



AS&S Radio Liga Live

Begleitforschung Rückrunde Saison 2011/12

Spannende Paarung

- Auf dem Spielfeld treffen zwei Mannschaften aufeinander
- Für die Begleitforschung wurde dieses Muster übernommen
- Die Hörer der AS&S Radio Liga Live traten an gegen die Bevölkerung insgesamt
- Statt Toren zählte die Bekanntheit der Firmen, die im Umfeld der Konferenzschaltung geworben hatten

Steckbrief der Untersuchung

- **Methode:** Telefoninterviews mittels CATI
- **Grundgesamtheit:** Hörer Liga Live auf WDR 2
Bevölkerung ab 14 Jahren in NRW
- **Stichprobe:** 300 Hörer Liga Live am 5. Mai 2012 (16:30-17:25 Uhr)
300 Personen ab 14 Jahre in NRW
- **Feldzeit:** 5. bis 7. Mai 2012
Samstag: 17:25-18:30 Uhr, Sonntag: 13:00-18:00 Uhr,
Montag: 17:00-21:00 Uhr
- **Interviewdauer:** ca. 20 Minuten
- **Besonderheiten:** Vorspielen der Spots am Telefon in Anlehnung
an Spot-Analyse Radio
- **Institut:** C.M.R. Institut für Communication- & Marketing Research,
Mannheim

Stammspieler bevorzugt

- Im Rahmen der Begleitforschung wurden Unternehmen getestet, die in den Wochen vor dem letzten Spieltag am 5. Mai kontinuierlich in der AS&S Radio Liga Live geworben haben
- Um eine Beeinflussung der Ergebnisse auszuschließen wurden Firmen nicht berücksichtigt, die bereits als Sponsoren von Fußballsendungen im Fernsehen aktiv waren

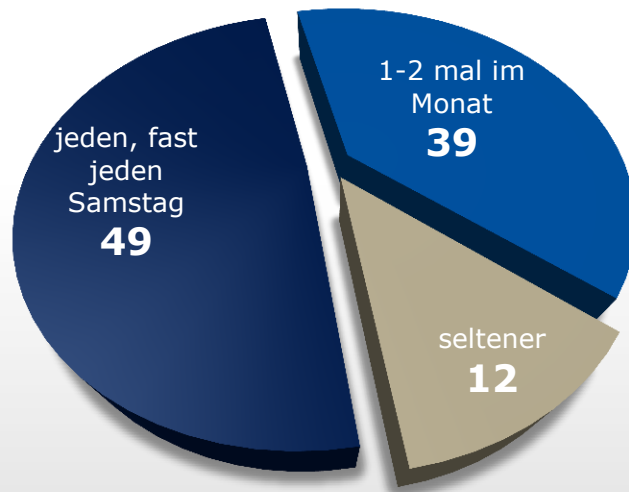
Fußballhörer sind treu

- Die Hörer der AS&S Radio Liga Live sind überzeugte Fans dieses Formats
- Jeder Zweite (49%) hört die Schlusskonferenz jeden Samstag, jeder Dritte zumindest ein bis zweimal im Monat (39%).
- Optimale Voraussetzungen für einen Mehrfachkontakt mit der Werbung!

Nutzungshäufigkeit Liga Live

Und wie häufig hören Sie normalerweise die Bundesligakonferenz auf WDR 2?

Anteil in Prozent



Quelle: AS&S Radio Liga Live
Begleitforschung
Basis: Hörer auf WDR 2

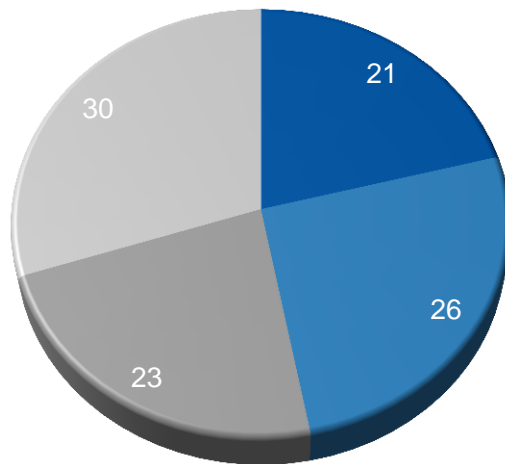
Nicht nur an Fußball interessiert

- Natürlich interessieren sich die Hörer der Liga Live für Fußball – doch nicht nur
- Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ist ihr Interesse an vielerlei Produktbereichen überdurchschnittlich
- Und auch hier nicht nur – altes Vorurteil gegenüber Fußballfans – an Autos und Bier, sondern nachweislich auch an Versicherungen und Banken

