

Kampagnentest Radio Bremen 2014

Impressionen

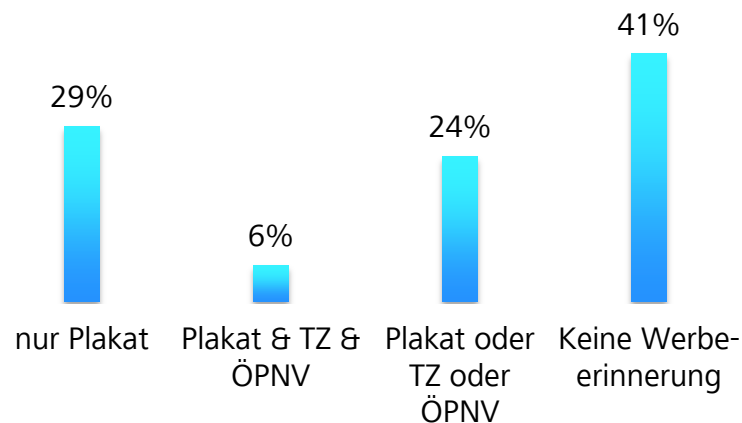
Werbeeinsatz: 2 Wochen á 225 CLP (Teilnetz Bremen) mit Motivwechsel nach einer Woche

Ansatz: Online-Befragung in KW 28, n=295

Zielgruppe: E 14+ Jahre



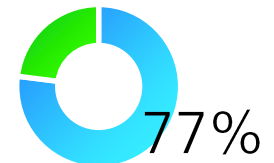
Werbeerinnerung (nach Medienwahrnehmung)



59% Werbeerinnerung
58% Recognition

Plakatgefallen

Die Plakaten machen Lust auf die Sendung:



Die Plakate sind sympathisch:

