

NEUDORFF

ARD MEDIA TV-TRACKING
April 2022



ZENTRALE ERGEBNISSE

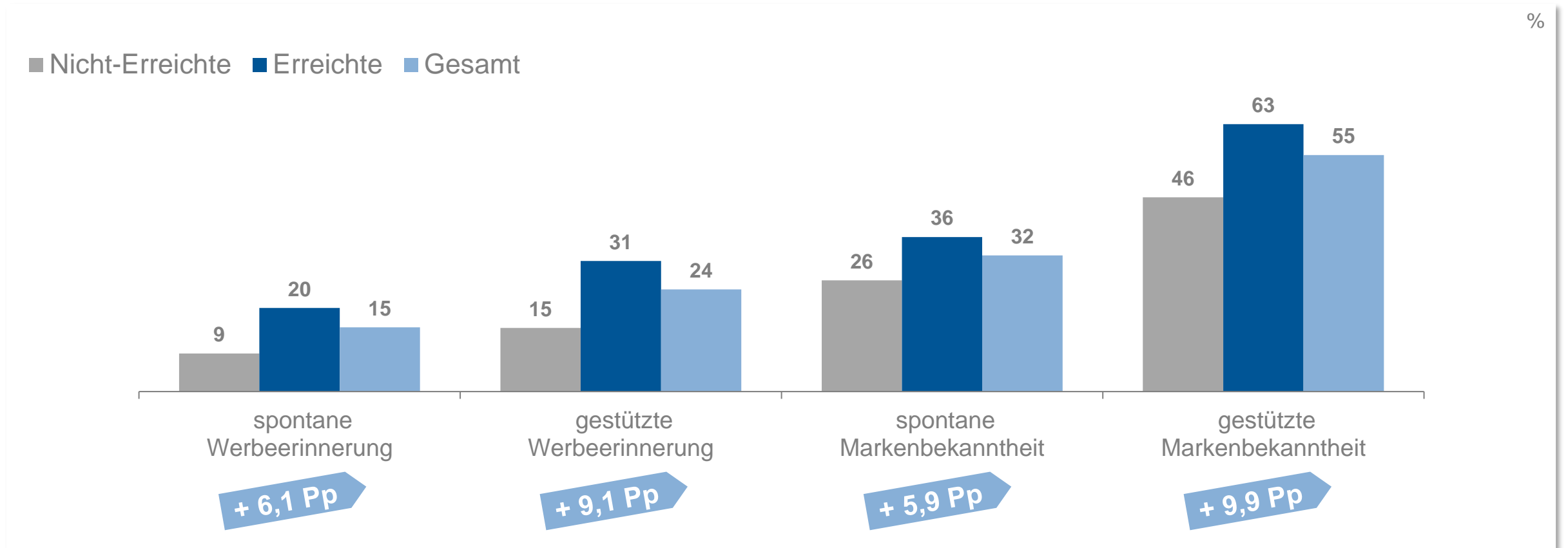
Die Kampagne in ARD und ZDF hat die Markenwerte von Neudorff deutlich verbessert:

- Die Gestützte Markenbekanntheit stieg bei Käufern im Produktbereich um knapp 10 Prozentpunkte
- Die Zustimmung zur Aussage „Neudorff steht für natürliche Produkte“ stieg um 9,4 Prozentpunkte
- Bei über 2 Millionen Käufern im Produktbereich rückte Neudorff ins Relevant Set
- Der Spot vermittelt in der Tat „Freude am naturgemäßen Gärtnern“