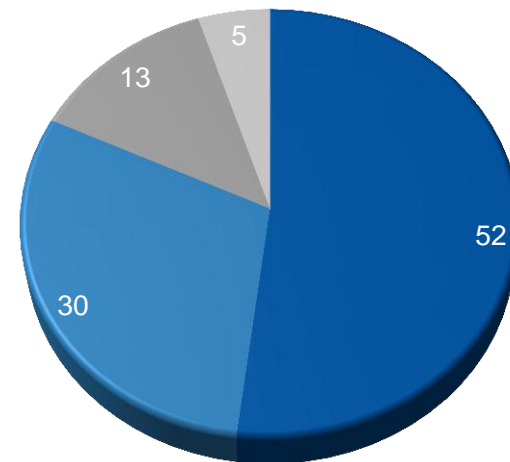
Interesse Fußball-Bundesliga

Anteil in Prozent

Bevölkerung



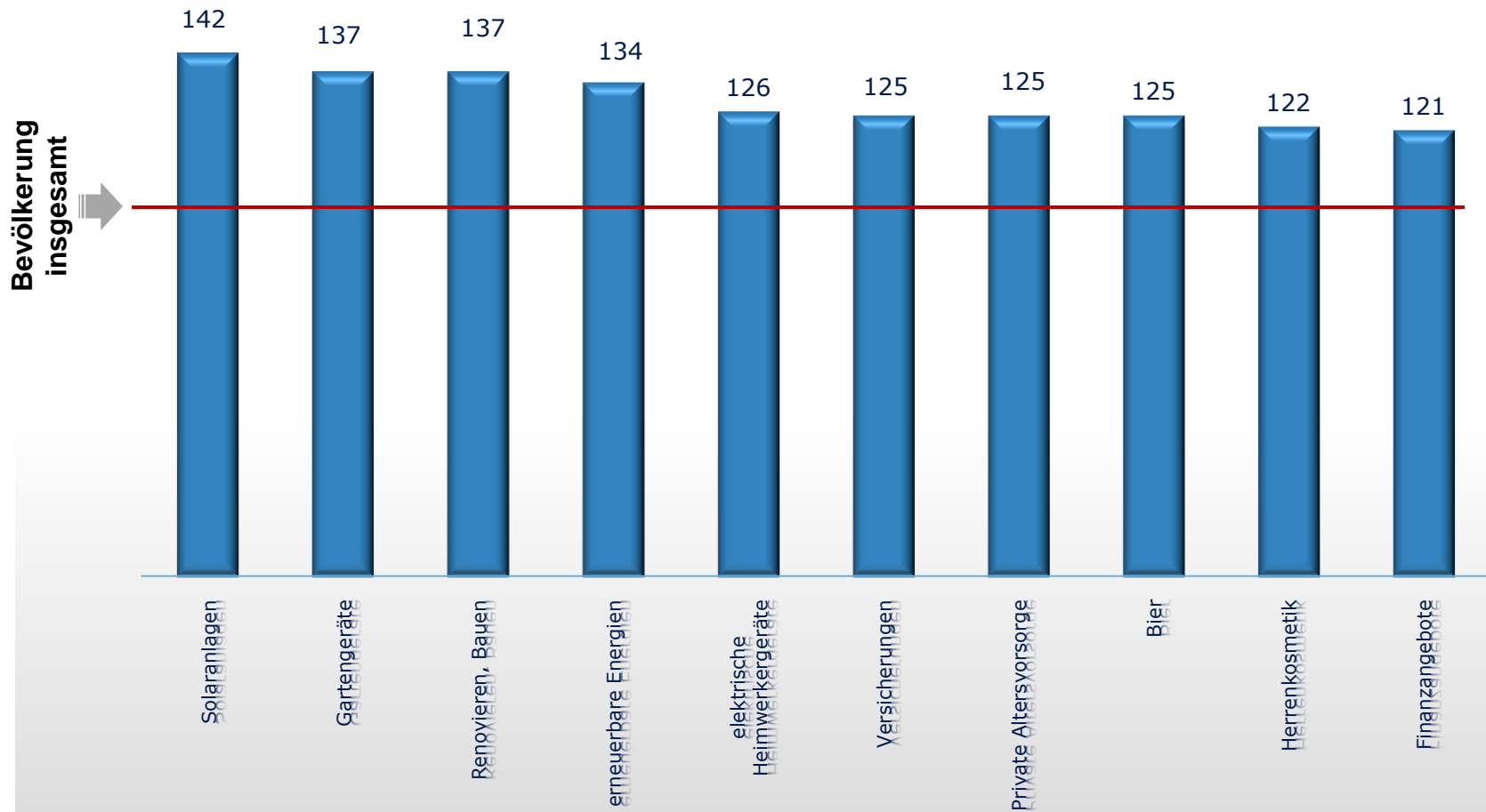
Hörer Liga Live



- sehr interessiert
- interessiert
- weniger interessiert
- überhaupt nicht interessiert

