DESTINATION BRITISH COLUMBIA

ARD MEDIA TV-TRACKING KEYCHARTS

OKTOBER 2024

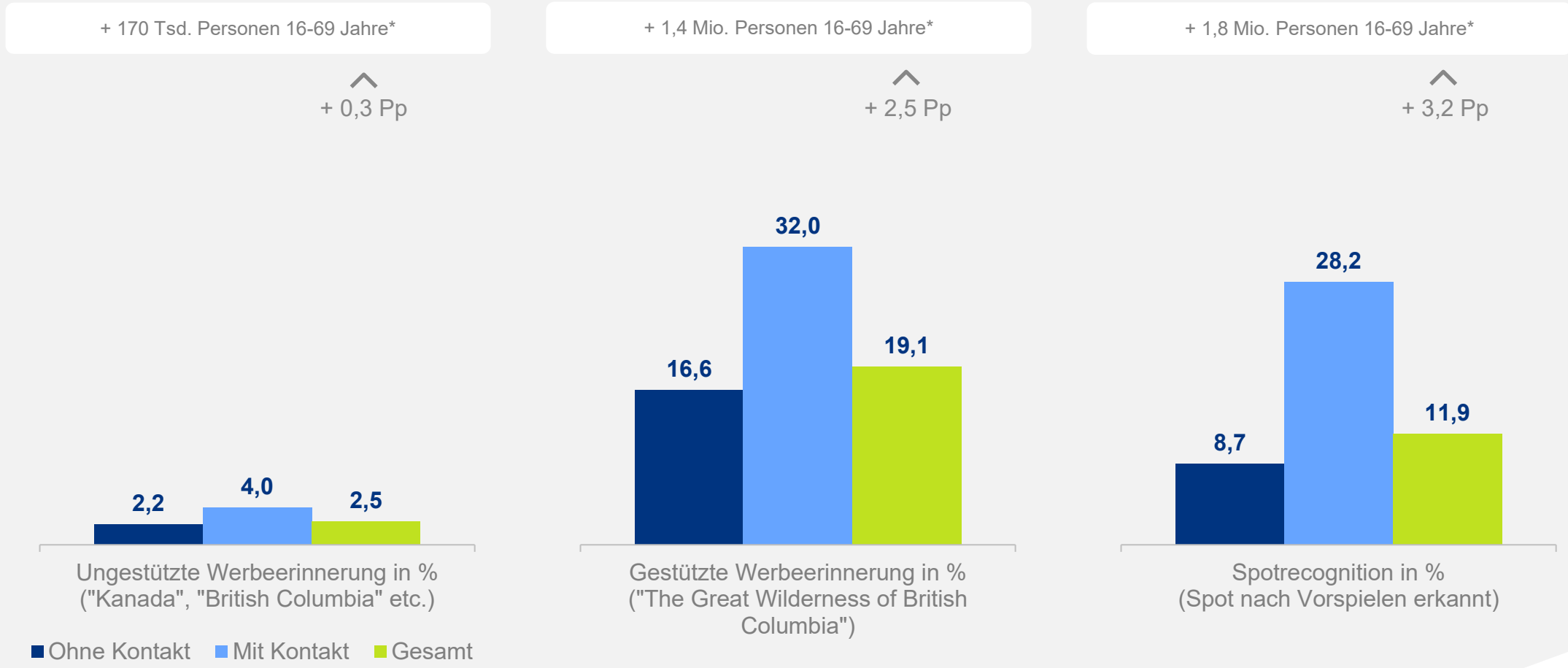
ARD MEDIA

ZENTRALE ERGEBNISSE

- In Bezug auf **gestützte Werbeerinnerung** und **Spotrecognition** lassen sich **überdurchschnittliche Effekte** feststellen.
- Die Werbung hilft vielen Befragten, eine **konkrete Vorstellung** von der Region British Columbia zu entwickeln. Bei allen abgefragten Image-Items ist ein **positiver Effekt** feststellbar. So wird aufgrund der TV-Werbung beispielsweise der **Zugang zu Natur- und Wildnisgebieten** stärker mit der Region verknüpft.
- Der Spot **macht neugierig**, und unterm Strich können sich aufgrund der TV- Werbung **510.000 zusätzliche Personen** gut vorstellen, Urlaub in British Columbia zu machen.

