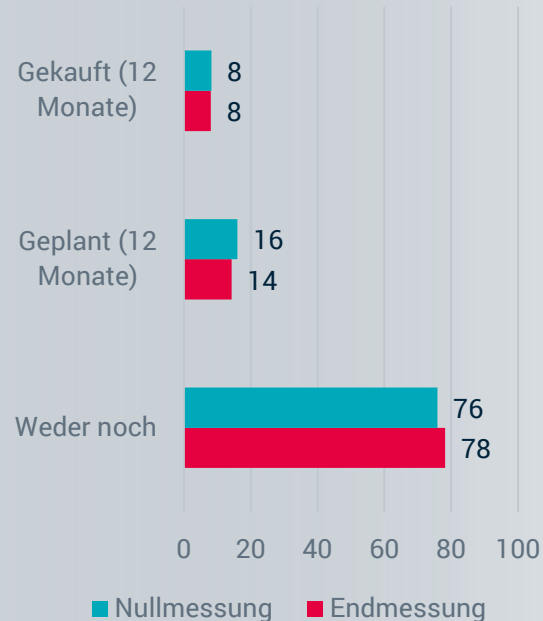
**Kauf(bereitschaft) – Canon Systemkamera**  
Angaben in Prozent



**Kauf(bereitschaft) – Canon Kompaktkamera**  
Angaben in Prozent



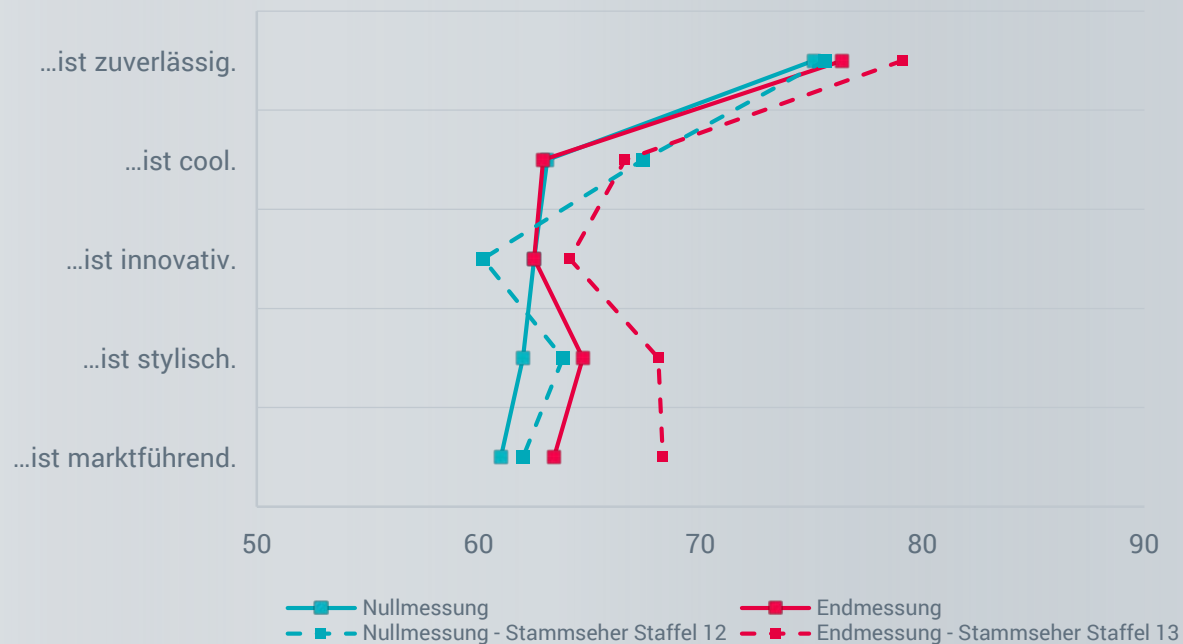
**Kauf(bereitschaft) – Canon Spiegelreflexkamera**  
Angaben in Prozent