TOP 10 Produktinteressen der Liga Live-Hörer

Interesse Top-Box, D-Stunde Sa 16-18 Uhr



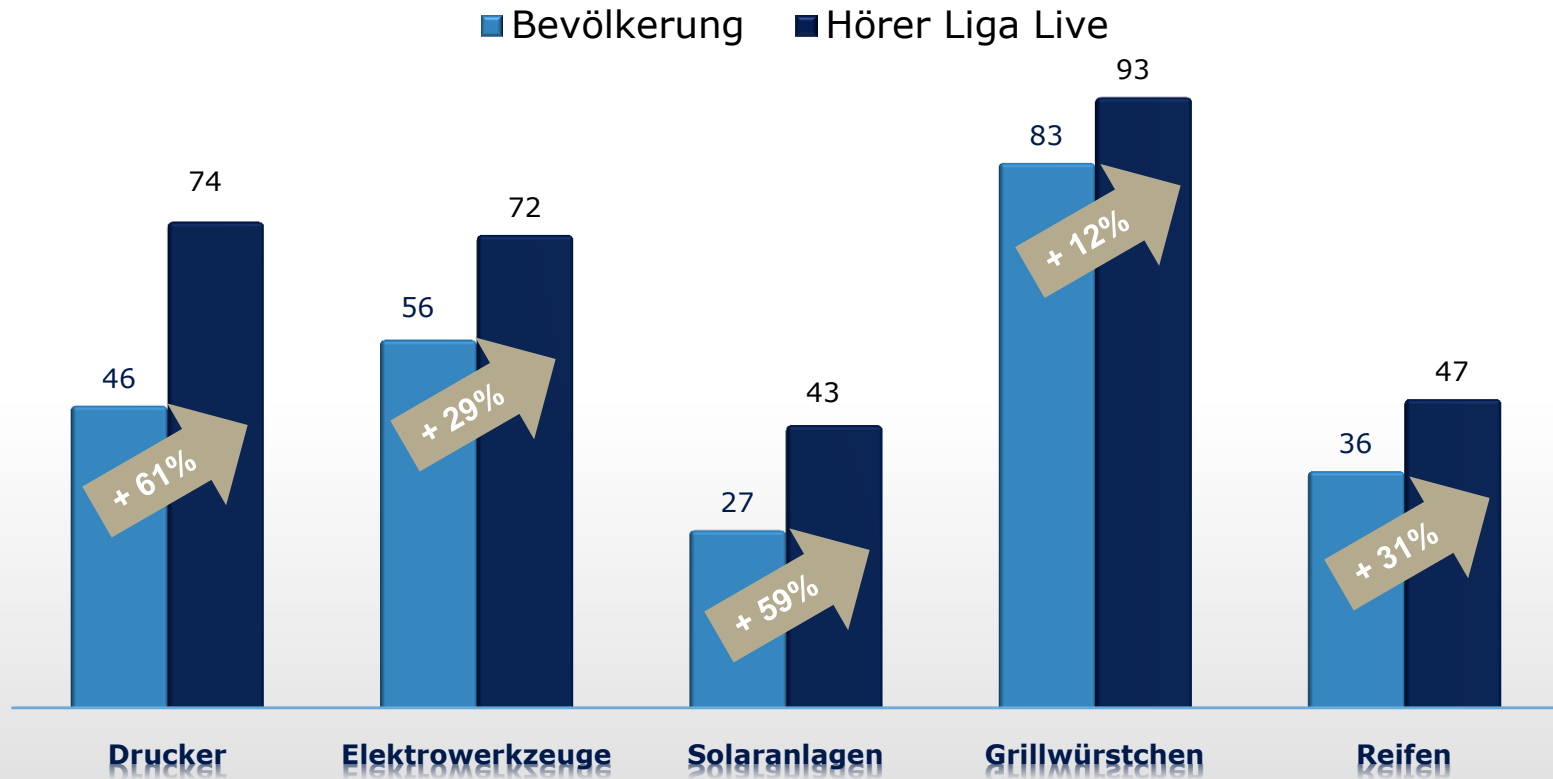
Quelle: VuMA 2012 II Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Ein Plus an Präsenz und Bekanntheit