TV-KONTAKTE ERHÖHEN AWARENESS

Neudorff

Filter: Käufer im Produktbereich



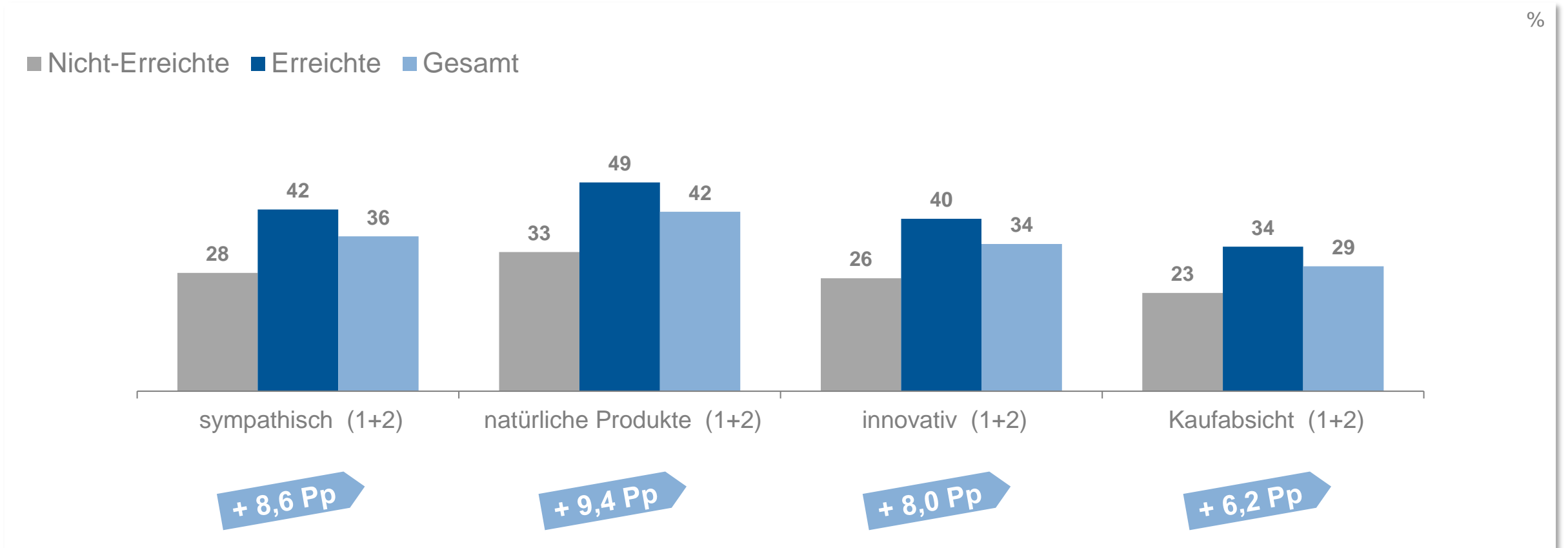
1 Prozentpunkt entspricht ca. 347.000 Personen (anteilig gerechnetes Potenzial der Zielgruppe: 34,7 Mio.)

Basis: 494 Personen 14-69 Jahre (Käufer in der Kategorie Pflanzenpflege/Gärtnern)

