

A 3D rendered Opel Corsa car, shown from a low angle, with its front end and side visible. The car is red and black, with the Opel logo on the front. The background is a plain white surface.

OPEL CORSA – SWITCHIN FREESTYLE UND ANIMATED SWITCHIN XXL

CASE & RESEARCH

Wir bewegen Marken

SWITCHIN FREESTYLE



Wir bewegen Marken

ANIMATED SWITCHIN XXL

Jetzt **red button** drücken

ANZEIGE Datenschutz

Der Opel Corsa

Style, Coolness, Cleverness – in seinem Segment setzt der Corsa Maßstäbe:

- Bi-Xenon-Scheinwerfer mit Abbiegelicht und LED-Tagfahrlicht¹
- Infotainment-System R 4.0 IntelliLink mit 7"-Touchscreen-Farbdisplay¹
- Opel Eye Frontkamera¹
- Toter-Winkel-Warner¹
- Automatischer Parkassistent¹
- Panorama-Schiebedach¹
- Opel OnStar¹

¹Optional

> JETZT ENTDECKEN

OPPEL

Opel Kampagnen KPIs

Seite 1/8

Der Opel Corsa

Style, Coolness, Cleverness – in seinem Segment setzt der Corsa Maßstäbe. Mit einem mehr als luxuriösen Innenraum und jeder Menge Assistenzsysteme präsentiert er sich wie ein Auto der Premiumklasse. Innovative deutsche Spitzentechnologien von Opel sorgen für ein Fahren, das noch einfacher und sicherer ist als jemals zuvor:

- Opel OnStar¹
- Bi-Xenon-Scheinwerfer mit Abbiegelicht und LED-Tagfahrlicht¹
- Multimedia-System R 4.0 IntelliLink mit 7" Touchscreen-Farbdisplay¹
- Opel Eye Frontkamera¹
- Automatischer Parkassistent¹

¹Optional
Abb. zeigt Sonderausstattung

Corsa, Kraftstoffverbrauch in l/100km, kombiniert: 7,5-8,1, CO₂-Emission in g/km, Corsa, K kombiniert 114-132 (je nach VD ISO Nr. 7152/2017)

15 Opel-Händler für PLZ 85774

HÄNDLERSUCHE IMPRESSUM DATENSCHUTZ AUSBLENDEN STARTLEISTE

Opel	Animated SwitchIn XXL & Freestyle
Kampagne	Opel Corsa
Laufzeit	19.07. – 14.08.2016
Ad Impressions	Gesamt: 2.838.863
Clicks Microsite	12.719 Clicks
Ø Clickrate	0,45% Ø CTR SwitchIn XXL: 0,54% Ø CTR
Sender	Sat.1, ProSieben, kabel eins, sixx



