

# CARAVANING

ARD MEDIA TV-TRACKING  
August 2021

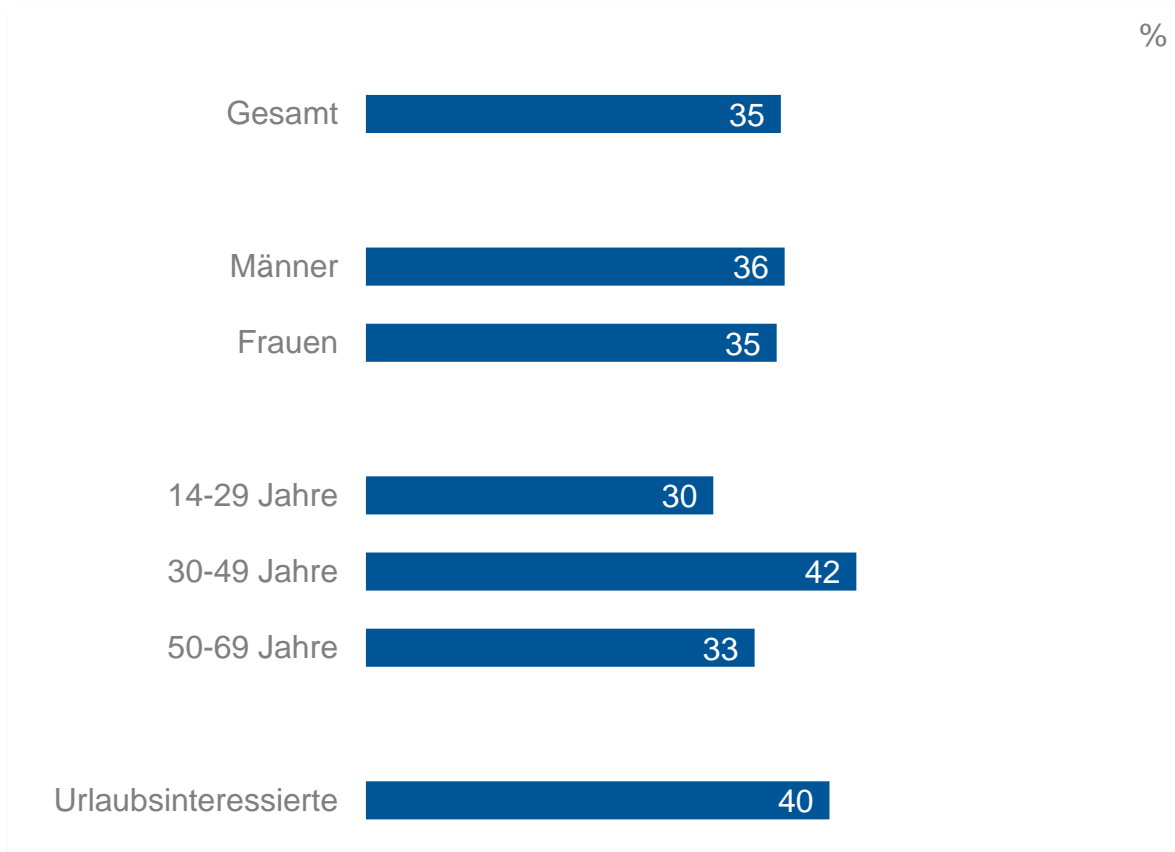


# ZENTRALE ERGEBNISSE

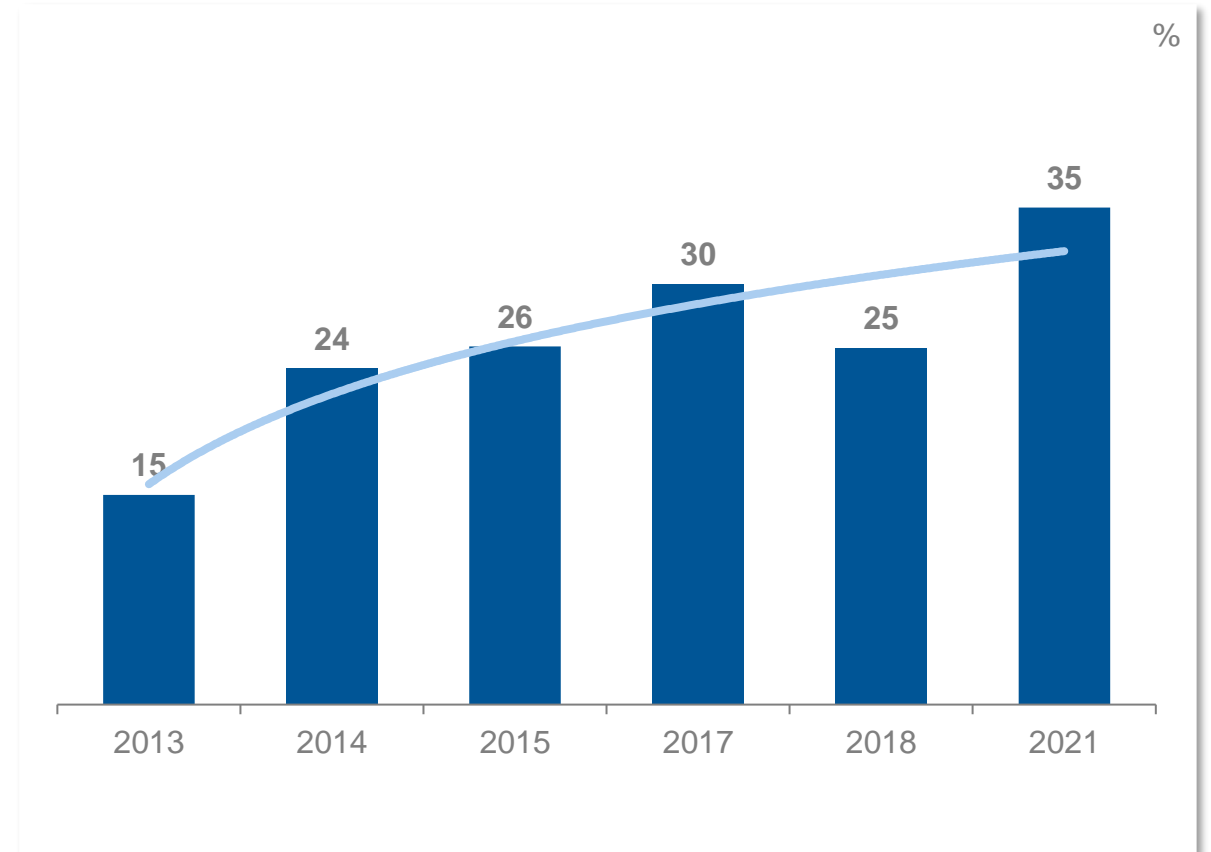
- Seit dem TV-Start 2013 hat Caravaning als Urlaubsform enorm an Popularität gewonnen. Dieser Trend zeigt sich auch in den Befragungsdaten.
- Die kontinuierliche TV-Präsenz schlägt sich deutlich in den Awareness-Indikatoren nieder. In dieser Befragungswelle wurden sowohl für Werbeerinnerung (35%) als 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 Caravanning bzw. Urlaub mit dem Reisemobil/Wohnmobil oder Caravan/Wohnwagen geworben wurde?