TV-KONTAKTE VERBESSERN IMAGE & KAUFABSICHT

Neudorff | Zustimmung Top-2 auf 5er-Skala

Filter: Käufer im Produktbereich

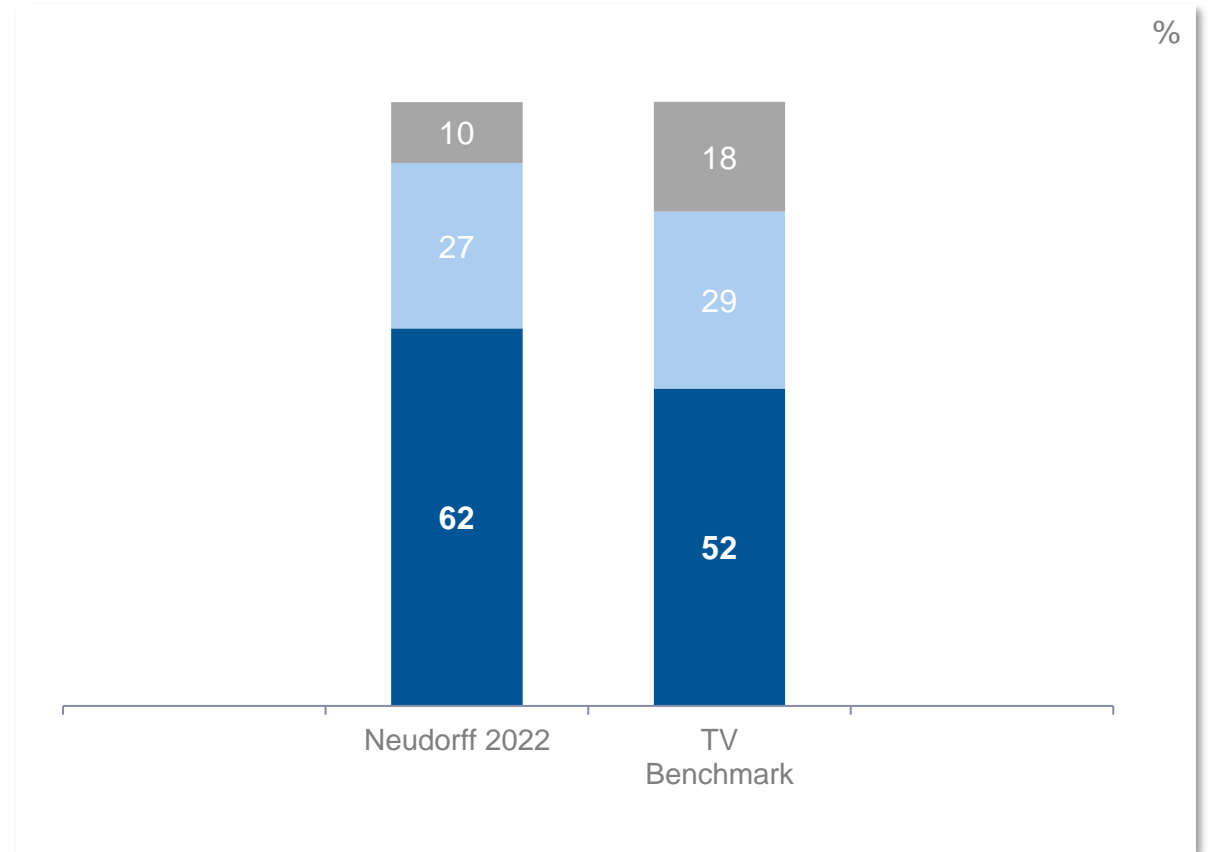
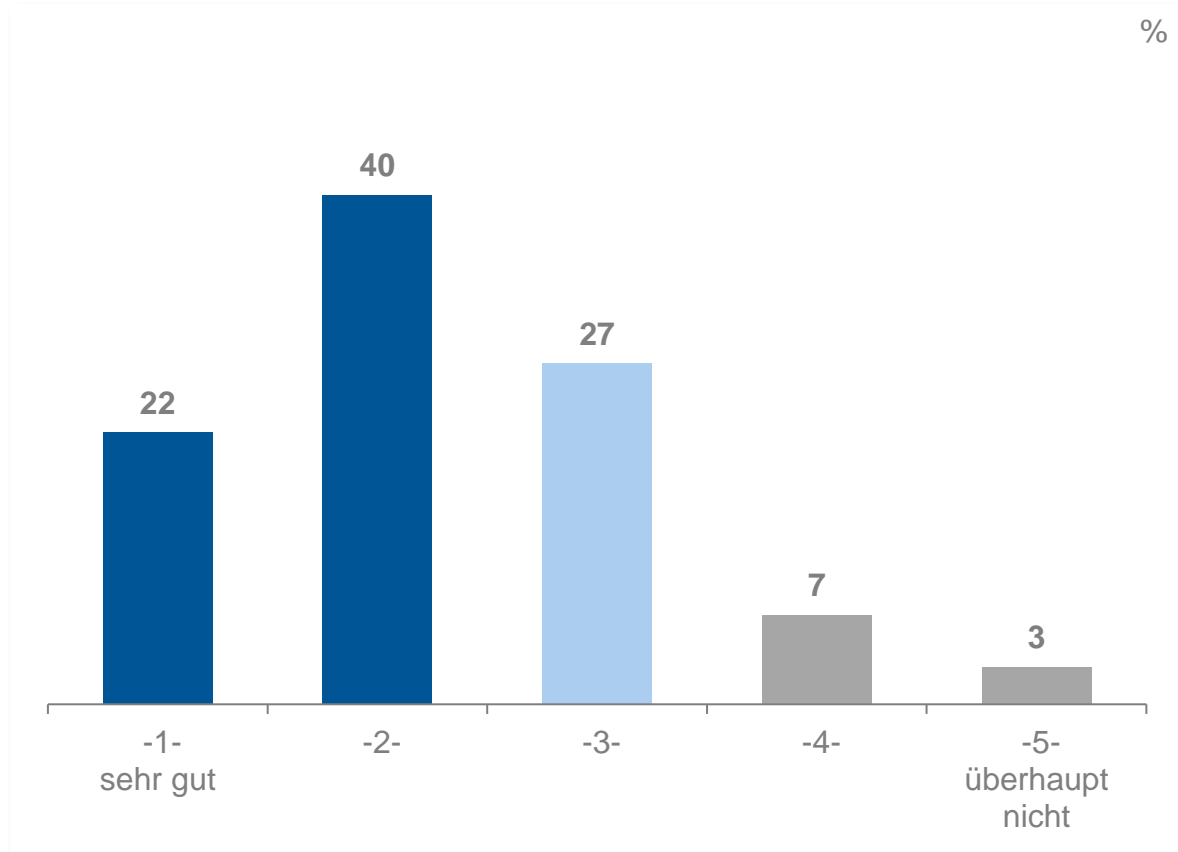