Quelle: SevenOne Media, August 2016

Opel Kampagne mit 0,45% durchschnittlicher Clickrate

Seite 2/8



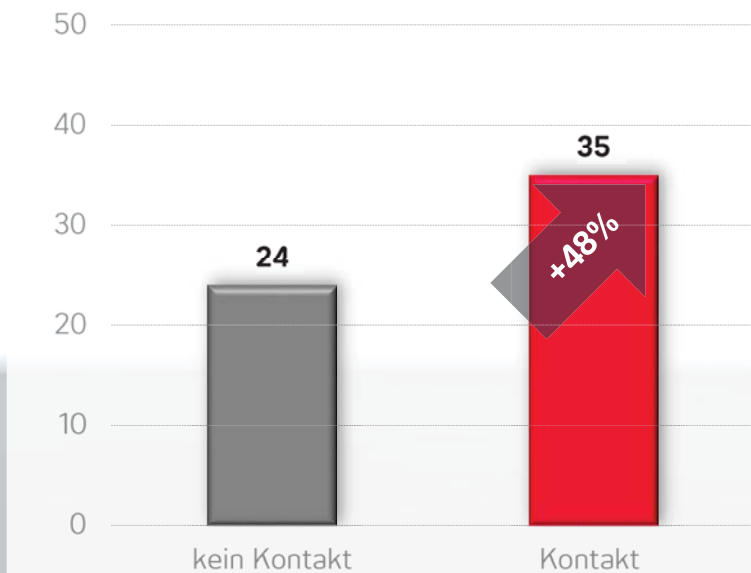
Quelle: SevenOne Media, August 2016

Opel Corsa wird ungestützt am besten beim SwitchIn XXL erinnert

Seite 3/8

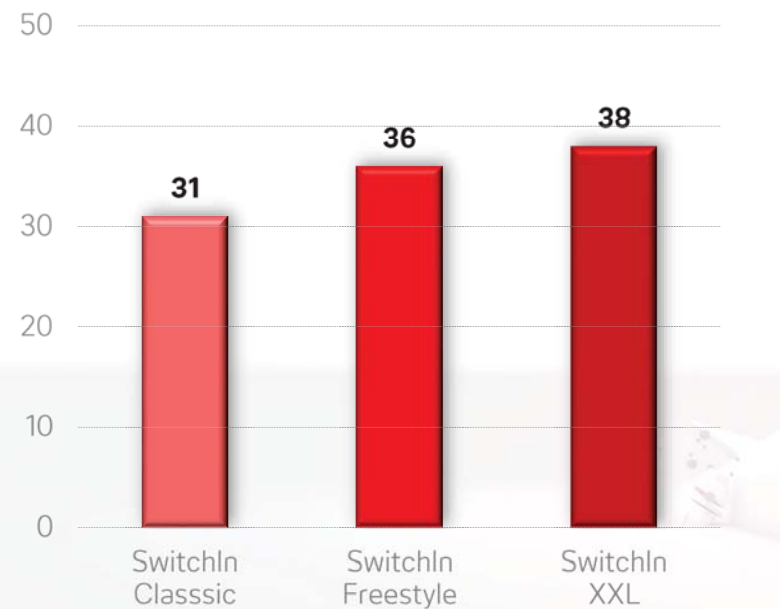
Ungestützte Markenbekanntheit Opel Corsa

Angaben in Prozent



Ungestützte Markenbekanntheit nach Werbemittel

Angaben in Prozent



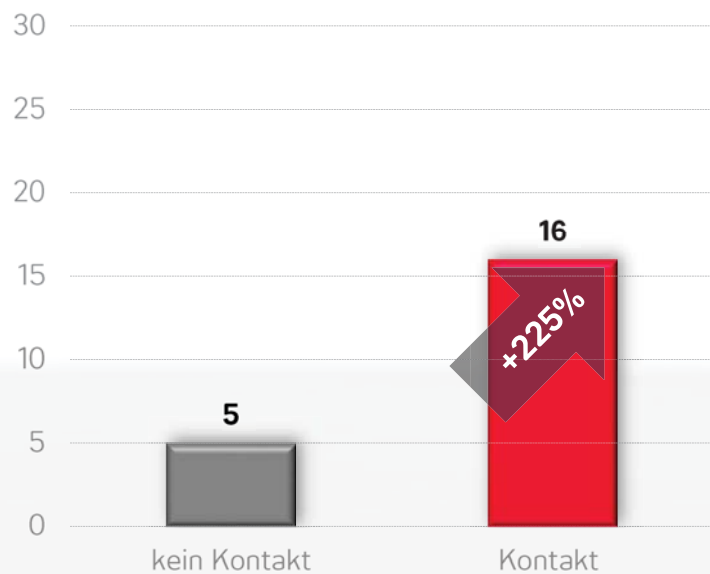
Frage: Nun geht es um Kleinwagen. Bitte nennen Sie uns die Kleinwagen, die Sie kennen und sei es auch nur dem Namen nach.
Basis: Erwachsene ab 18 Jahren; Quelle: SevenOne Media / respondi AG

