FROSCH

ARD MEDIA TV-TRACKING
KEYCHARTS

OKTOBER 2021

ARD MEDIA

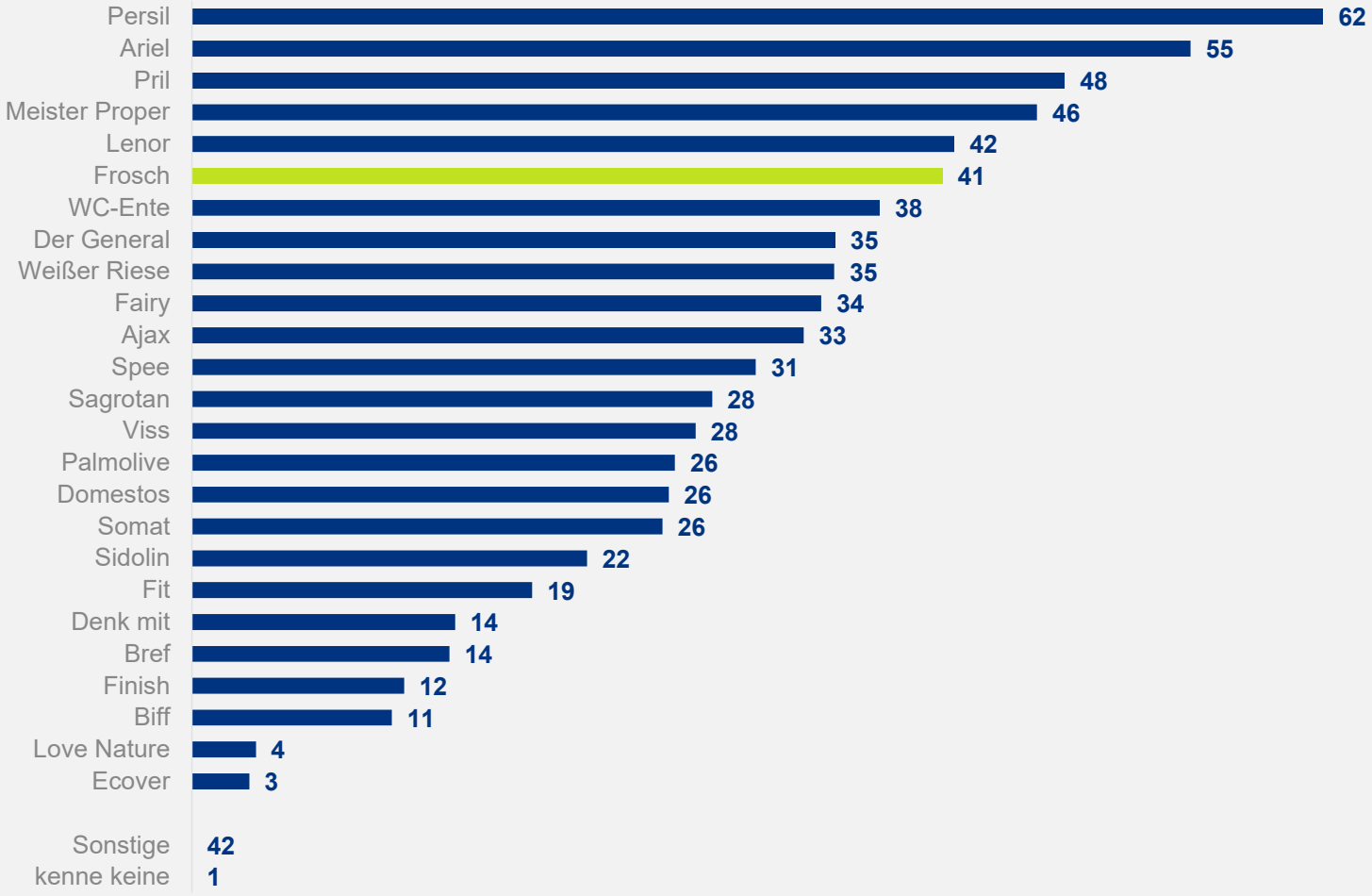
ZENTRALE ERGEBNISSE

- Die Werbung bleibt im Gedächtnis: Frosch belegte Platz 3 bei der spontanen Werbeerinnerung (Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel).
- Beim ohnehin positiven Markenimage stärkte die TV-Kampagne in ARD & ZDF insbesondere die Attribute „vertrauenswürdig“ (+7 Punkte) und „hohe Qualität“ (+6 Punkte).
- Der Anstieg der Kaufabsicht um 5,8 Prozentpunkte entspricht hochgerechnet rund 3,4 Millionen Personen.