1 Prozentpunkt entspricht ca. 347.000 Personen (anteilig gerechnetes Potenzial der Zielgruppe: 34,7 Mio.)

Basis: 494 Personen 14-69 Jahre (Käufer in der Kategorie Pflanzenpflege/Gärtnern)

SPOTGEFALLEN

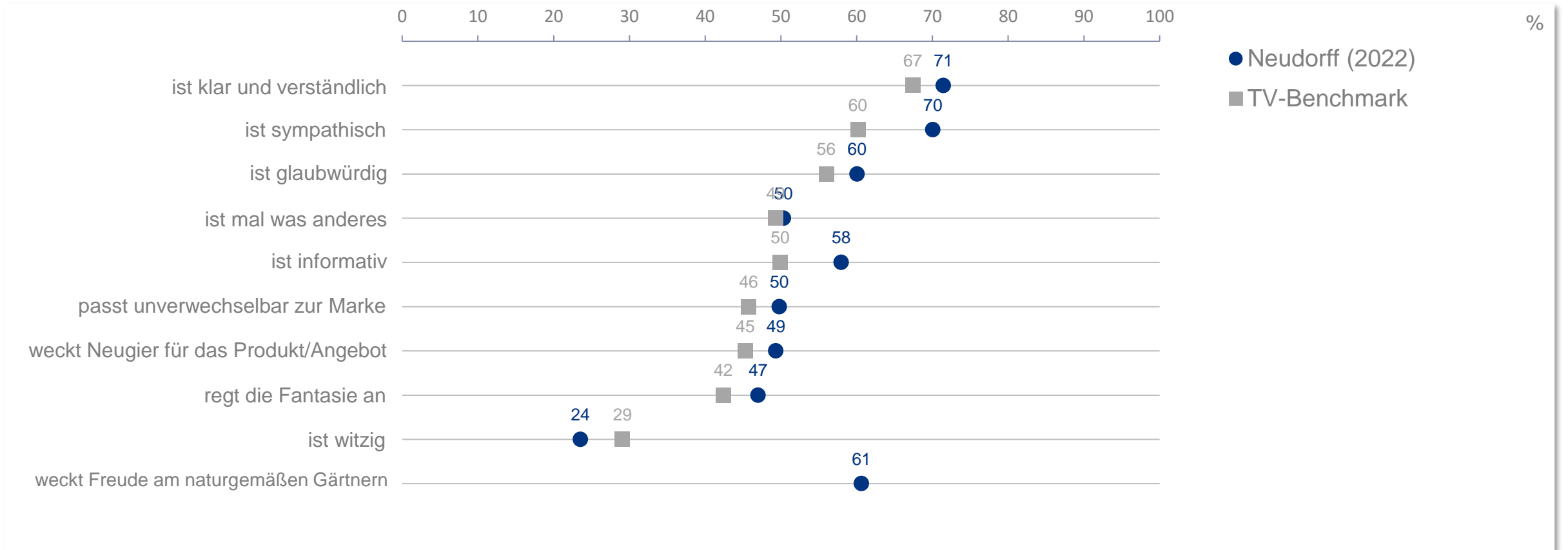
Einmal alles in allem betrachtet, wie gefällt Ihnen dieser Werbespot?