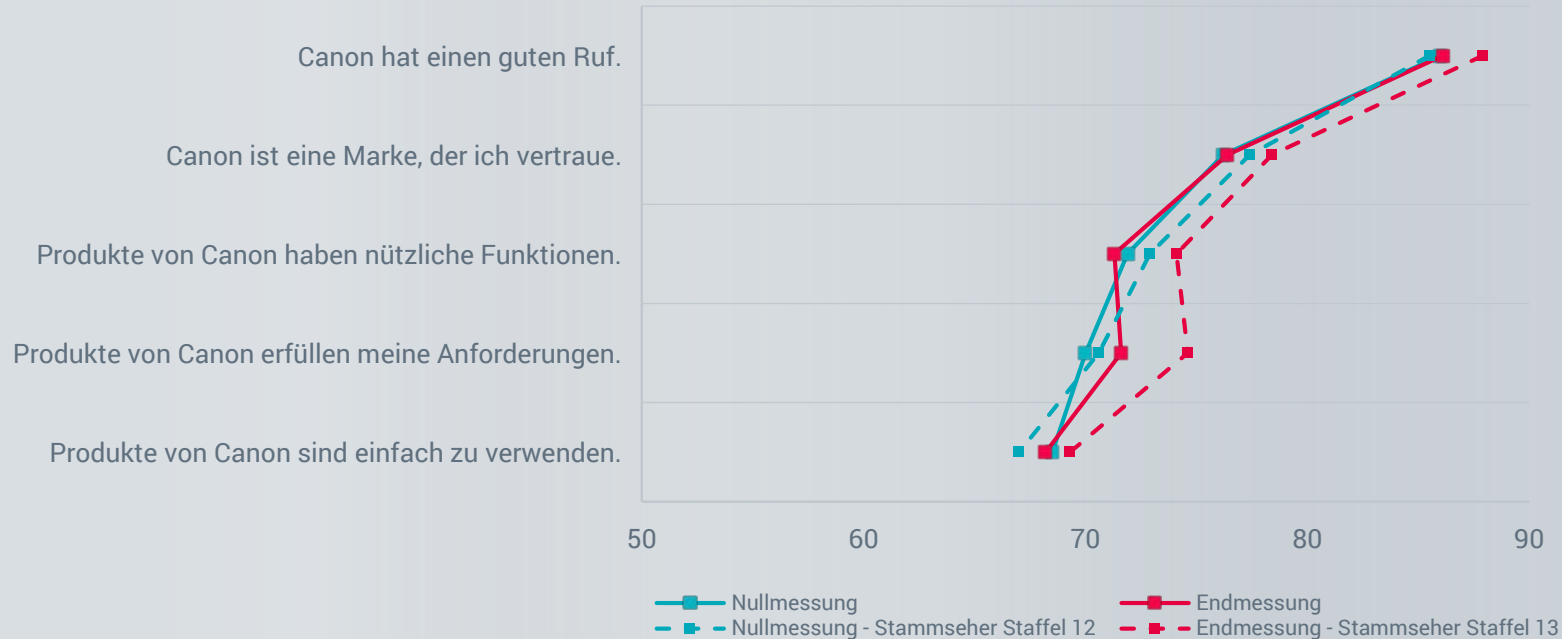
## Im Zeitverlauf wirkt Canon stylischer