Alle SwitchIns steigern die ungestützte Werbeerinnerung

Seite 4/8

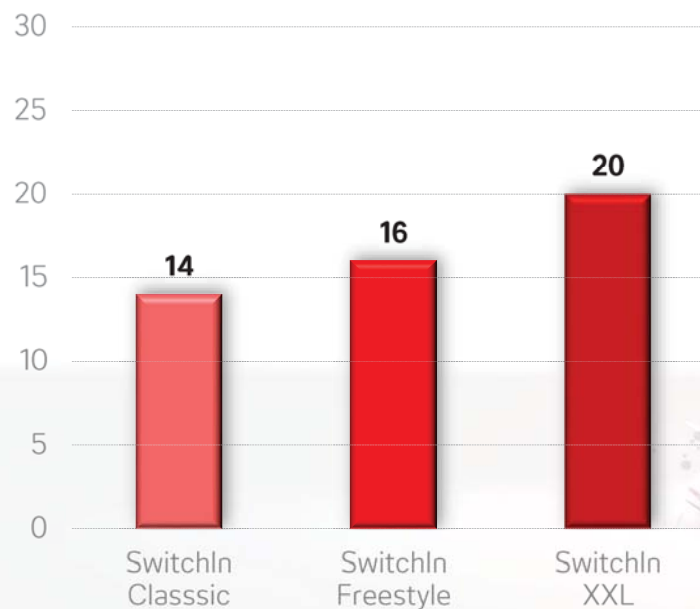
Ungestützte Werbeerinnerung Opel Corsa

Angaben in Prozent



Ungestützte Werbeerinnerung nach Werbemittel

Angaben in Prozent



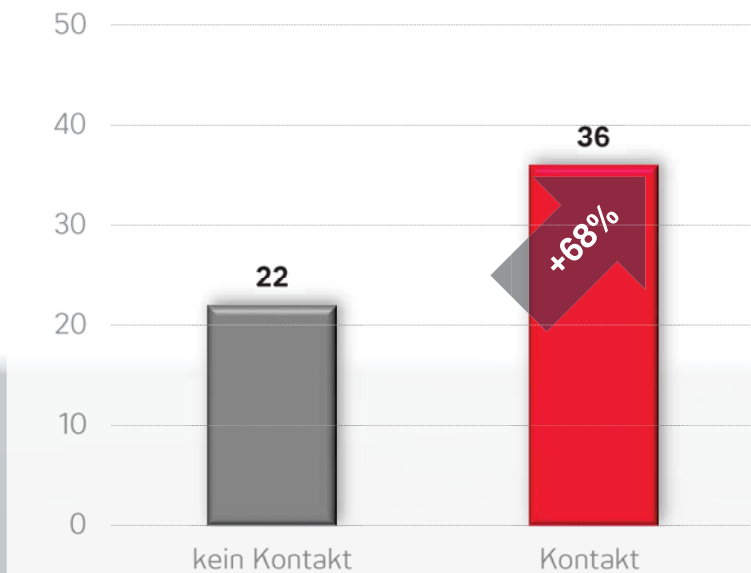
Frage: Und für welche Kleinwagen haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Erwachsene ab 18 Jahren; Quelle: SevenOne Media / respondi AG

