

Kampagnentest ILS 2014

OOH macht Onlinetest „ich-test“ publik

WallDecaux
Premium Outdoor Sales

Werbeeinsatz: CLP und dCLP in 7 Städten, KW 42-43 2014
Ansatz: Online-Befragung nach Aushang, n = 902
Zielgruppe: E 20-59 Jahre, in den Aushangstädten unterwegs



- 13% Ungestützte Markenbekanntheit
- 58% Gestützte Markenbekanntheit
- 18% Gestützte Werbeerinnerung Plakat
- 37% Recognition der Plakatkampagne



31.925

Gesamt-Besuche
der „ich-test“-Website