

OUT OF HOME

Wirkungsstudie Discounter

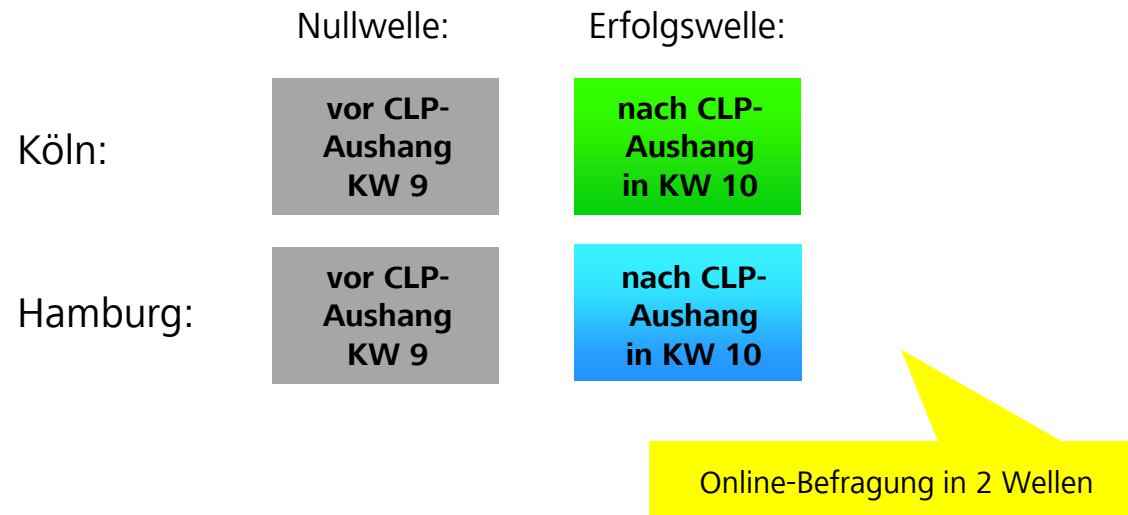


WallDecaux
Premium Outdoor Sales

Wirkungsstudie Discounter

CLP-Aushang in Köln und Hamburg März/April 2012

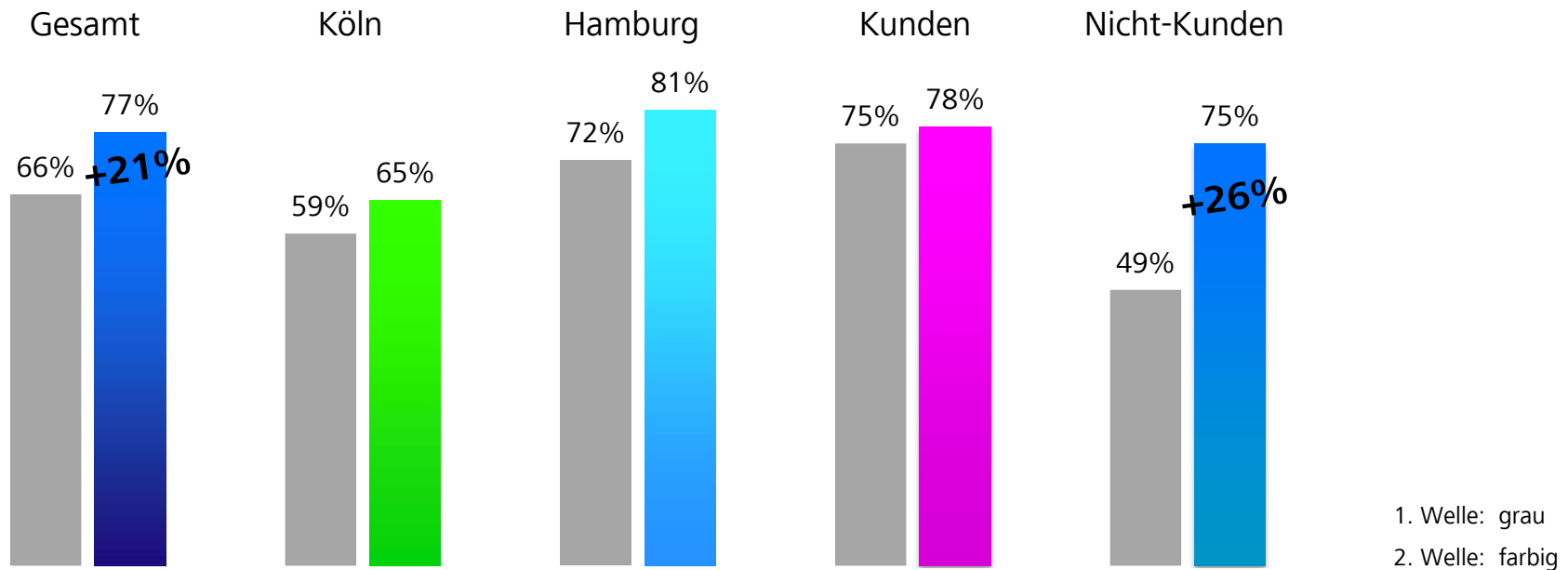
Inwieweit unterstützt der CLP-Einsatz die Claim-Durchsetzung und Markenzuordnung der Kampagne des Discounters?