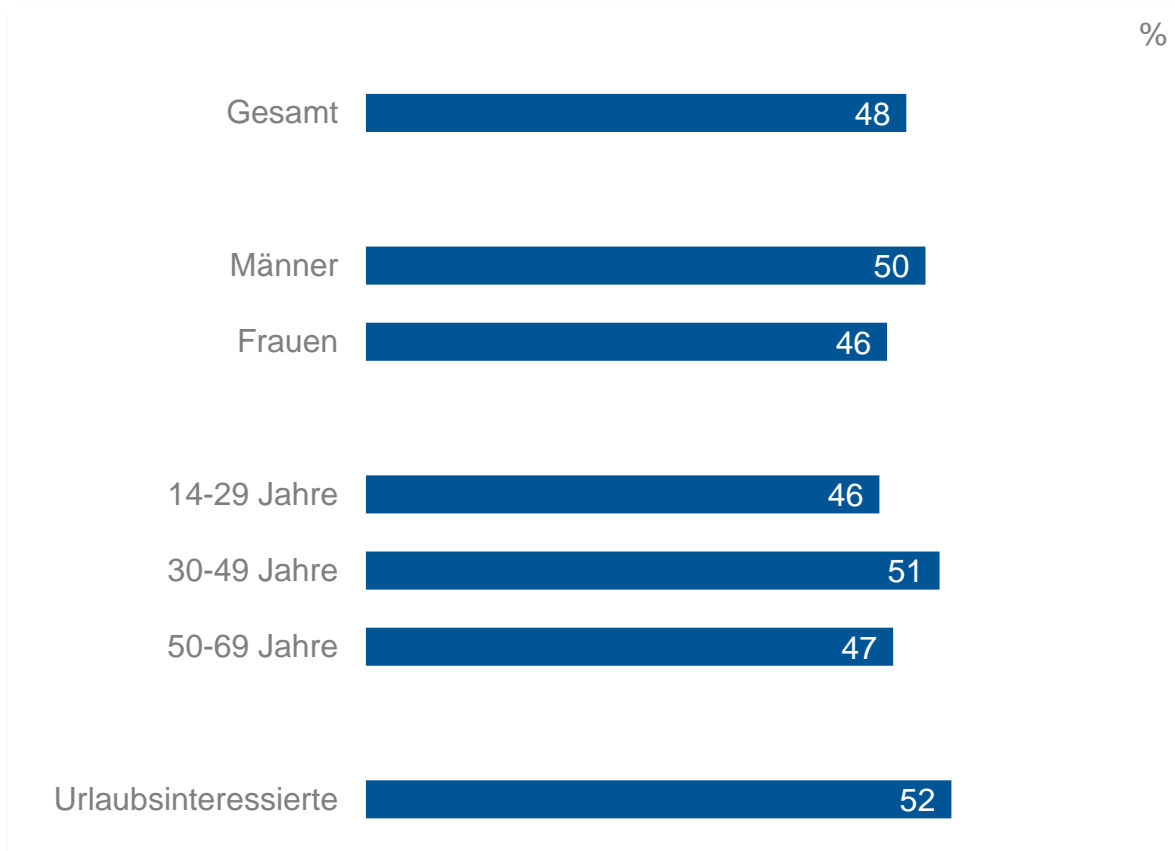
Basis: 826 Personen 14-69 Jahre



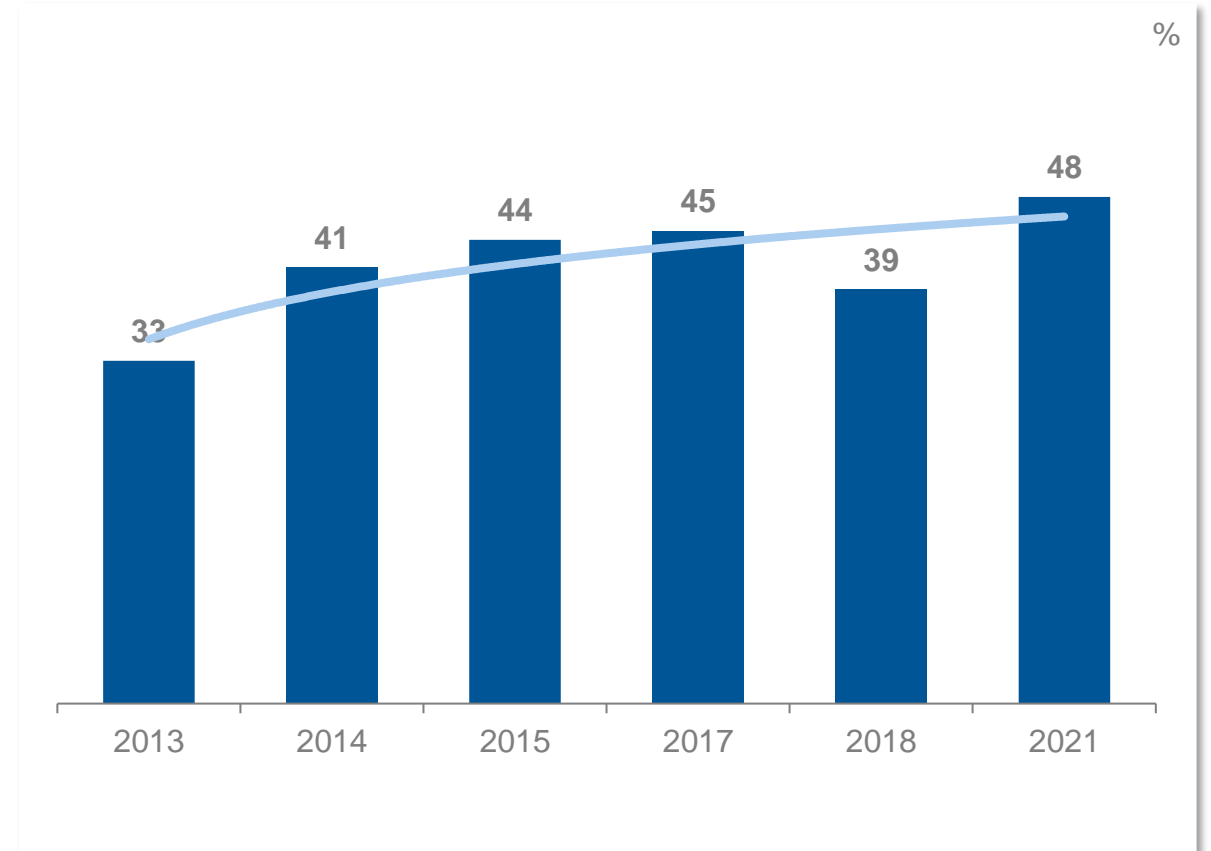
Basis: jeweils 800+ Personen 14-69 Jahre

# SPOTERINNERUNG (RECOGNITION)

Haben Sie diesen Spot schon einmal im Fernsehen gesehen? | Nach Vorspielen  
„diesen oder einen ähnlichen“