**Image Canon (TopTwo)**  
Angaben in Prozent



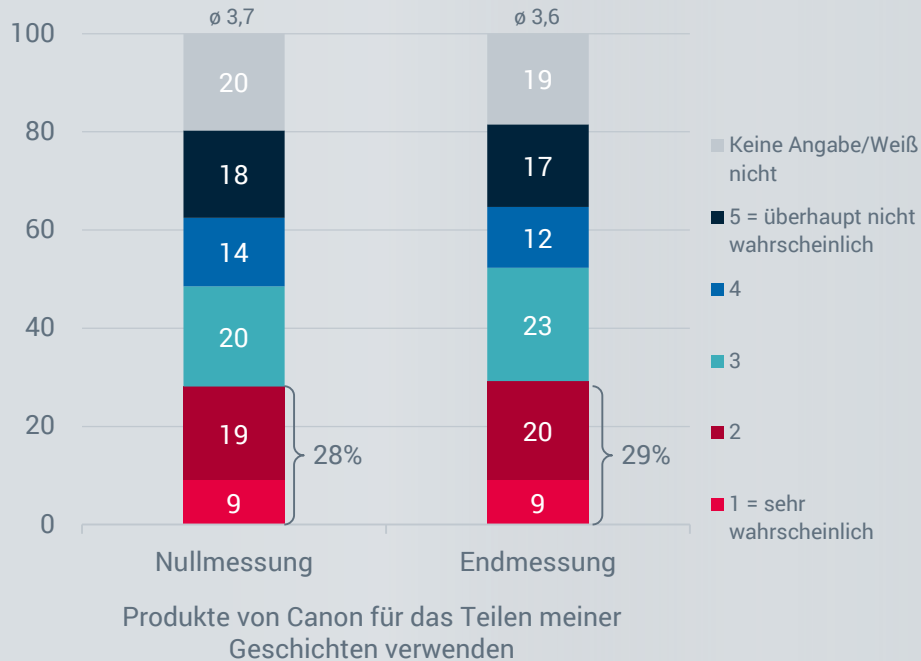
# Canon hat einen guten Ruf und genießt Vertrauen