SwitchIn XXL pusht die gestützte Werbeerinnerung am stärksten

Seite 5/8

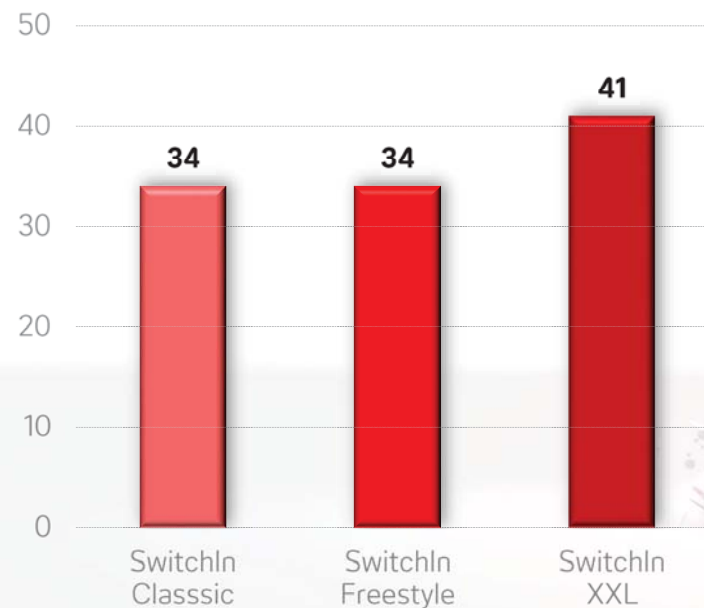
Gestützte Werbeerinnerung Opel Corsa

Angaben in Prozent



Gestützte Werbeerinnerung nach Werbemittel

Angaben in Prozent



Frage: Und für welche dieser Modelle haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Basis: Erwachsene ab 18 Jahren, wenn Opel Corsa bekannt; Quelle: SevenOne Media / respondi AG

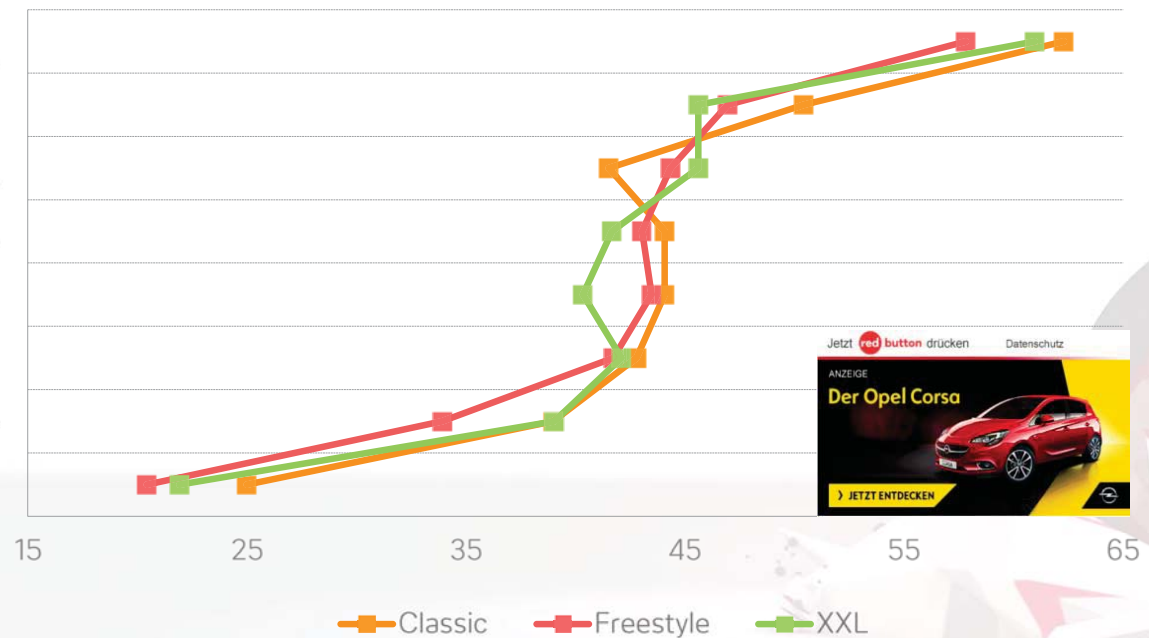
Bei der Image Bewertung überzeugen alle SwitchIns

Seite 6/8

Der Opel Corsa...

- ... ist ein ideales Stadtauto.
- ... hat ein ansprechendes Design/Aussehen.
- ... überzeugt mit einem guten Preis-/Leistungsverhältnis.
- ... steht für Qualität und Zuverlässigkeit.
- ... hat ein gutes Ansehen/Image.
- ... steht für Sicherheit.
- ... ist innovativ.
- ... ist wie ein Wagen der Oberklasse ausgestattet.

