



# AMPLIFON

TV-Tracking  
Juni 2019

ARD  MEDIA

# ZENTRALE ERGEBNISSE

## ■ Der Spot kommt gut an

- Mit 60% positiven Bewertungen liegt der Spot von Amplifon über der TV-Benchmark – trotz der eher schwierigen Branchenthematik.

## ■ informativ & sympathisch

- Im Vergleich zur TV-Benchmark werden diese Attribute besonders stark mit dem Spot verknüpft: klar und verständlich, glaubwürdig, informativ und sympathisch.
- Der Marke wird aufgrund des Spots eine hohe Kompetenz zugeschrieben. Beim Thema „preiswert“ hingegen zeigen sich die Befragten noch unentschieden.

## ■ zielgruppengerecht

- Der Spot gefällt Frauen insgesamt etwas besser als Männern. Die weitaus wichtigeren Einflussfaktoren auf die Spotbewertung sind aber Alter und Produktinteresse. Bei den Produktinteressierten kommt der Spot auf 85% positive Bewertungen.

## ■ Hörgeräte im Kommen

- Das Produktinteresse für Hörgeräte hat im Vergleich zu den letzten Erhebungen zugenommen. Die TV-Werbung von Amplifon hilft auch dabei, die allgemeine Akzeptanz von Hörgeräten zu verbessern.

## ■ Amplifon holt auf

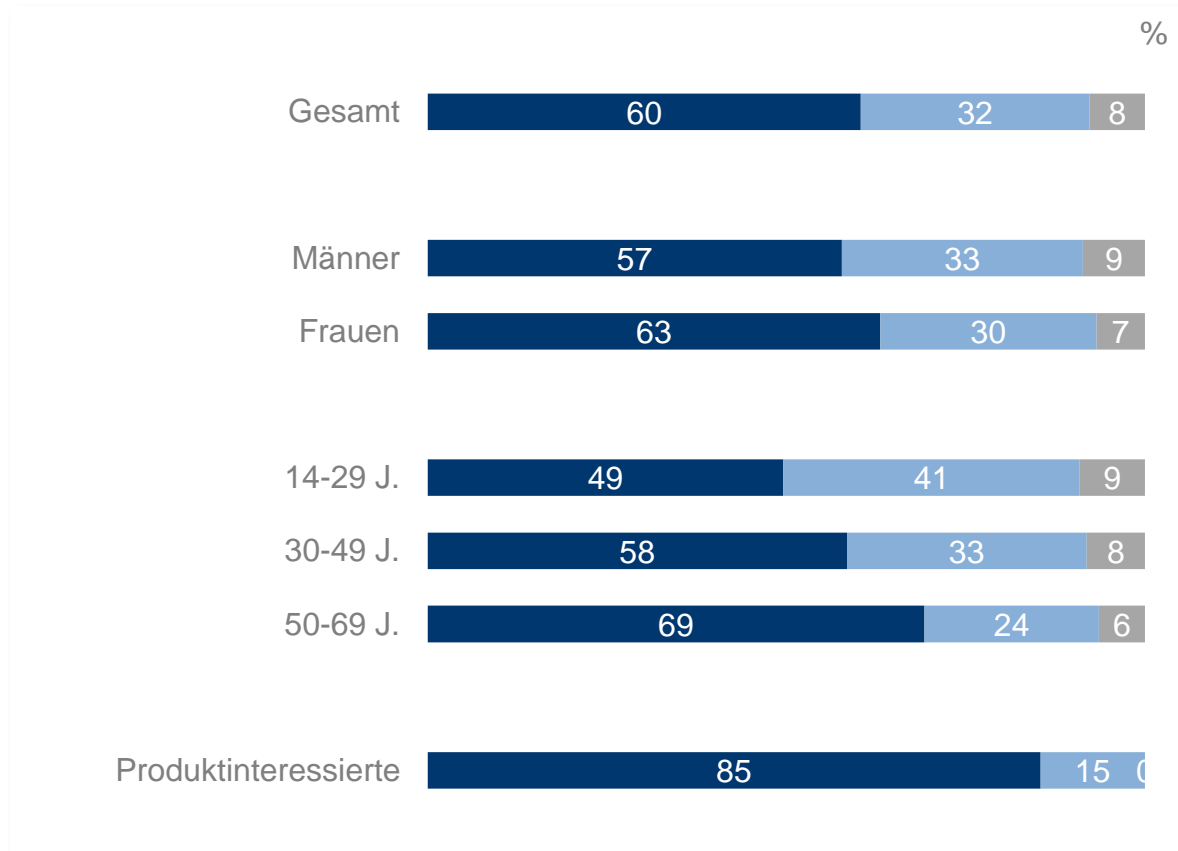
- Im Bereich Hörgeräte ist Kind die Nummer 1. Dahinter ist aber Bewegung, sowohl im Werbemarkt, als auch beim Markenranking in den Köpfen.
- In puncto Bekanntheit belegt Amplifon den vierten Platz und konnte dank der TV-Kampagne die Lücke zu Geers spürbar verkleinern. Bei den 50-69-Jährigen hat sich die Markenbekanntheit von Amplifon seit der Nullmessung verdoppelt. Beim Indikator Werbeerinnerung zeigen sich sogar noch höhere Steigerungsraten. Hier kletterte Amplifon in Folge der Kampagne auf den dritten Platz.