## Aussagen zu Canon (TopTwo) Angaben in Prozent

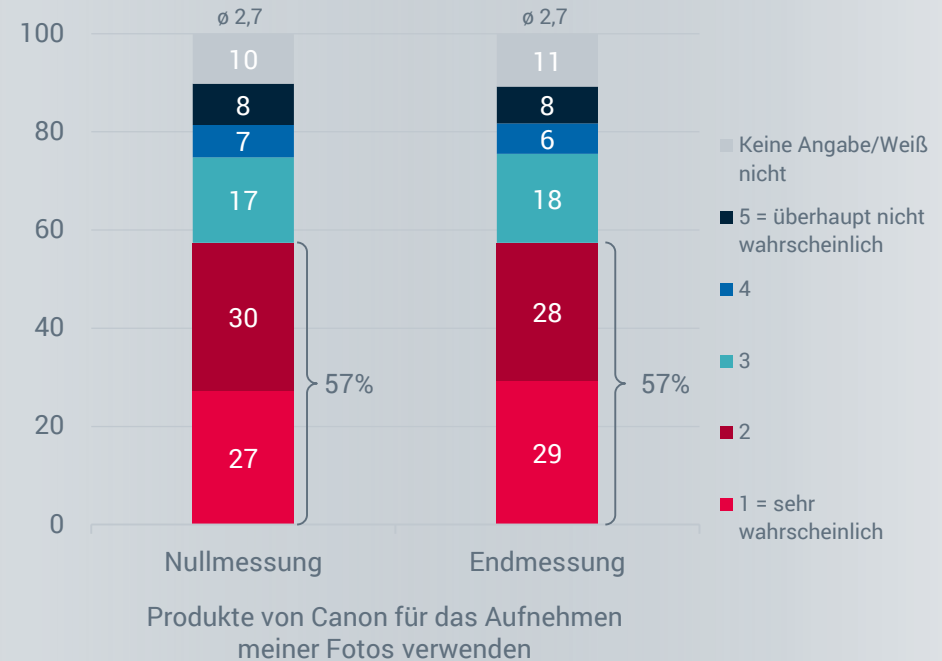


# Über die Hälfte möchte Canon-Produkte für Fotos nutzen

**Call to Action – Canon (I)**  
Angaben in Prozent



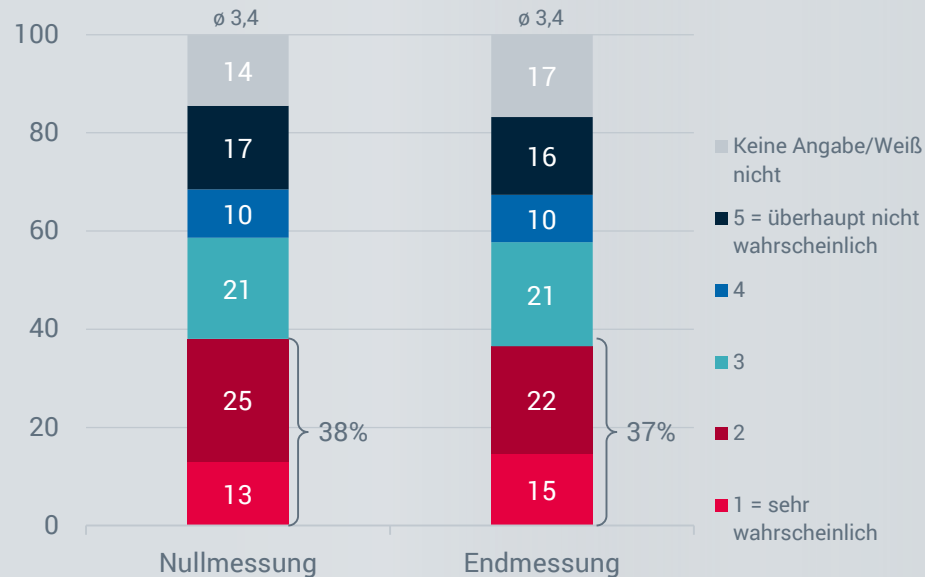
**Call to Action – Canon (II)**  
Angaben in Prozent



# Über ein Drittel hält den Kauf einer Kamera für wahrscheinlich

## Call to Action – Canon (III)

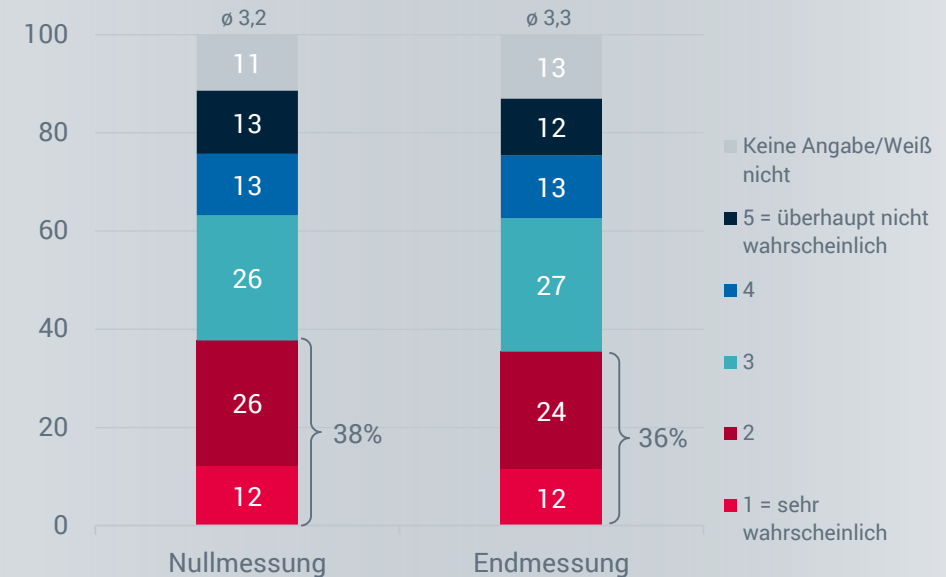
Angaben in Prozent



Kauf einer spiegellosen Systemkamera /  
Spiegelreflex oder eines Objektivs von Canon