SPONTANE MARKENBEKANNTHEIT

WELCHE MARKEN IM BEREICH WASCH-, PUTZ- UND REINIGUNGSMITTEL KENNEN SIE, WENN AUCH NUR DEM NAMEN NACH? ZÄHLEN SIE BITTE ALLE AUF, DIE IHNEN EINFALLEN.

IN %

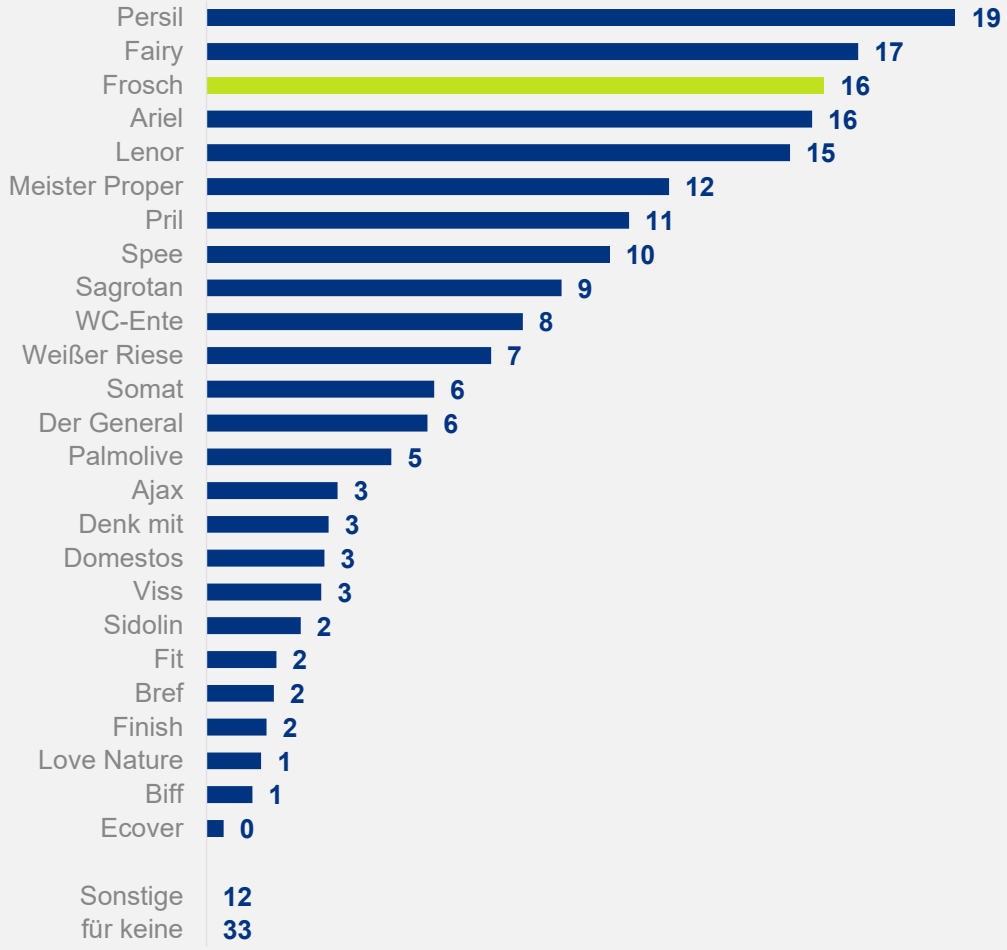


Basis: 816 Personen 14-69 Jahre

SPONTANE WERBEERINNERUNG

FÜR WELCHE MARKEN IM BEREICH WASCH-, PUTZ- UND REINIGUNGSMITTEL HABEN SIE IN DER LETZTEN ZEIT WERBUNG GEHÖRT, GESEHEN ODER GELESEN?