## ■ TV-Kontakte zeigen Wirkung

- Vergleicht man die Marken-Awareness von erreichten und nicht-erreichten Personen, so zeigen sich deutliche Unterschiede: Befragten ist die Marke präsenter, wenn sie in den vier Wochen vor dem Interview Kontakt mit der TV-Kampagne von Amplifon hatten.

# SPOTGEFALLEN

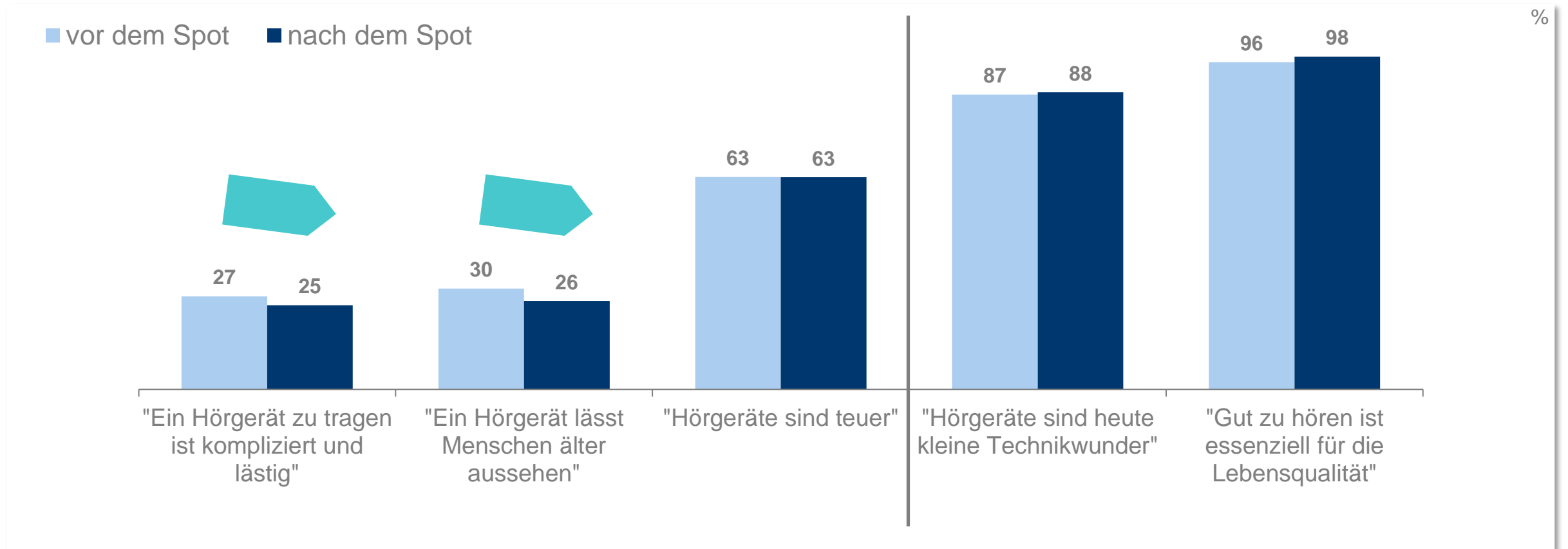
Einmal alles in allem betrachtet, wie gefällt Ihnen dieser Werbespot?