Methode: Online-Befragung // Zielgruppe: Haushaltsführende 18-65 Jahre //
Quote: 60% weiblich // Feldzeit: KW 9-13 2012 // Fallzahl: 608 Interviews

Bekanntheit Werbeslogan

Ein Claim setzt sich durch

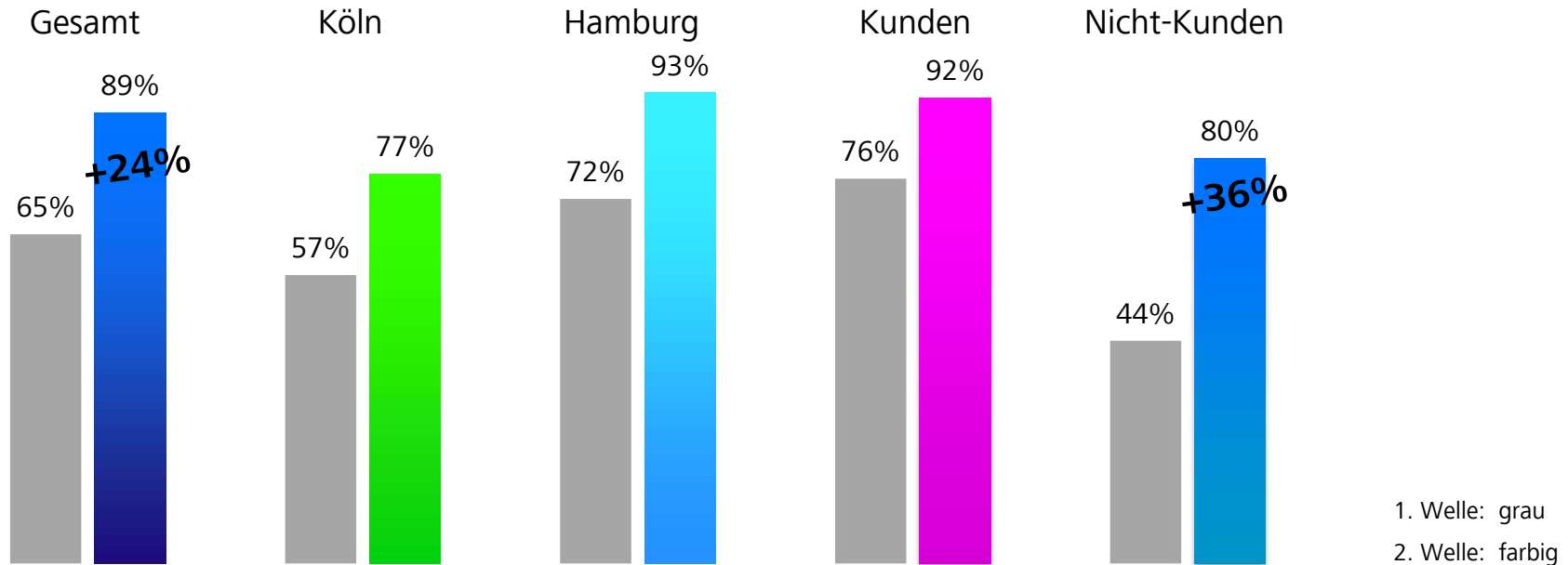


// Positiver Effekt auf die Claim-Bekanntheit, insbesondere bei den Nicht-Kunden

Frage: „Welcher Supermarkt wirbt mit der Aussage „...“?“ (Listenvorlage 10 Supermärkte) Basis: HHF 18-65 Jahre in Köln und Hamburg

Absenderzuordnung

Vorlage des anonymisierten Plakatmotivs



// Klare Absenderzuordnung – Effekt wieder besonders deutlich bei Nicht-Kunden

Frage: „Wer wirbt mit diesem Plakat „...“?“ (anonymisierte Listenvorlage) Basis: HHF 18-65 Jahre in Köln und Hamburg

- Die Wirksamkeit von Plakat hat sich klar gezeigt
- Die Claim-Bekanntheit des untersuchten Discounters konnte durch den Plakateinsatz deutlich gesteigert werden
- Das anonymisierte Motiv konnte dem Discounter ganz klar zugeordnet werden – in Hamburg von 93% der Befragten
- Beeindruckende Plakateffekte waren insbesondere bei den (noch) Nicht-Kunden erkennbar

PLAKAT WIRKT!

WallDecaux

Ein Unternehmensbereich der Wall AG

Unternehmenszentrale Wall AG
Friedrichstraße 118 10117 Berlin

T +49 30 33899-0
info@walldecaux.de
walldecaux.de



WallDecaux
Premium Outdoor Sales