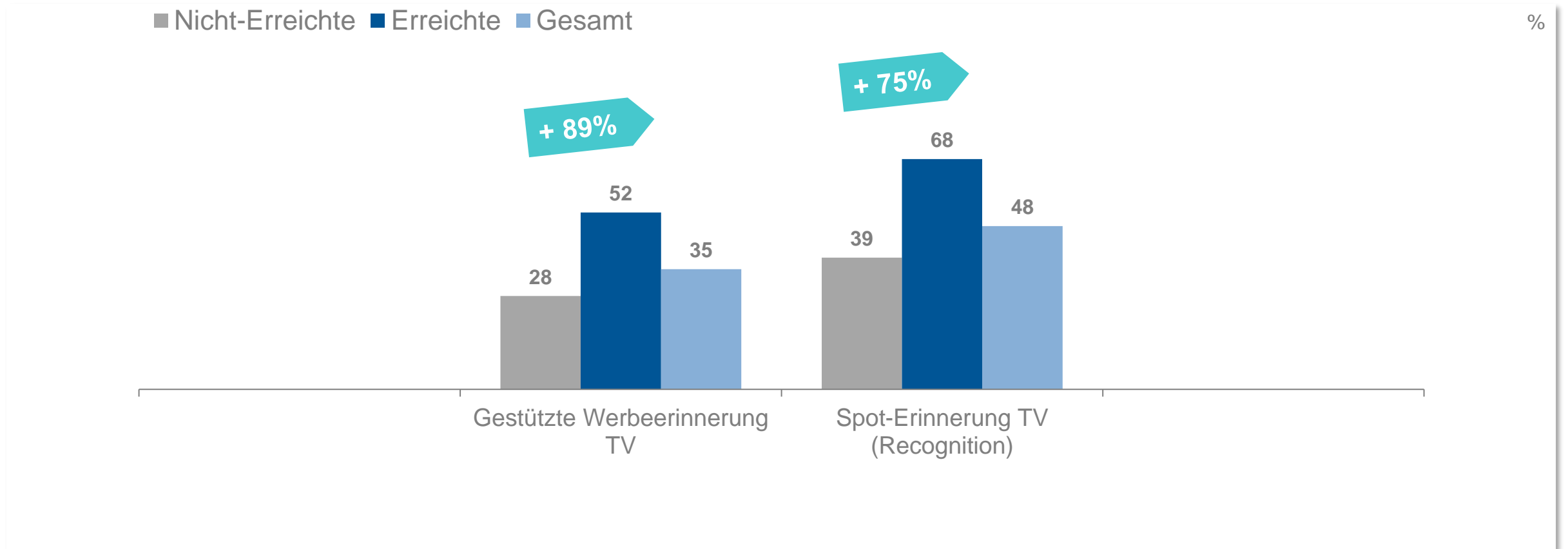


Basis: 826 Personen 14-69 Jahre



Basis: jeweils 800+ Personen 14-69 Jahre

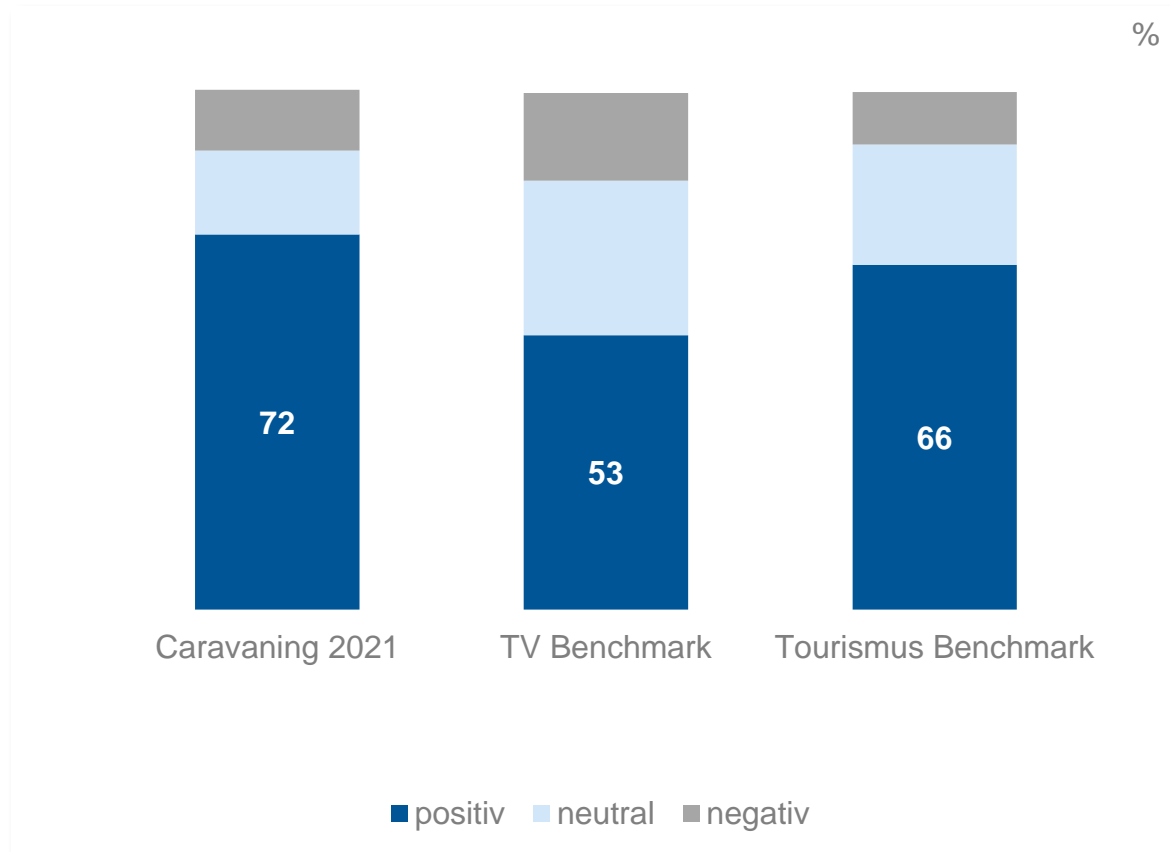
# ERINNERUNG AN DIE FERNSEHWERBUNG



