

Social Media Release

vor einem Jahr

in Unternehmen und Werbung

Erster WM-Titel steht fest

MediaAnalyzer-Umfrage: – McDonald´s ist Werbe-Weltmeister 2010

(ddp direct) Im Hallenfußball würde man sagen, dass McDonalds das „Spiel über die Bande“ perfekt beherrscht: der offizielle Sponsor der FIFA WM 2010 in Südafrika hat sich unter anderem durch die offensive Bandenwerbung in den WM-Stadien am stärksten in den Köpfen der Deutschen verankert. Laut Umfrage des Hamburger Unternehmens für Online-Marktforschung MediaAnalyzer ist McDonald´s im Rahmen der Fußball-WM besonders stark aufgefallen und mit 41 Prozent Werbe-Weltmeister 2010. Vize ist Coca-Cola mit 37 Prozent. Das „Spiel um Platz 3“ gewinnt Adidas (34 Prozent) gegen VISA mit 26 Prozent.

- Laut Umfrage des Hamburger Unternehmens für Online-Marktforschung MediaAnalyzer ist McDonald´s im Rahmen der Fußball-WM besonders stark aufgefallen und mit 41 Prozent Werbe-Weltmeister 2010. Vize ist Coca-Cola mit 37 Prozent. Das „Spiel um Platz 3“ gewinnt Adidas (34 Prozent) gegen VISA mit 26 Prozent.
- Bei der Umfrage von MediaAnalyzer unter 500 Befragten waren sich sowohl Männer und Frauen als auch alle Altersgruppen einig: Die Marke mit dem goldenen ‚M‘ fällt im Rahmen der Weltmeisterschaft besonders auf.
- Die Umfrage zeigt außerdem, dass Fußball weiterhin mehr ein Männersport ist – zumindest ist der Werbeeinfluss bei Männern etwa doppelt so groß wie bei Frauen. Im Vergleich zu einer Umfrage zu Beginn der Weltmeisterschaft gewinnt jede der genannten Marken bei Männern im Durchschnitt 2,6 Prozentpunkte, bei Frauen mit 1,2 Prozent weniger als die Hälfte.

„Wenn Werbung wirken soll, muss sie zunächst erstmal wahrgenommen werden. Die Steigerung zeigt, dass das im Fall der in der Umfrage genannten Sponsoren auch klappt. Auf den vorderen Plätzen sind aber auch Unternehmen zu finden, die weder FIFA- noch DFB-Partner sind. Von der Fußball-WM profitieren also auch Unternehmen, die keine offiziellen Sponsoren sind.“

Wolfgang Hierneis, Gesellschafter und Marketing-Verantwortlicher des Hamburger Unternehmens für Online-Marktforschung MediaAnalyzer

Pressemeldung Werbe-Weltmeister 2010

www.dr-p.de/downloads/Mediaanalyzer/MA_PI_WerbeWeltmeister2010.pdf

Infografik zur Umfrage

www.dr-p.de/downloads/Mediaanalyzer/MA_Grafik_Werbeweltmeister.jpg

Foto von Wolfgang Hierneis

www.dr-p.de/downloads/Mediaanalyzer/Hierneis.jpg

Ausführliche Infos zur Umfrage

www.dr-p.de/downloads/Mediaanalyzer/MA_Umfrage_Werbeweltmeister2010.pdf

MediaAnalyzer

MediaAnalyzer, mit Firmensitz in Hamburg und New York sowie Partnern in Belgien, Zürich, London und Toronto gilt mit den zum Patent angemeldeten

Forschungstool AttentionTrackingTM, AttentionClustering und EmotionTracking als eines der weltweit führenden Marktforschungsinstitute für internetgestützte Werbewirkungstests.

Zu den Kunden gehören führende Markenartikler (u.a. Bayer HealthCare, Beiersdorf,



vor einem Jahr

Infografik MediaAnalyzer-Umfrage: Erster WM-Titel steht fest – McDonald´s ist Werbe-Weltmeister 2010



Im Hallenfußball würde man sagen, dass McDonalds das „Spiel über die perfekt ...

Pressekontakt

Herr Torben Knye

Dederichs Reinecke & Partner
Schulterblatt 58
20357 Hamburg
Deutschland

Email: [Kontakt aufnehmen](mailto:kontakt@dr-p.de)

Website: www.dr-p.de

Telefon: + 49 (0)40 20 91 98 235

Fax: + 49 (0)40 20 91 98 299

Schlagworte



Permanentlink

<http://www.themenportal.de/unternehmen/erster-wm-titel-steht-fest-71200>

citibank, Colgate-Palmolive, Das Erste, ESPN, Gothaer, HypoVereinsbank, JCDecaux, Johnson & Johnson, Kimberly-Clarke, L'Oréal, O2, Procter & Gamble, Siemens, Toyota, Unilever), international tätige Verlage (Condé Nast, Die Zeit, Economist, Financial Times Deutschland, Heise, Holtzbrinck Gruppe, New York Times), führende Marktforschungsinstitute (GfK, Ipsos) und international tätige Werbeagenturen (BBDO, FJR, Ogilvy & Mather).

Frau Davina Bringewat

Glockengiesserwall 2
20095 Hamburg
Deutschland

Website: www.mediaanalyzer.com

Telefon: +49 (0)40 86 68 93 -00

Fax: +49 (0)40 86 68 93 -90