



Mind the Gap:

TV-Reichweite und Wirkung bei jungen Zielgruppen!



Wie kann die Wirkungs-lücke (Gap) geschlossen werden:

- mehr TV?
- TV und City Light im Mix?

Close the Gap:

Kampagneneffizienz durch Mixkontakte!



Der Einsatz von City Light Medien führt zu einem inkrementellen Reichweiten- und Wirkungszuwachs und kann das Gap schließen.

■ mehr TV

✓ TV und City Light im Mix

Mind the Gap. Add Out of Home.



Wie City Light Medien die Wirkungslücke schließen, haben wir in folgenden Dimensionen untersucht:

- › Reichweitzenzuwachs
- › Markenbekanntheit
- › Werbeerinnerung
- › Recognition
- › Abverkauf

Fordern sie weitere Informationen an, unter: pilotstudie@walldecaux.de

WallDecaux
Premium Outdoor Sales

Die Pilotstudie untersucht Kontakthäufigkeit und Wirkung anhand der nationalen Kampagne von Unilever für "Magnum 5 Kisses". Im Sommer 2013 bewarben TV-Spots und City Light Plakate die fünf neuen Geschmacksrichtungen.