CARAVANING

ARD MEDIA TV-TRACKING
KEYCHARTS

AUGUST 2021

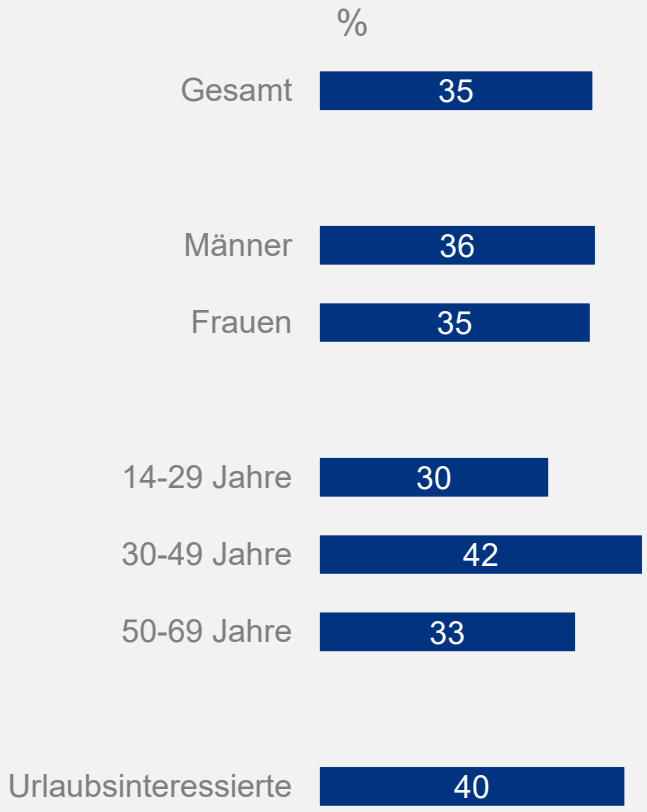
ARD MEDIA

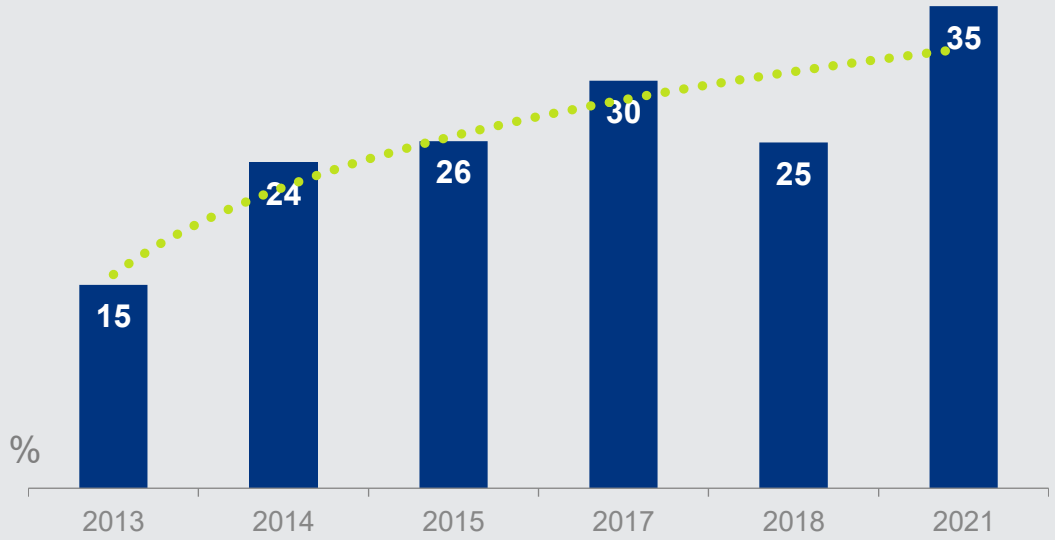
ZENTRALE ERGEBNISSE

- Seit dem TV-Start 2013 hat Caravaning als Urlaubsform enorm an Popularität gewonnen. Dieser Trend zeigt sich auch in den Befragungsdaten.
- Die kontinuierliche TV-Präsenz schlägt sich deutlich in den Awareness-Indikatoren nieder. In dieser Befragungswelle wurden sowohl für Werbeerinnerung (35%) als auch für Spoterinnerung (48%) neue Bestwerte erzielt.
- Dank der Werbung bleibt die Idee eines Caravaning-Urlaubs also stets frisch in den Köpfen. Und ist demnach auch dann präsent, wenn Urlaubspläne geschmiedet werden.
- Die TV-Werbung hilft darüber hinaus, dass Caravaning-Urlaub mit schönen Bildern und positiven Emotionen verknüpft wird. Das zeigen die guten Imagewerte und die wieder einmal hervorragende Spotbewertung (72% positiv). Vor allem machen die Spots neugierig (60%) und regen die Fantasie an (65%).
- Was diese Befragung auch wieder zeigt: Die Internet-Adresse durchgehend einzublenden, wirkt sich in erheblichem Maße darauf aus, wie gut diese erinnert wird.

