

Kampagnentest Dinkelacker

Plakatkampagne mit Motivsplit

Werbeeinsatz: 325 CLP in Stuttgart und Reutlingen, 2 Motive
Ansatz: Online-Befragung nach Aushang KW 28, n = 366
Zielgruppe: E 18-69 Jahre

20% gestützte
Plakaterinnerung

30% gestützte
Werbeerinnerung

27% Recognition
Plakat



22% gestützte
Plakaterinnerung

26% gestützte
Werbeerinnerung

53% Recognition
Plakat

18% Recognition Radio-
Spot