ERINNERUNGSWERTE

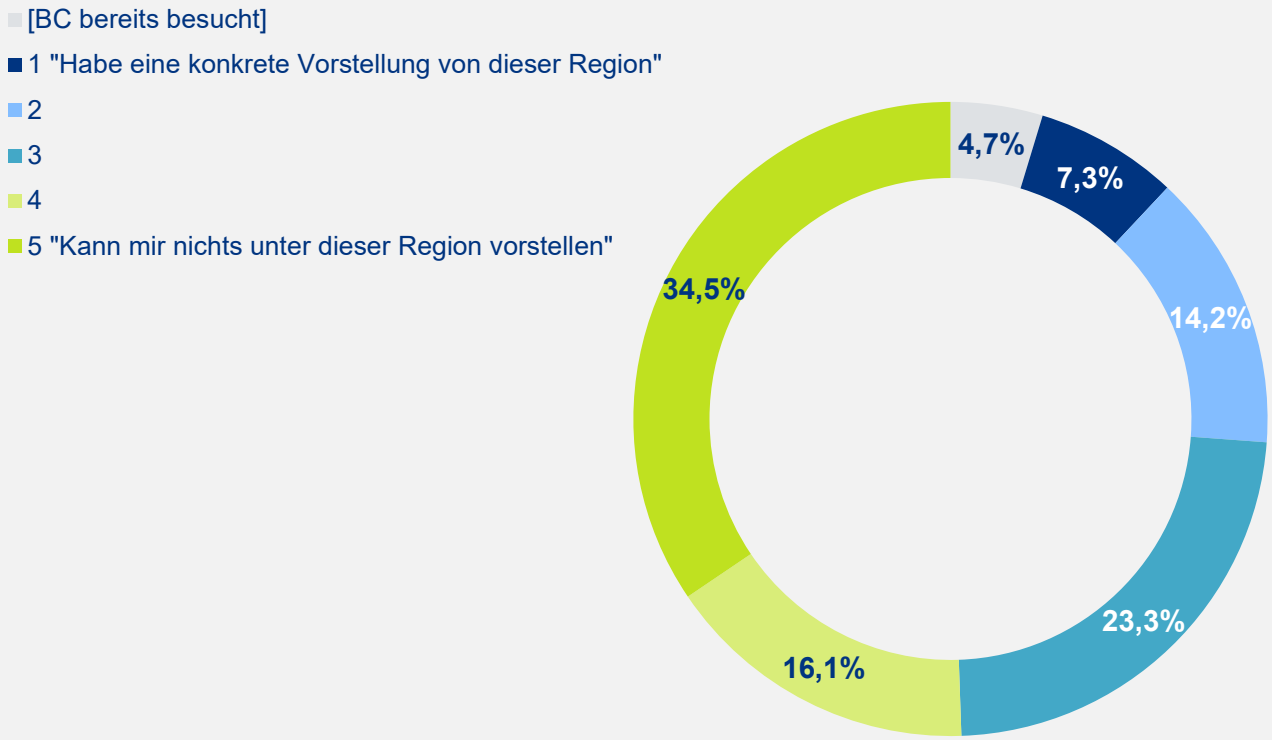
BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG

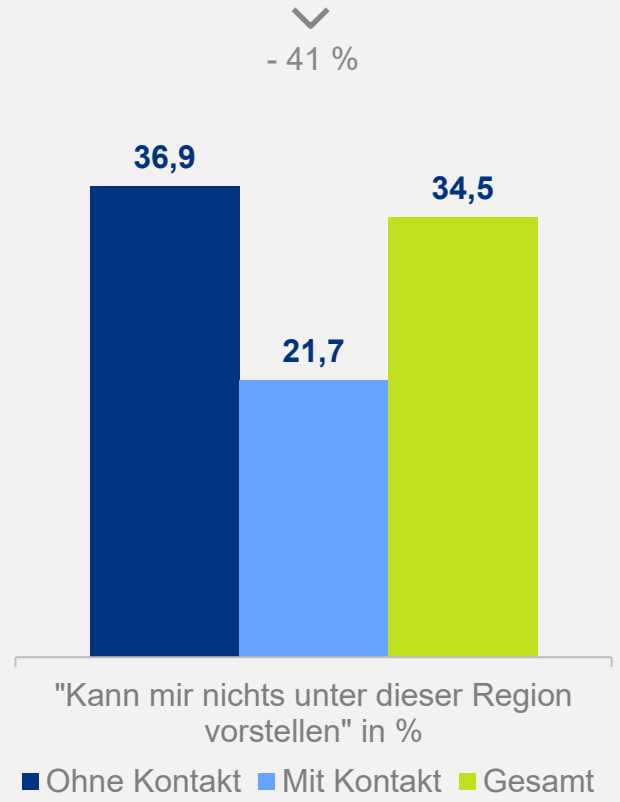


Basis: 1.040 Personen 16-69 J. | Mit Kontakt = Kampagnenkontakt in 4-Wochen-Zeitraum vor dem Interview | *Potenzial 16-69 Jahre = 56,7 Mio. Personen

BILDER IM KOPF

WENN SIE AN BRITISH COLUMBIA DENKEN: HABEN SIE DA KONKRETE BILDER IM SINN ODER KÖNNEN SIE SICH NICHT SO VIEL UNTER DIESER REGION VORSTELLEN?

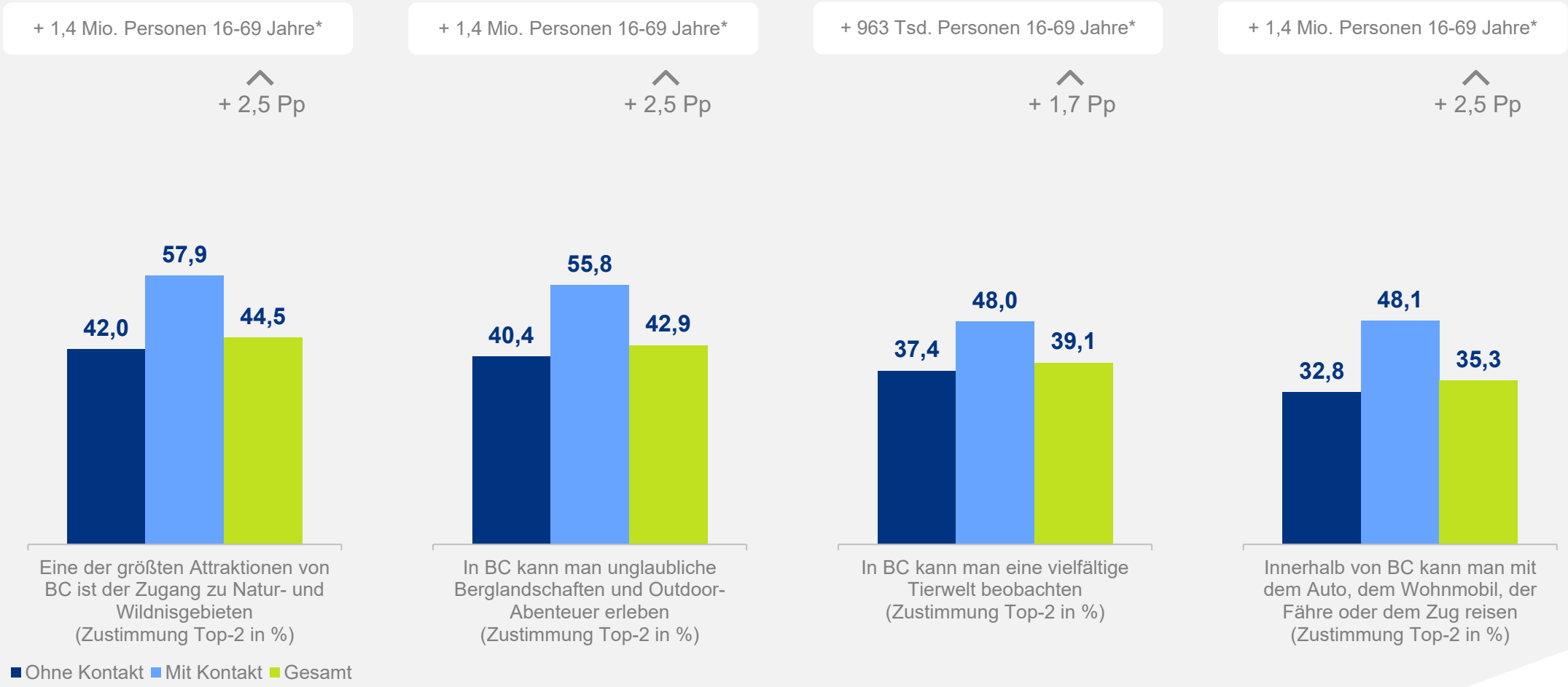




Basis: 1.040 Personen 16-69 J. | Mit Kontakt = Kampagnenkontakt in 4-Wochen-Zeitraum vor dem Interview

IMAGE (1/2)

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



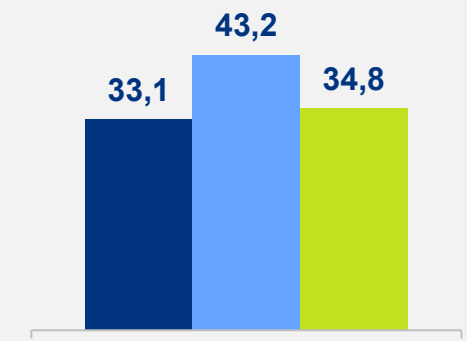
Basis: 1.040 Personen 16-69 J. | Mit Kontakt = Kampagnenkontakt in 4-Wochen-Zeitraum vor dem Interview | *Potenzial 16-69 Jahre = 56,7 Mio. Personen

IMAGE (2/2)

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG

+ 963 Tsd. Personen 16-69 Jahre*

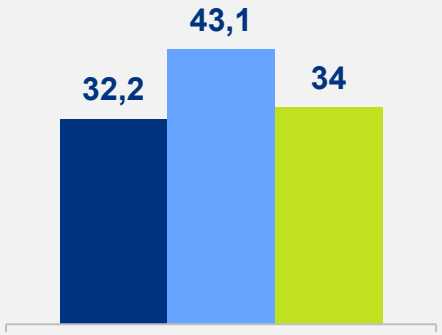
+ 1,7 Pp



In BC gibt es eine Vielzahl von Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten (Zustimmung Top-2 in %)

+ 1,0 Mio. Personen 16-69 Jahre*

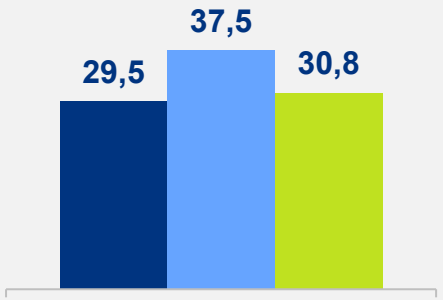
+ 1,8 Pp



In BC kann man etwas über die Kultur der Ureinwohner unglaubliche Berglandschaften und Outdoor-Abenteuer erleben (Zustimmung Top-2 in %)

+ 737 Tsd. Personen 16-69 Jahre*

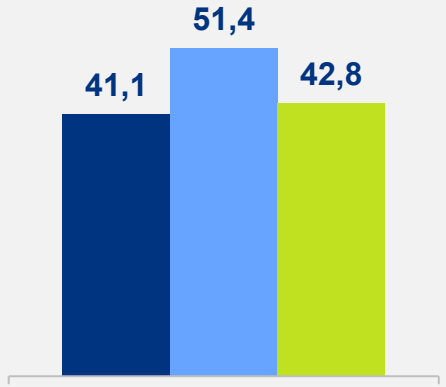
+ 1,3 Pp



In BC lassen sich die Annehmlichkeiten eines Stadturlaubs mit einfachem Zugang zur Natur verbinden (Zustimmung Top-2 in %)

+ 963 Tsd. Personen 16-69 Jahre*

+ 1,7 Pp



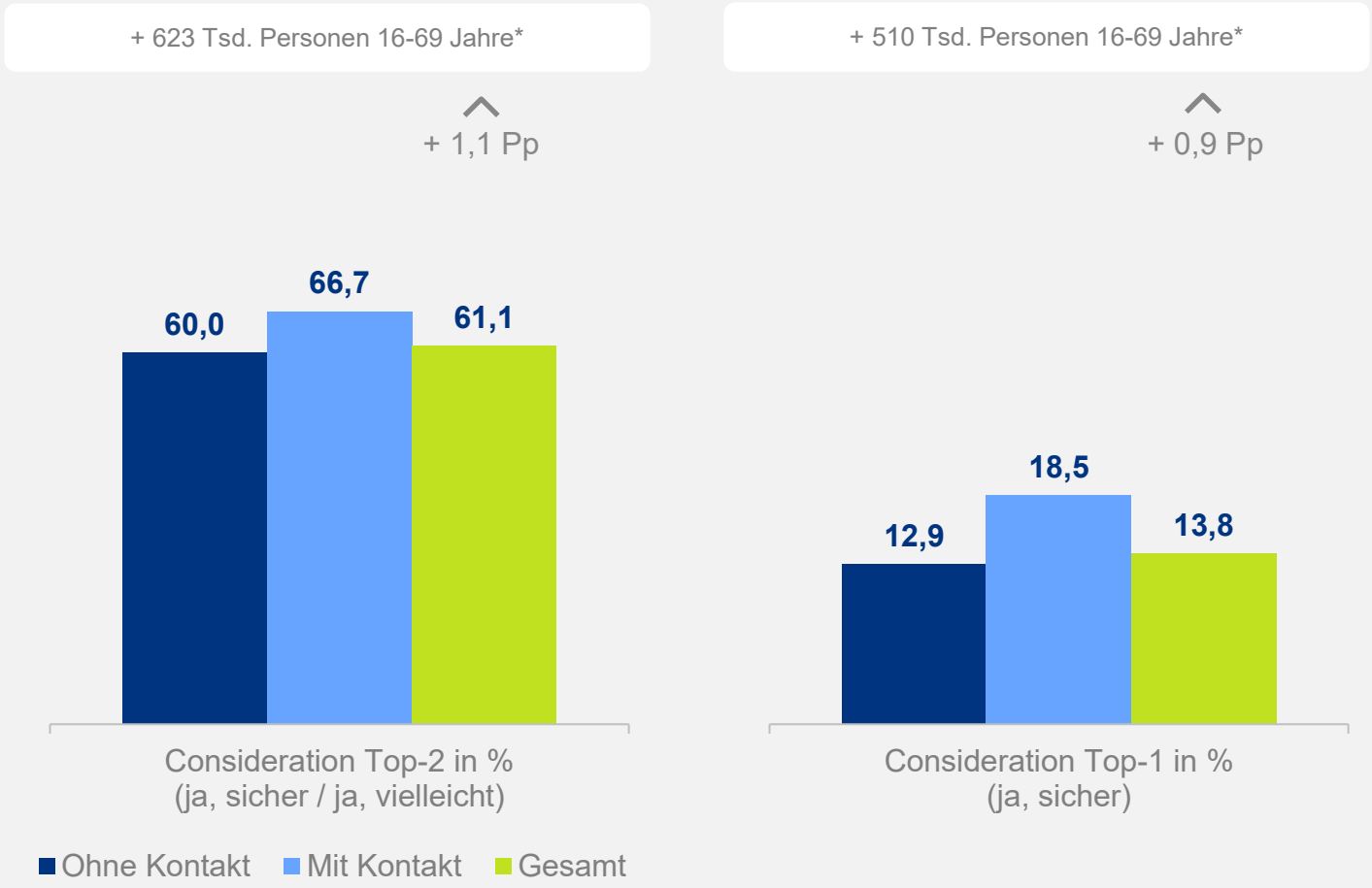
BC ist ein Reiseziel, über das ich gerne mehr erfahren möchte (Zustimmung Top-2 in %)