## Call to Action – Canon (IV)

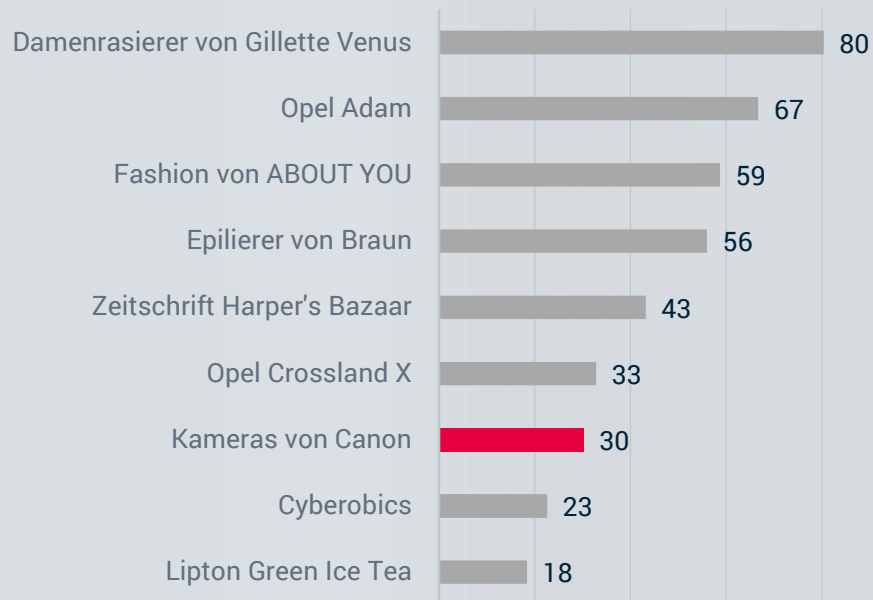
Angaben in Prozent



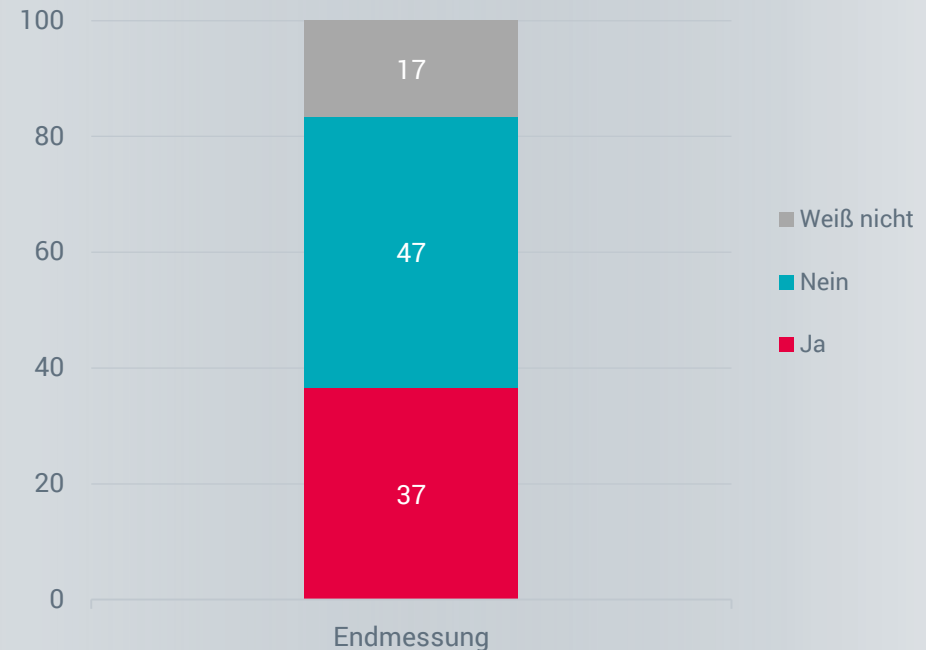
Suche nach weitergehenden Informationen zu  
Produkten von Canon