Angaben in Prozent



Frage: Sie sehen hier einige Aussagen zum Opel Corsa. Bitte geben Sie auf einer Skala von 1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 = „stimme voll und ganz zu“ an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Der Opel Corsa.; Basis: Erwachsene ab 18 Jahren, wenn Opel Corsa bekannt; Quelle: SevenOne Media / respondi AG

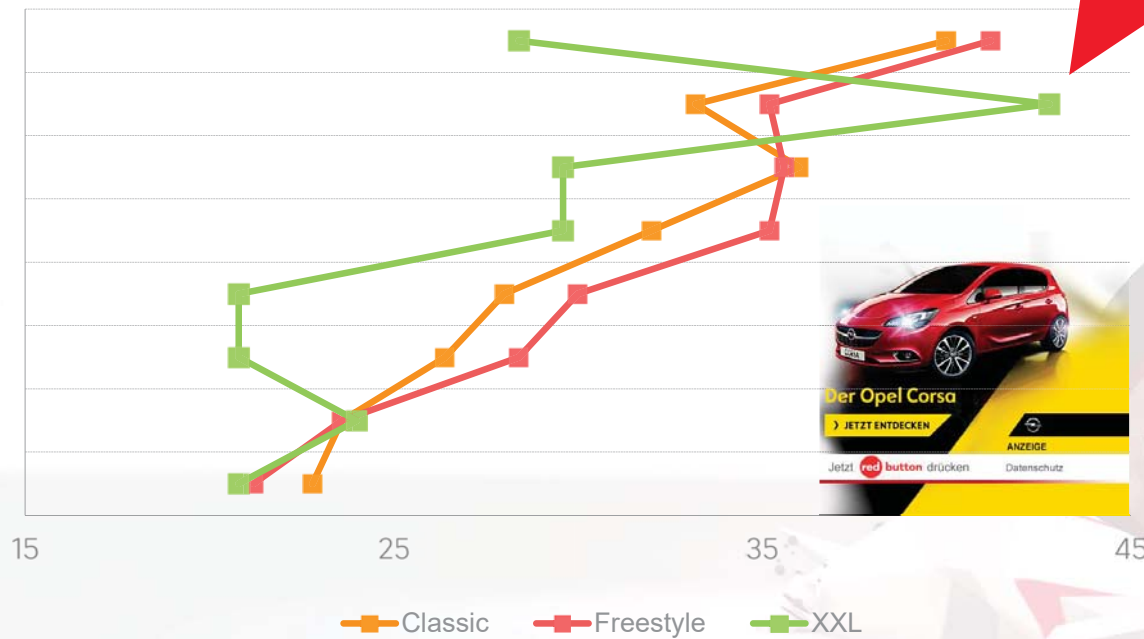
Alle SwitchIn Werbemittel erhalten durchweg eine gute Bewertung

Seite 7/8

Das Werbemittel...

- ... ist weniger störend als andere Arten von Werbung.
- ... erzeugt Aufmerksamkeit.
- ... stört das Fernseherlebnis nicht.
- ... ist innovativ.
- ... fügt sich harmonisch in das Fernseherlebnis ein.
- ... gefällt mir gut.
- ... ist informativ.
- ... macht mich neugierig auf das Produkt.

Angaben in Prozent



SwitchIn XXL erzeugt die meiste Aufmerksamkeit



Frage: Wie bewerten Sie diese spezielle Art der Werbung. Bitte nutzen Sie auch hier wieder eine Skala von 1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 = „stimme voll und ganz zu“ Diese Art der Werbung...; Basis: Erwachsene ab 18 Jahren; Quelle: SevenOne Media / respondi AG

Erfolgreiche SwitchIn Kampagne für Opel

Seite 8/8



Markenbekanntheit und Werbeerinnerung werden durch alle SwitchIns gesteigert



SwitchIn Freestyle fügt sich harmonisch ins Fernseherlebnis ein



SwitchIn XXL erzeugt die meiste Aufmerksamkeit