- Unternehmen, die in der AS&S Radio Liga Live warben, sind bei den Hörern deutlich bekannter und werblich präsenter als in der Bevölkerung insgesamt
- Der Effekt variiert abhängig von der Größe des Unternehmens und dessen Werbeaktivitäten insgesamt. Unter dem Strich ist das Wirkungsplus jedoch beachtlich

Bekanntheit

Ich nenne Ihnen jetzt einige Namen von Unternehmen, Produkten oder Marken (hier anonymisiert). Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie diese kennen, wenn auch nur dem Namen nach. / Anteil in Prozent

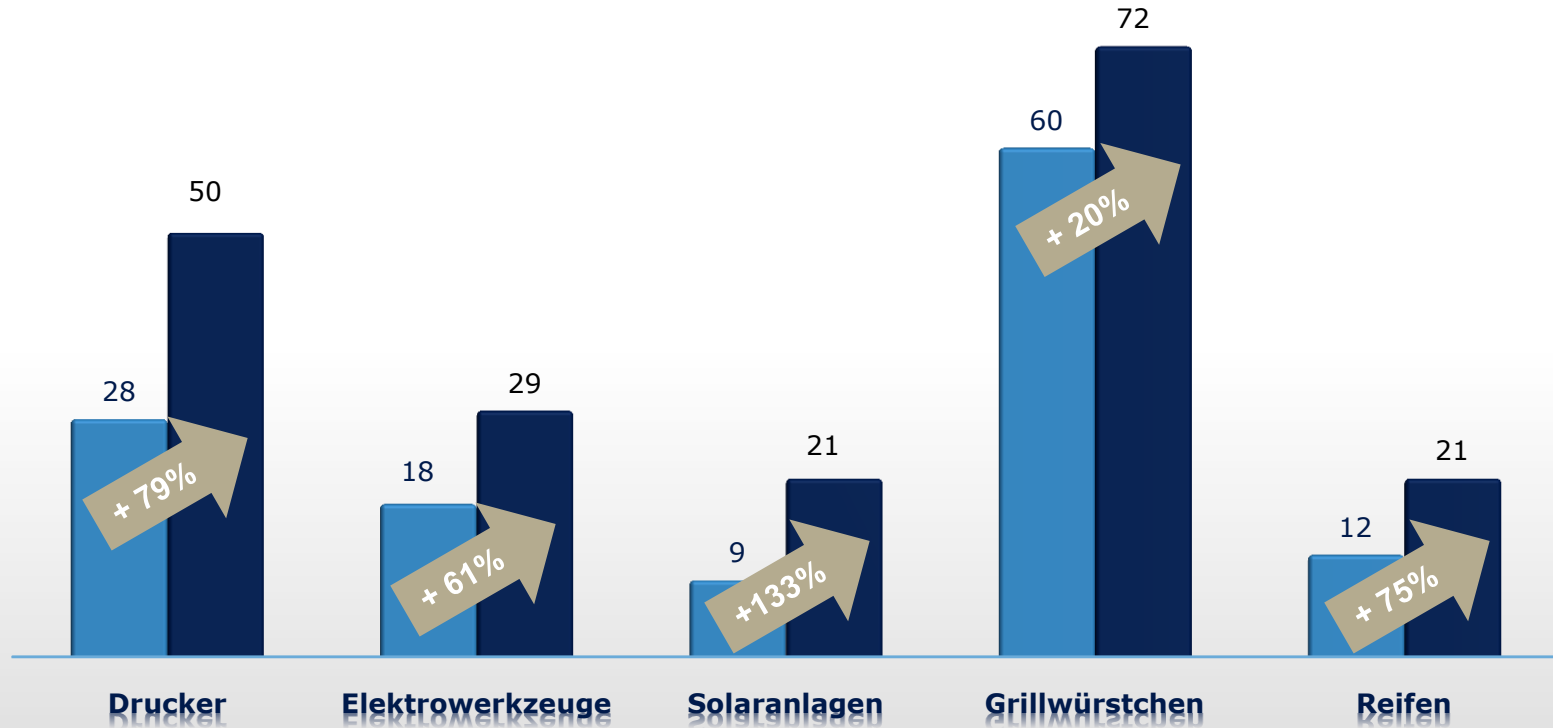


Quelle: AS&S Radio Liga Live Begleitforschung Basis: Hörer auf WDR 2/Bevölkerung NRW

Werbeawareness

Ich lese Ihnen jetzt einige Namen von Unternehmen bzw. Marken vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie dafür in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen haben. / Anteil in Prozent

■ Bevölkerung ■ Hörer Liga Live



Quelle: AS&S Radio Liga Live Begleitforschung Basis: Hörer auf WDR 2/Bevölkerung NRW