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

# SPOTGEFALLEN

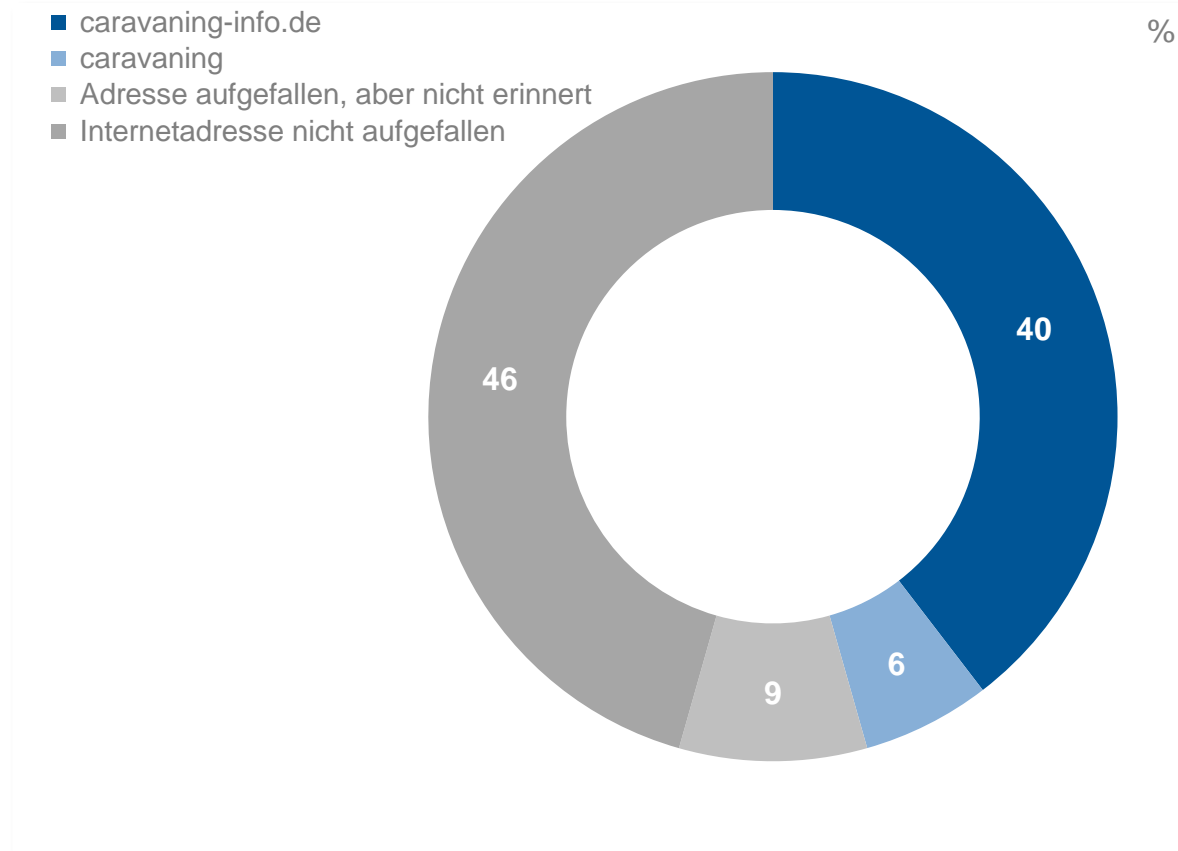
Einmal alles in allem betrachtet, wie gefällt Ihnen dieser Werbespot?



