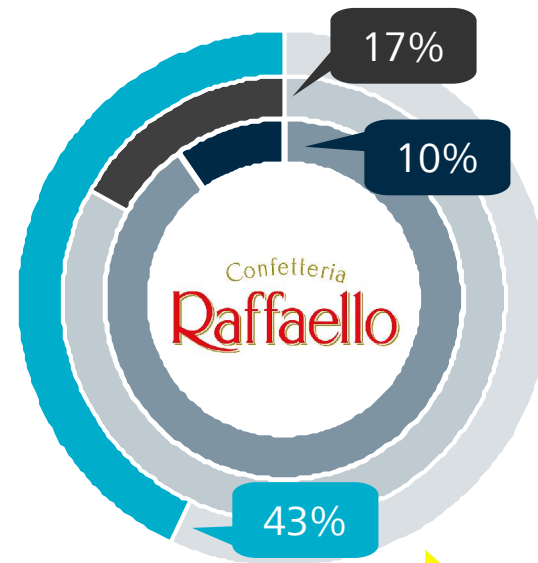


CLP-Wirkungsstudie Raffaello

Wirkbeitrag CLP zu TV-Werbung

Werbeerinnerung nach CLP-Einsatz

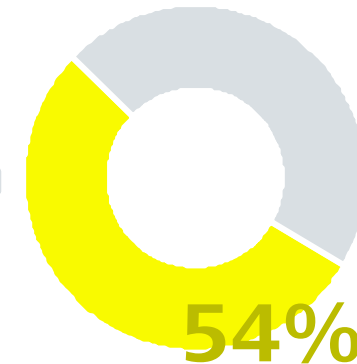
- ungestützt
- gestützt
- Motivvorlage



Das Plakat vermittelt Genuss:



Das Plakat Regt zum Kauf an:



CLP ist stark im Mix mit TV

Quelle: WallDecaux 2012, n = 1.513

Basis: GRPNet von WallDecaux (CLP-Einsatz in 32 Städten)

Methode: Online-Befragung vor und nach Aushang im Plakatgebiet

Zielgruppe: E 20-55 Jahre (Raffaello-Verwender mind. Einmal im Monat)