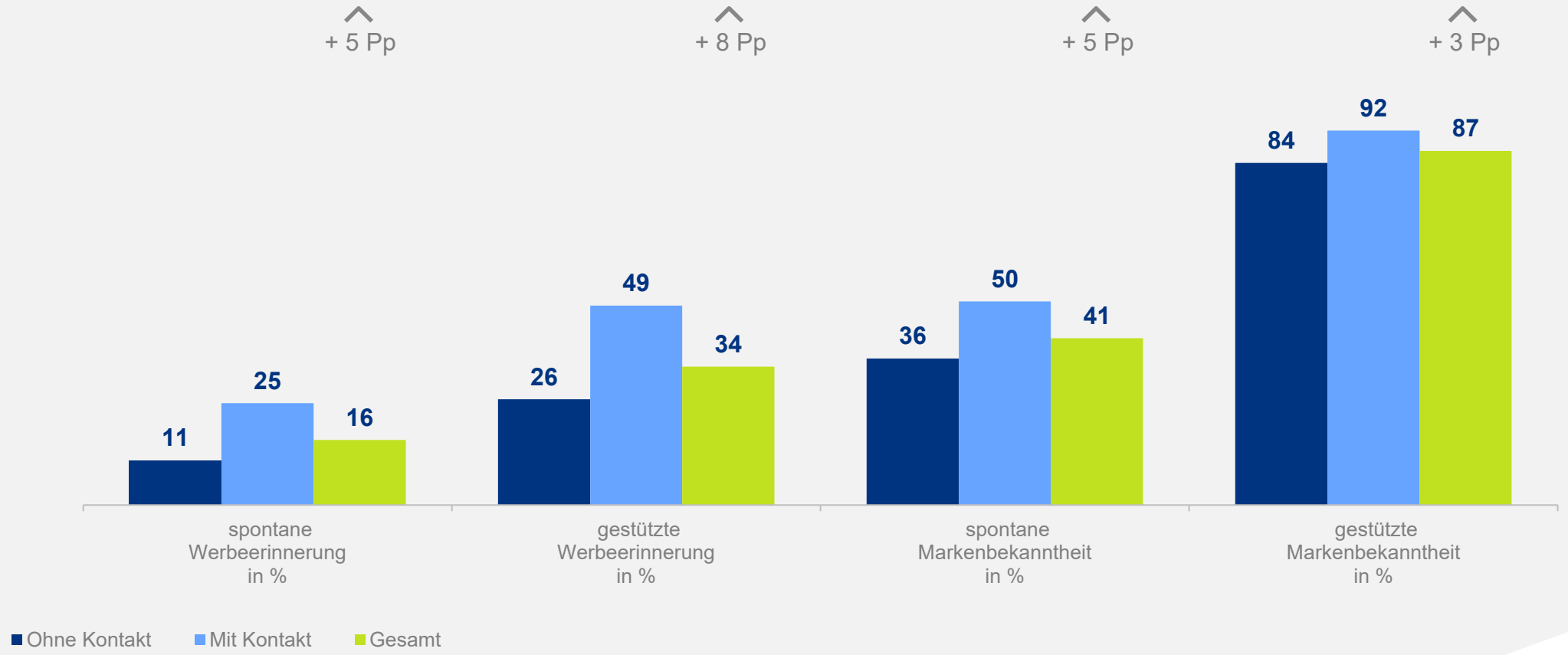
IN %



Basis: 816 Personen 14-69 Jahre

TV-KONTAKTE ERHÖHEN AWARENESS

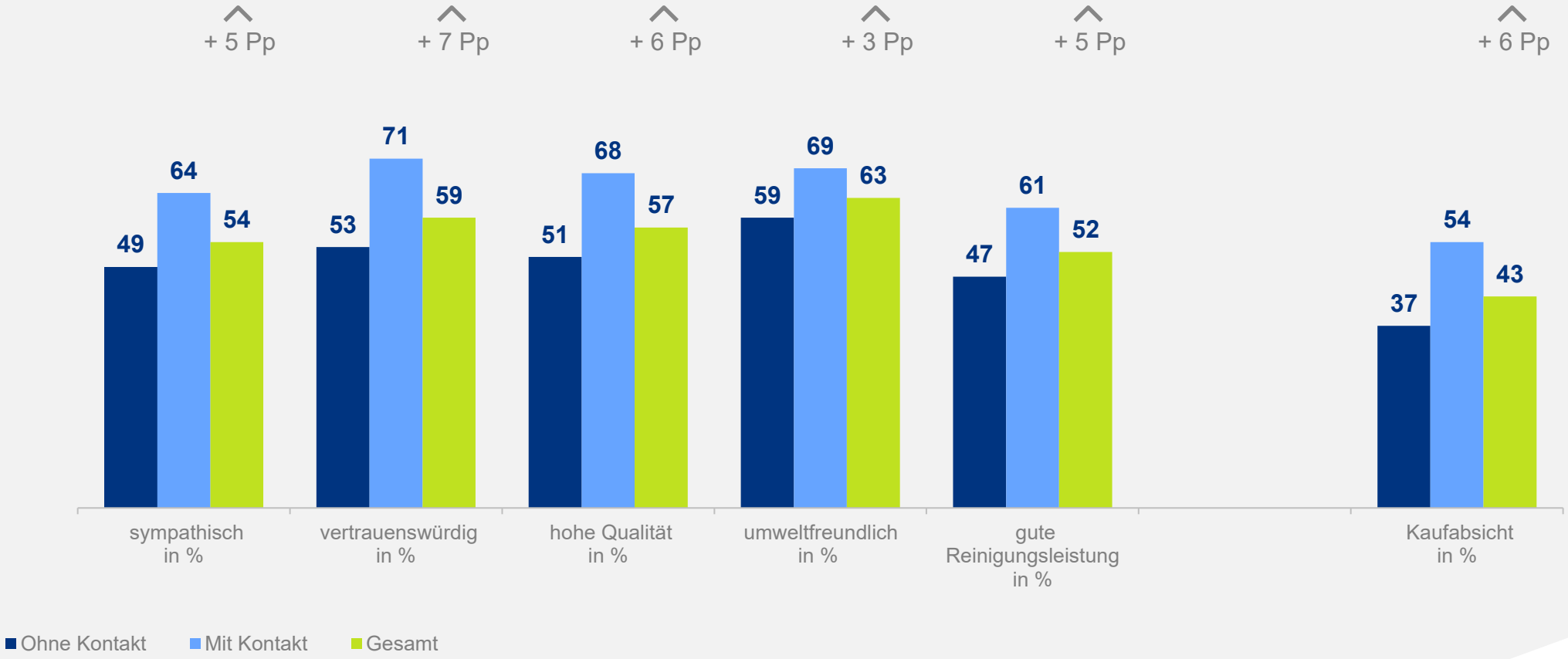
FROSCH



Basis: 816 Personen 14-69 Jahre

TV-KONTAKTE VERBESSERN IMAGE & KAUFABSICHT

FROSCH | ZUSTIMMUNG TOP-2

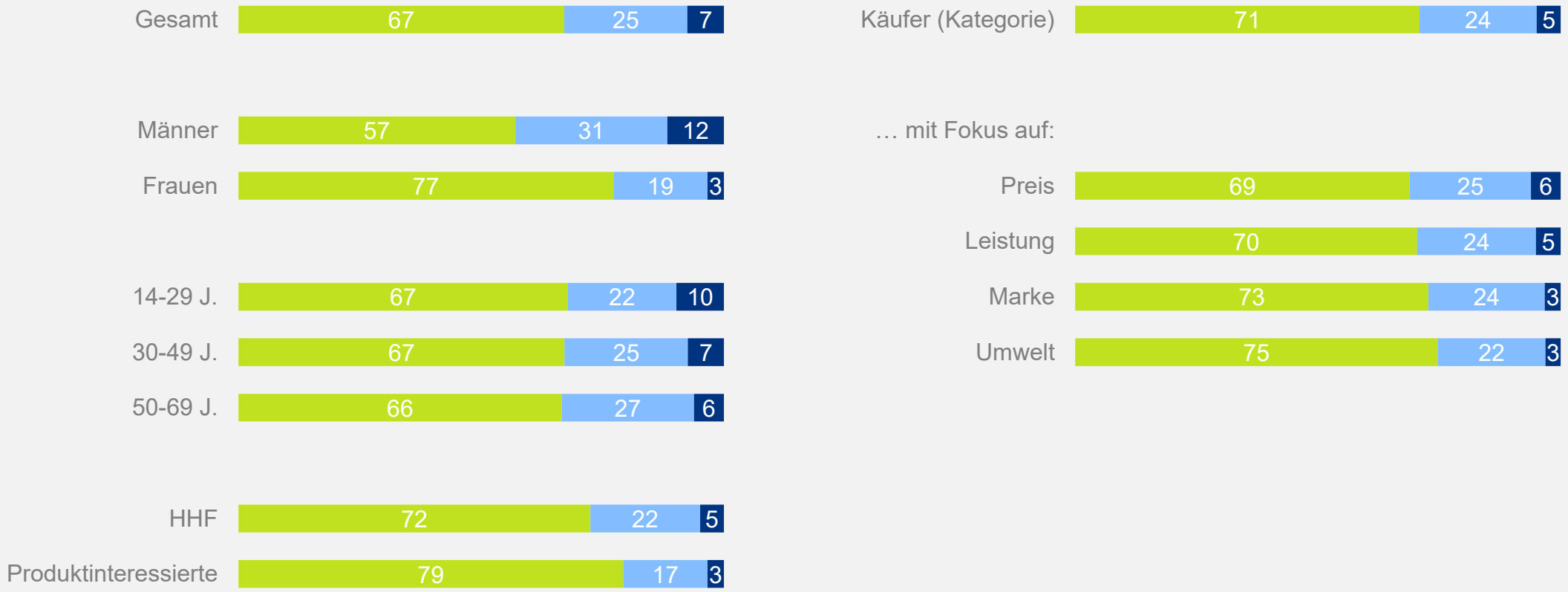