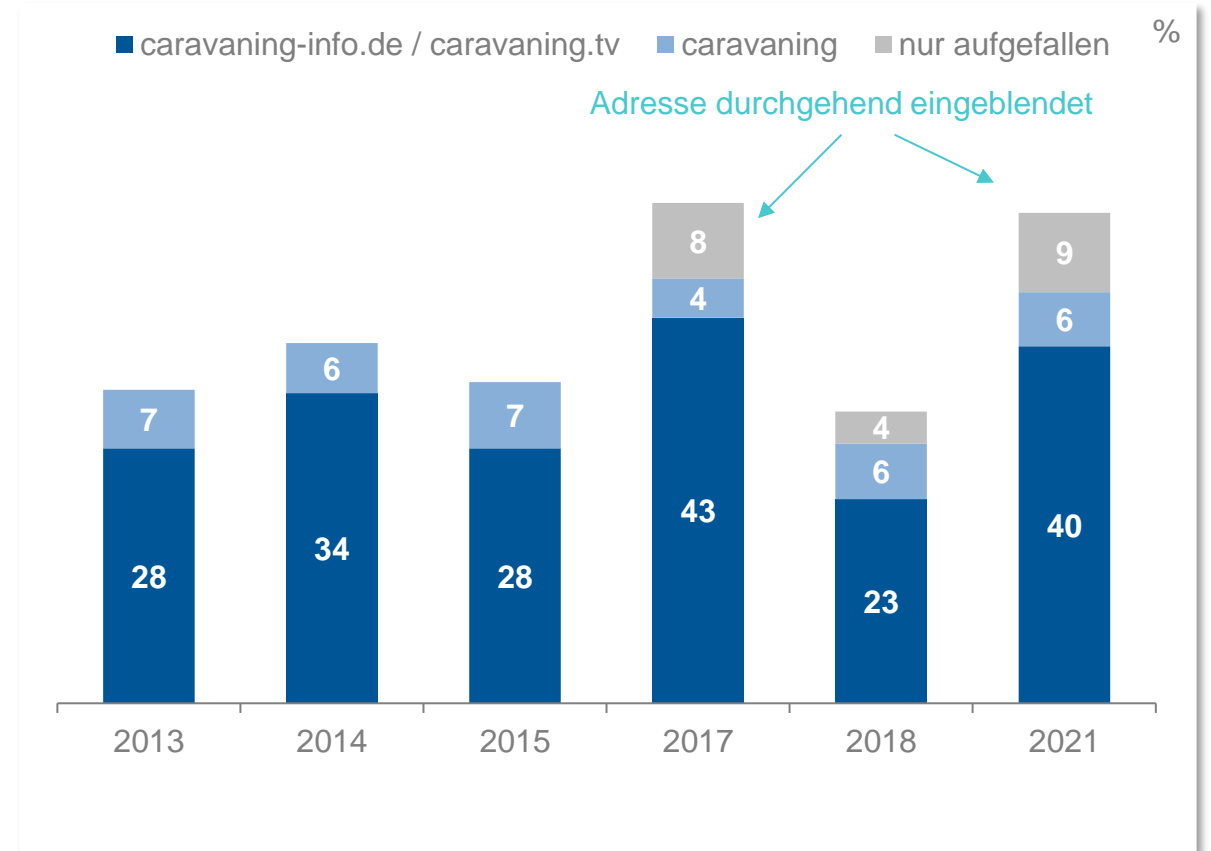
Basis: 826 Personen 14-69 Jahre

# 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



# IHR ANSPRECHPARTNER



**CHRISTIAN BAYER**

**Werbe- und Medienforschung**

Tel. +49 69 15424 – 118

Mail [christian.bayer@ard-werbung.de](mailto:christian.bayer@ard-werbung.de)