Ohne Kontakt Mit Kontakt Gesamt

Basis: 1.040 Personen 16-69 J. | Mit Kontakt = Kampagnenkontakt in 4-Wochen-Zeitraum vor dem Interview | *Potenzial 16-69 Jahre = 56,7 Mio. Personen

CONSIDERATION

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



Basis: 1.040 Personen 16-69 J. | Mit Kontakt = Kampagnenkontakt in 4-Wochen-Zeitraum vor dem Interview | *Potenzial 16-69 Jahre = 56,7 Mio. Personen

ARD MEDIA TV-TRACKING

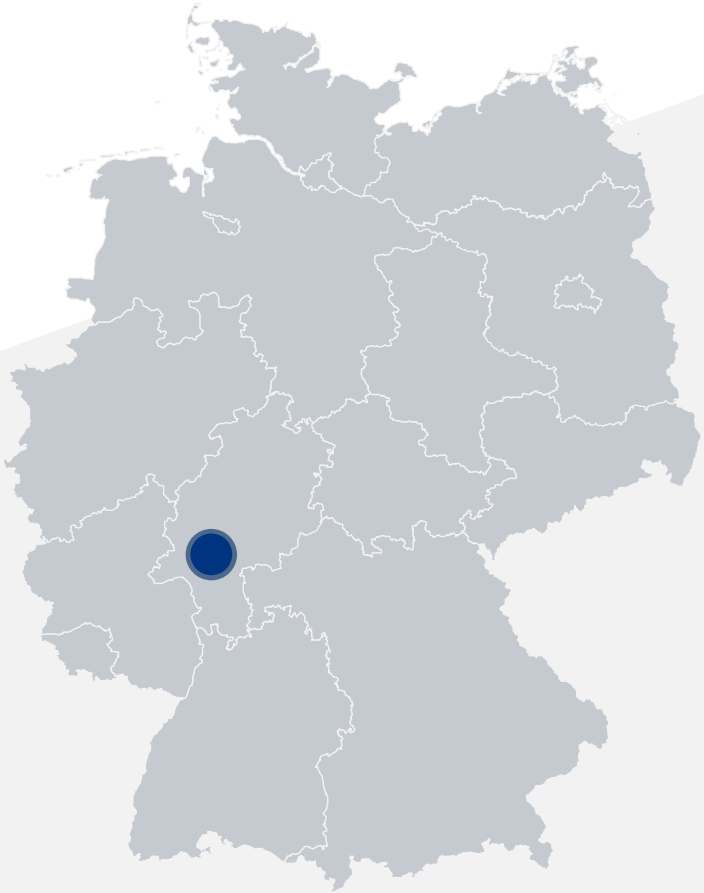
ECKDATEN

- Kampagnenbegleitforschung mittels Online-Befragung
- Deutschlandweit
- Institut: KANTAR

- Personen im Alter von 16-69 Jahren (Onliner Gesamt)
- Je Kampagne 1.000 Interviews → **1.040 Interviews in KW 40 und 41**

ANSPRECHPARTNER

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



ARD MEDIA