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

HABEN SIE IN DER LETZTEN ZEIT WERBESPOTS IM FERNSEHEN GESEHEN, IN DENEN FÜR CARAVANING BZW. URLAUB MIT DEM REISEMOBIL/WOHNMOBIL ODER CARAVAN/WOHNWAGEN GEWORBEN WURDE?



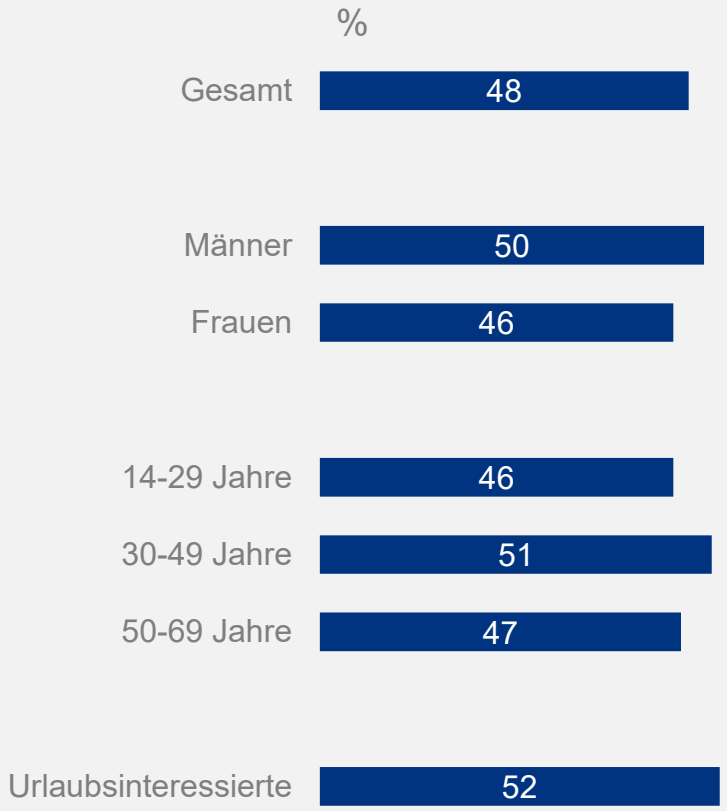


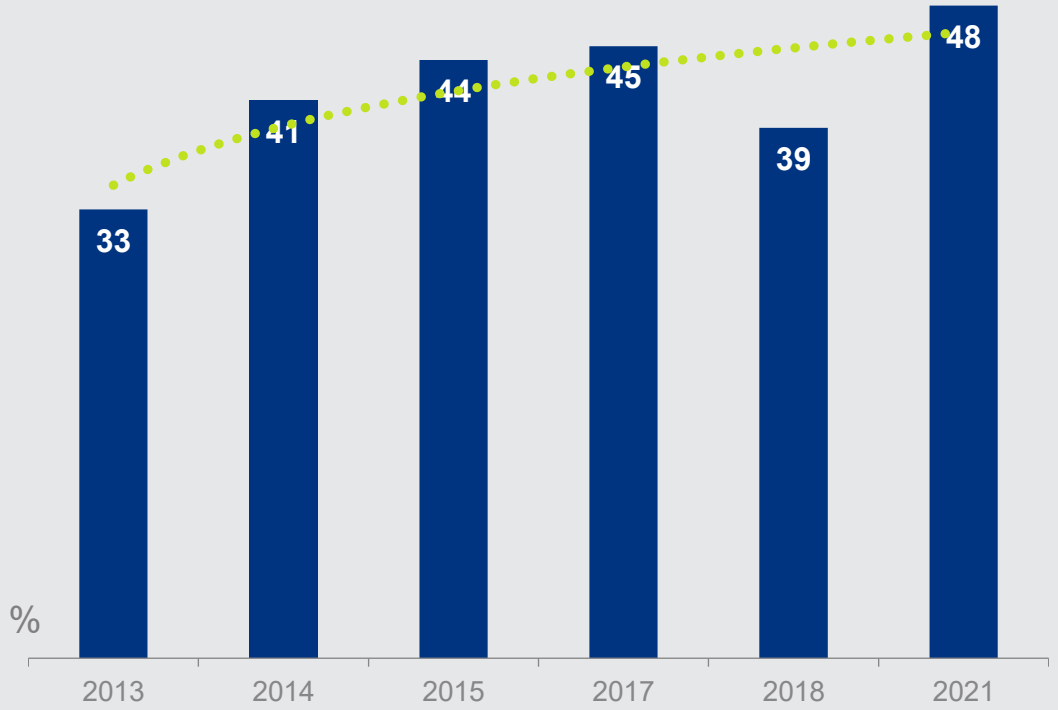
Basis: 826 Personen 14-69 Jahre

Basis: jeweils 800+ Personen 14-69 Jahre

SPOTERINNERUNG (RECOGNITION)