# 37 Prozent erinnern sich bildgestützt an das Placement von Canon

## Gestützte Placementerinnerung Angaben in Prozent

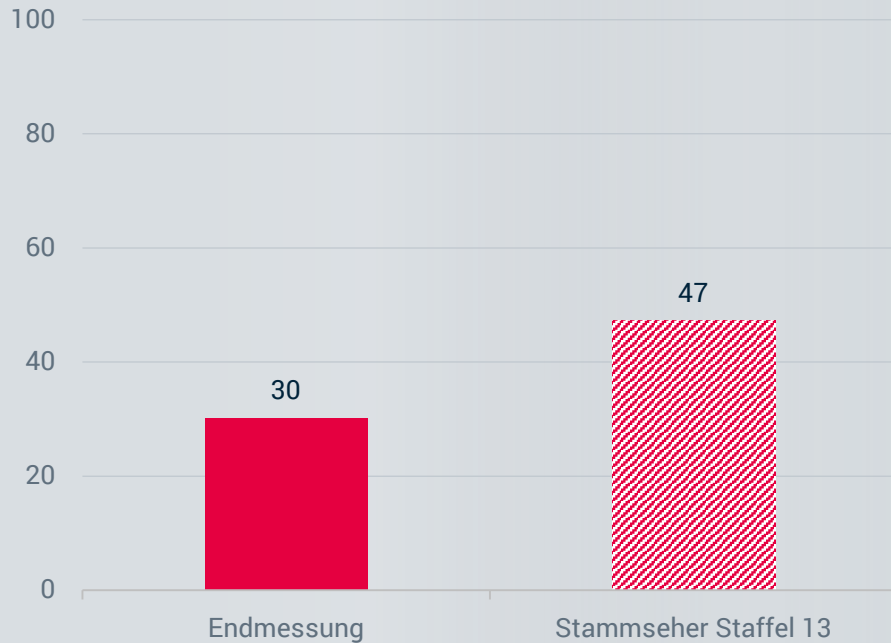


## Bildgestützte Placementerinnerung Angaben in Prozent

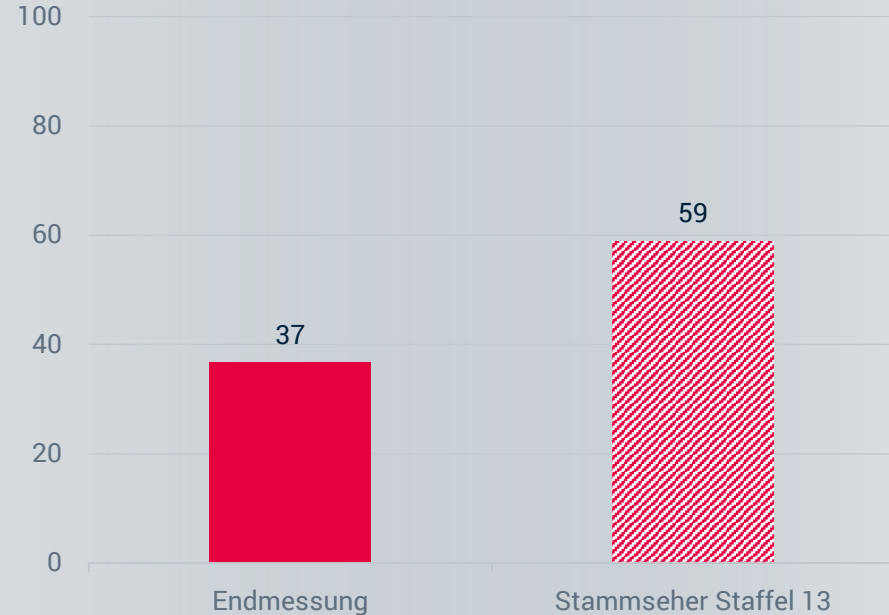


## 59 Prozent der Stammseher erinnern sich an das Placement

**Gestützte Placementerinnerung – Canon**  
Angaben in Prozent

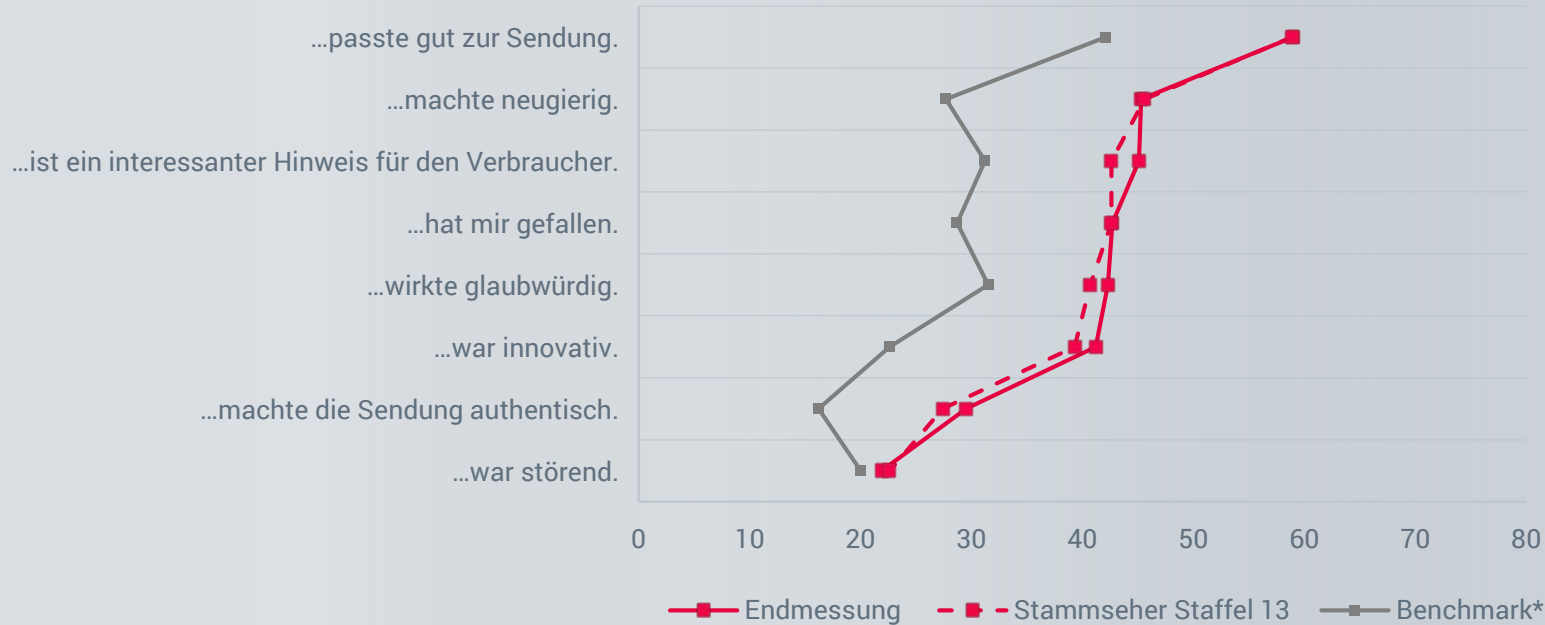


**Bildgestützte Placementerinnerung**  
Angaben in Prozent



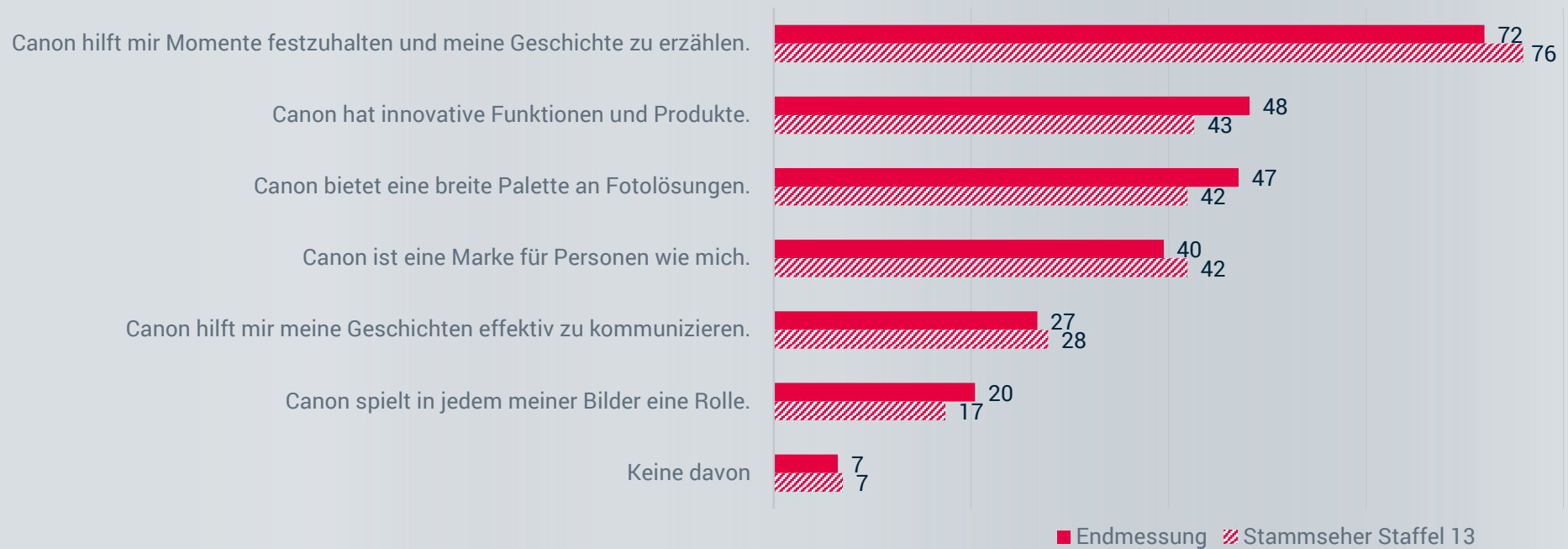
# Die Placements passten gut zur Sendung

**Bewertung Placements (TopTwo)**  
Angaben in Prozent



# Canon hält Momente fest und erzählt Geschichten

## Kampagnenaussagen Angaben in Prozent





## Key Facts

### Markenwerte

- In der Endmessung nennen 72 Prozent Canon spontan als Hersteller von Kameras, das bedeutet ein Plus von 5 Prozent im Vergleich zur Messung vor Staffelstart.