Basis: 816 Personen 14-69 Jahre

SPOTGEFALLEN

EINMAL ALLES IN ALLEM BETRACHTET, WIE GEFÄLLT IHNEN DIESER WERBESPOT? (DURCHSCHNITT ÜBER 4 VARIANTEN)

IN %



Basis: 816 Personen 14-69 Jahre

ARD MEDIA TV-TRACKING

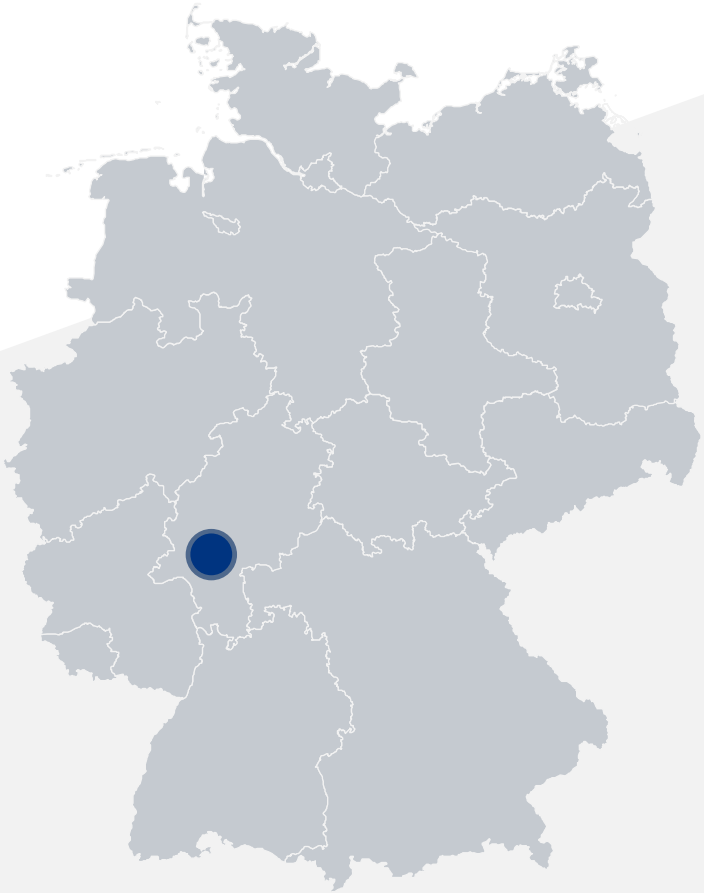
- Deutschlandweite Kampagnenbegleitforschung
- Persönlich-mündliche Befragung (CAPI)
- Personen im Alter von 14 bis 69 Jahren (Quoten-Stichprobe)
- Je Befragung 1-3 Kampagnen aus verschiedenen Produktbereichen
- Institute: HF Media, GIM Wiesbaden

Eckdaten der Befragung für Frosch

- 2021 | KW 38-41 **816** 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