HABEN SIE DIESEN SPOT SCHON EINMAL IM FERNSEHEN GESEHEN? | NACH VORSPIELEN „DIESEN ODER EINEN ÄHNLICHEN“

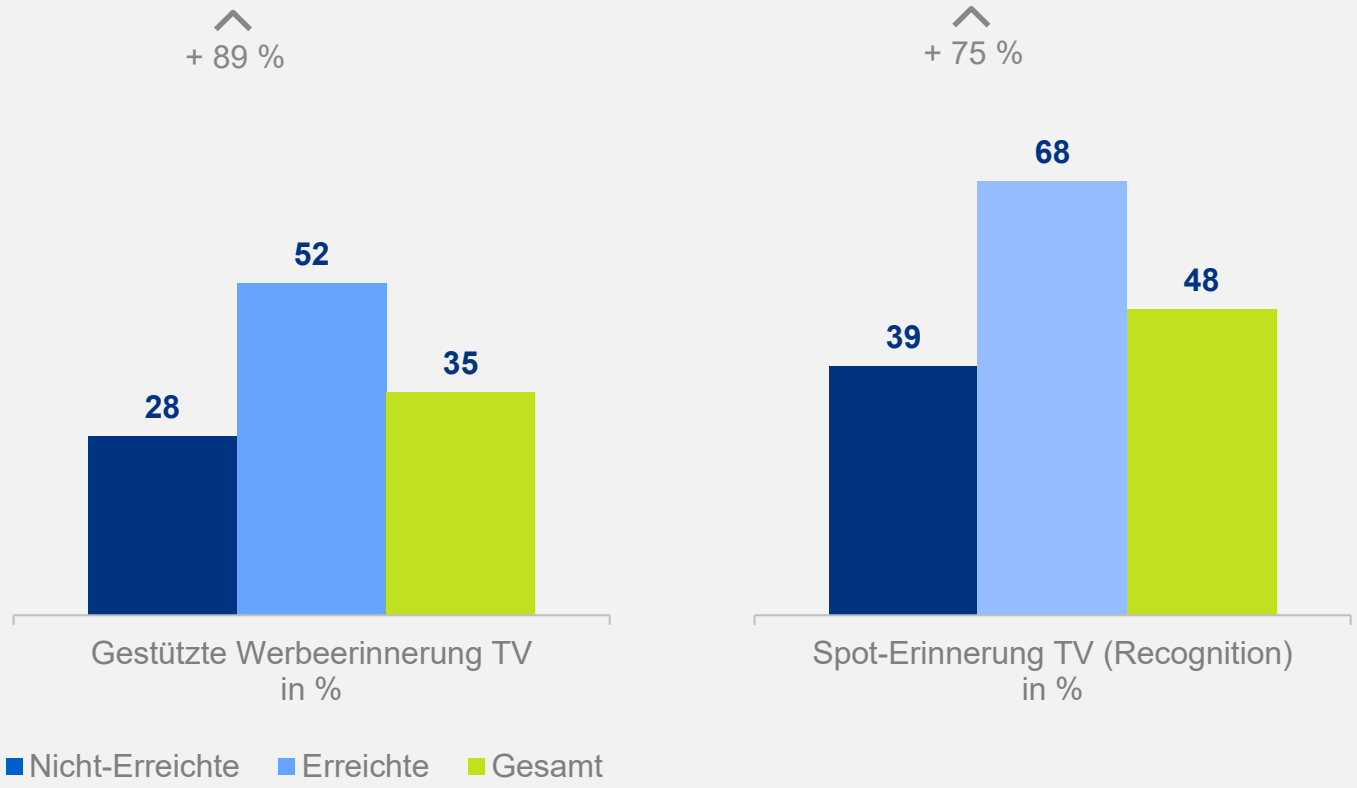




Basis: 826 Personen 14-69 Jahre