- Zudem konnte Canon beim Top of Mind um zehn Prozent zulegen - 45 Prozent nennen Canon nach der Staffel direkt als erstes.
- Gestützt kennen nahezu alle Befragten in beiden Messungen Canon (97 Prozent).
- Die Kaufbereitschaft sowie der vergangene Kauf sind bei den Spiegelreflexkameras am höchsten.
- Canon wird als zuverlässig und cool wahrgenommen. Im Sendungsverlauf steigt die Zustimmung bei den Merkmalen "stylish" und "marktführend".
- Canon wird ein guter Ruf zugeschrieben und als eine vertrauensvolle Marke wahrgenommen.
- Die Wahrscheinlichkeit bzgl. zukünftiger Handlungen in Bezug auf Canon ist am höchsten für die Aufnahme von Fotos (TopTwo: 57 Prozent).

### Integration

- 30 Prozent erinnern sich an das Placement von Canon. Mit Bildunterstützung steigt dieser Wert auf 37 Prozent. Unter den Stammsehern ist die Erinnerung höher - 47 Prozent erinnern sich an die Integration, mit Bild sogar 59 Prozent.
- Die Placement werden als passend zur Sendung empfunden und weckten auch die Neugier auf das Produkt. Insgesamt wird die Integration sehr gut bewertet. Fast alle Merkmale liegen klar über vergleichbaren Integrationen.
- Die Botschaft, dass Canon hilft Momente festzuhalten und Geschichten zu erzählen, ist gut transportiert worden.

### Fazit

Die Integration bei Germany's next Topmodel verstärkte die Bekanntheit von Canon als Kamerahersteller. Zudem kamen die Placements sehr gut an. Trotz weniger Auftritte in der Sendung konnten hier erste Erfolge erzielt werden.

Advertising Research

# JENNIFER OSTERHOLD

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-41 83

[jennifer.osterhold@sevenonemedia.de](mailto:jennifer.osterhold@sevenonemedia.de)