Basis: 826 Personen 14-69 Jahre

SPOTPROFIL

„trifft auf den Spot zu“ | Top-2 auf 5-stufiger Skala

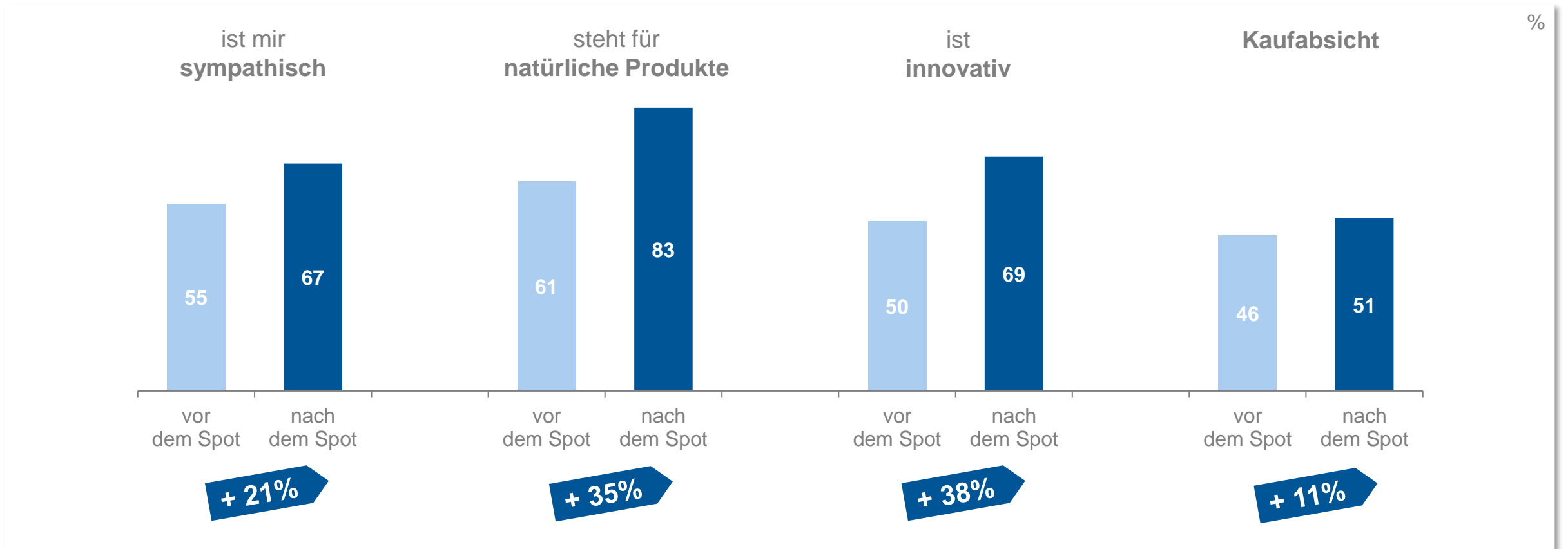


Basis: 826 Personen 14-69 Jahre

SPOTWIRKUNG (VORHER/NACHHER)

Neudorff | Zustimmung Top-2 auf 5er-Skala

Filter: Markenkenner



Basis: 311 Personen 14-69 Jahre (Marke Neudorff bekannt)

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 Neudorff

- 2022 | April (KW 14-17) **826** Befragte

IHR ANSPRECHPARTNER



CHRISTIAN BAYER

Werbe- und Medienforschung

Tel. +49 69 15424 – 118

Mail christian.bayer@ard-werbung.de