Basis: jeweils 800+ Personen 14-69 Jahre

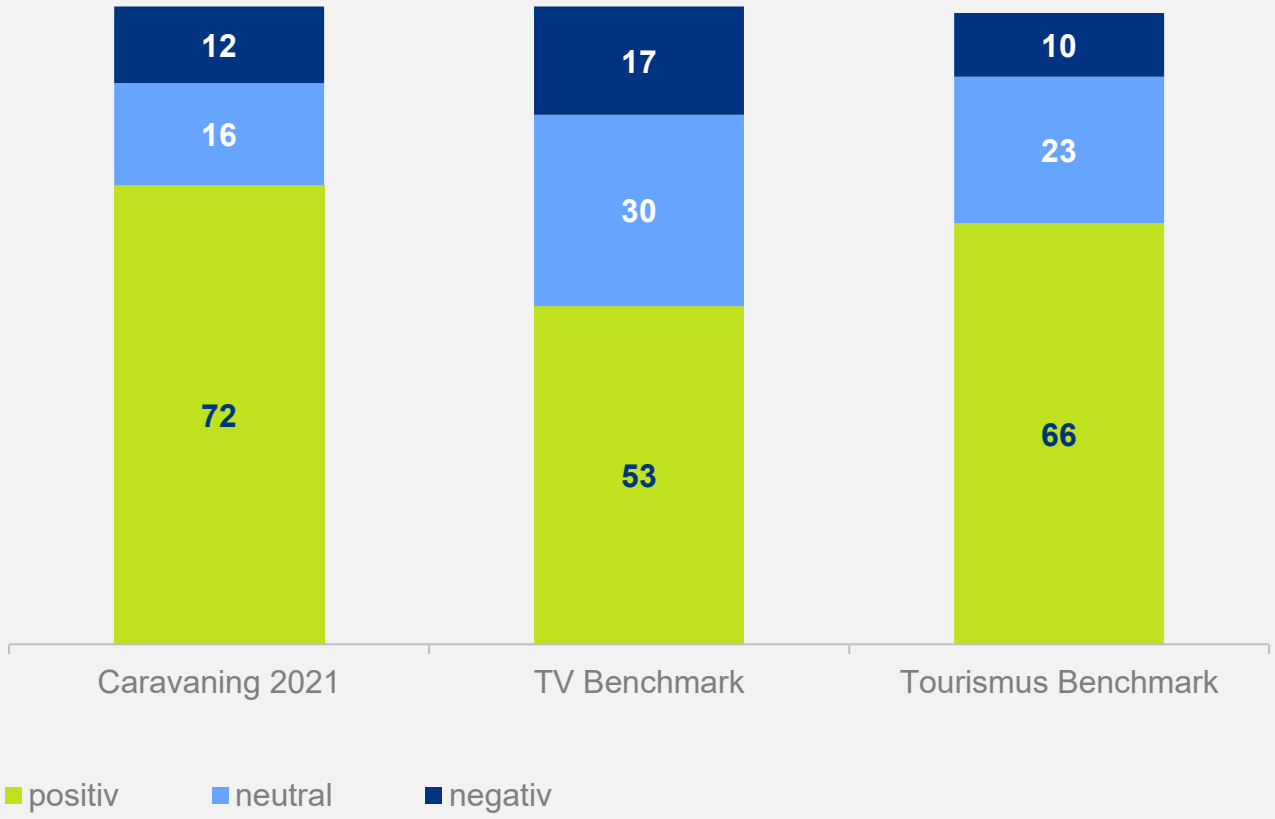
ERINNERUNG AN DIE FERNSEHWERBUNG



Basis: 826 Personen 14-69 Jahre; Kontakt mit Caravaning-Kampagne in den letzten 4 Wochen

SPOTGEFALLEN

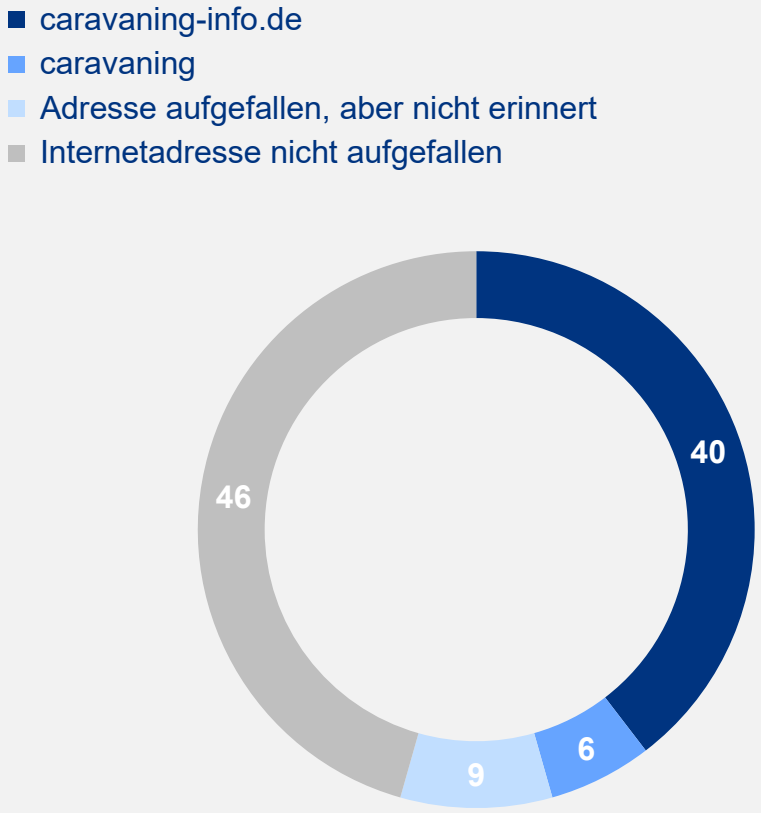
EINMAL ALLES IN ALLEM BETRACHTET, WIE GEFÄLLT IHNEN DIESER WERBESPOT?



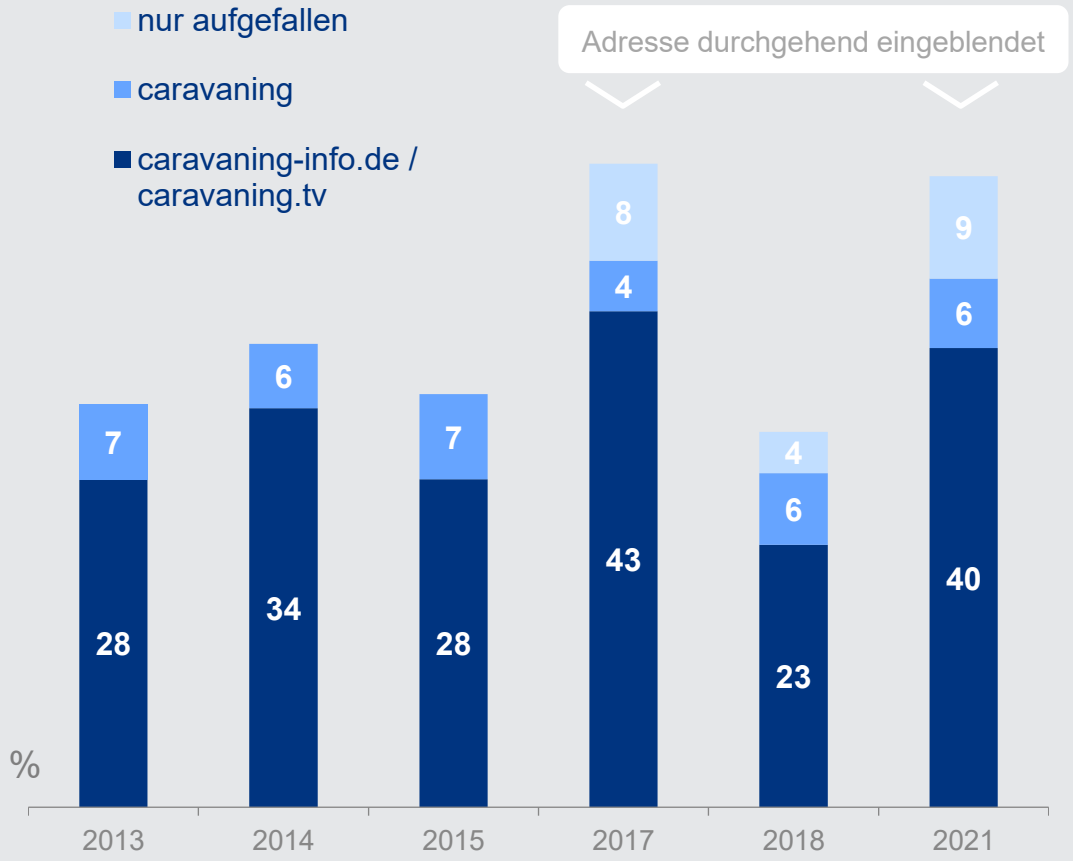
Basis: 826 Personen 14-69 Jahre

INTERNET-ADRESSE

(1) IST IHNEN AUFGEFALLEN, DASS IN DEM SPOT AUCH EINE INTERNET-ADRESSE GEZEIGT WURDE?
(2) KÖNNEN SIE MIR DIESE ADRESSE NOCH NENNEN?



Basis: 826 Personen 14-69 Jahre



Basis: jeweils 800+ Personen 14-69 Jahre

ARD MEDIA TV-TRACKING

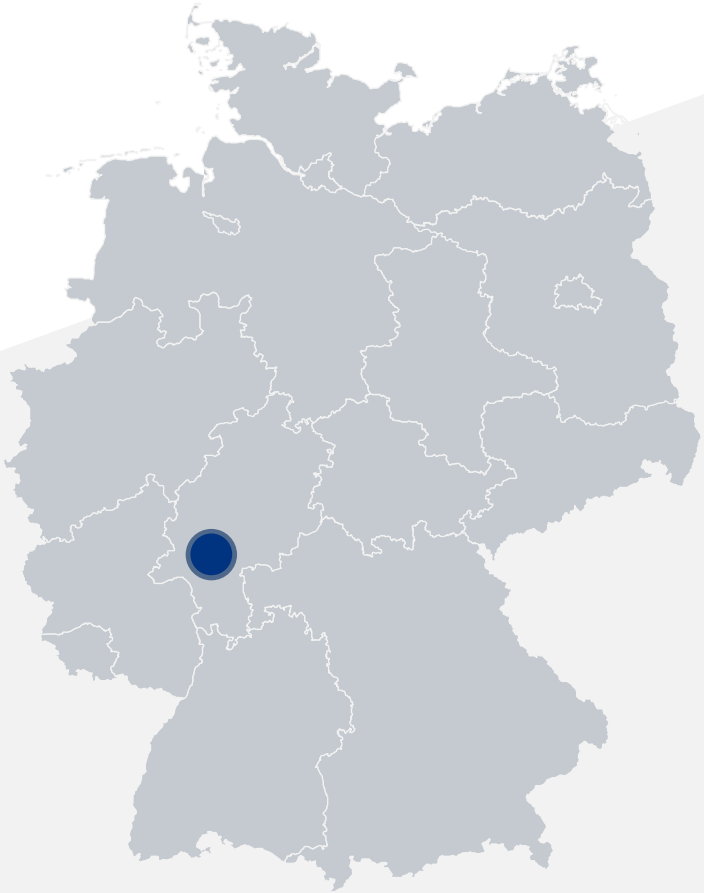
- Deutschlandweite Kampagnenbegleitforschung
- Persönlich-mündliche Befragung (CAPI)
- Personen im Alter von 14 bis 69 Jahren (Quoten-Stichprobe als Abbild der Gesamtbevölkerung)
- Je Befragung 2-3 Kampagnen aus verschiedenen Produktbereichen
- Institute: HF Media; GIM Wiesbaden

Eckdaten der Befragungen für Caravaning

2021 | August	826 Befragte
2018 | November	814 Befragte
2017 | April	815 Befragte
2015 | März	813 Befragte
2014 | März	834 Befragte
2013 | März	829 Befragte

ANSPRECHPARTNER

Christian Bayer
Advertising & Market Insights
Tel.: +49 (0)69 / 15424-118
Mobil: +49 (0)151 / 54007498
christian.bayer@ard-media.de



ARD MEDIA