Basis: 536 Personen 14-69 Jahre

# SPOTWIRKUNG (VORHER/NACHHER)

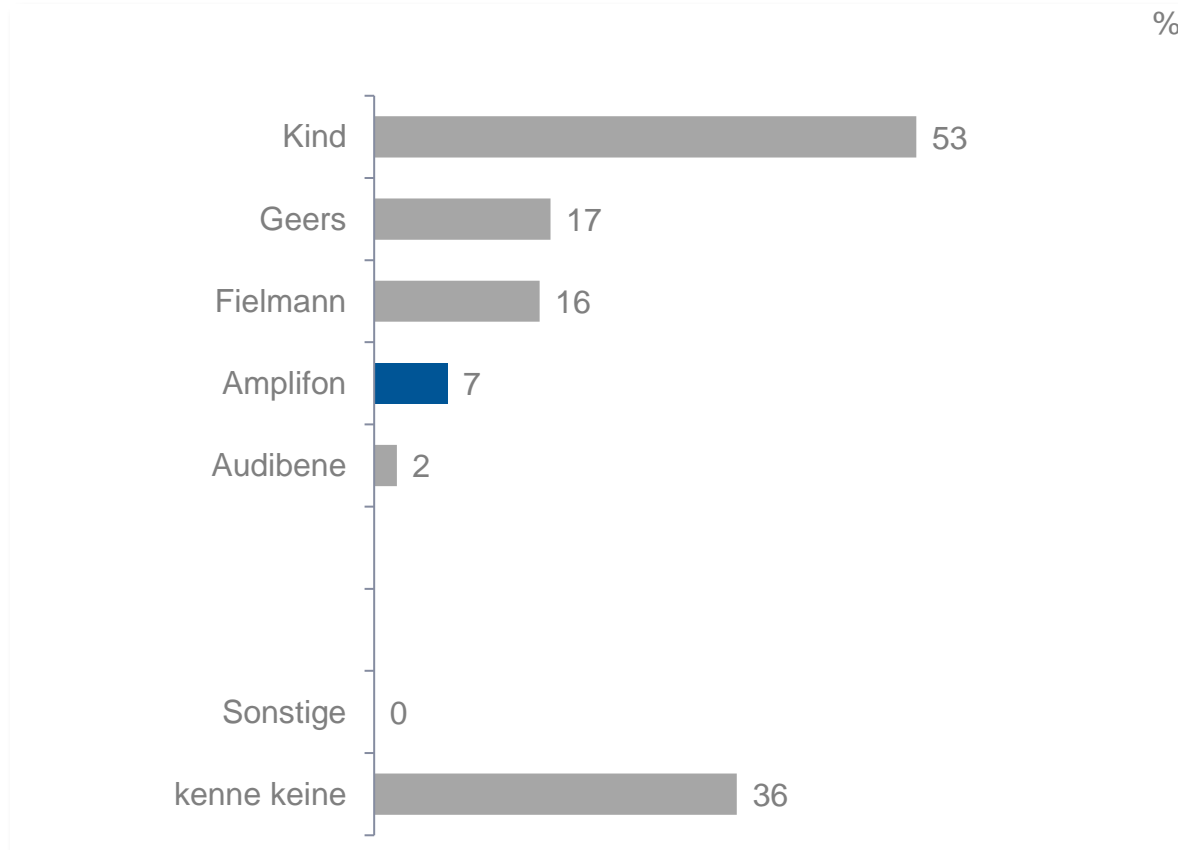
Zustimmung Top-2 auf 5er-Skala



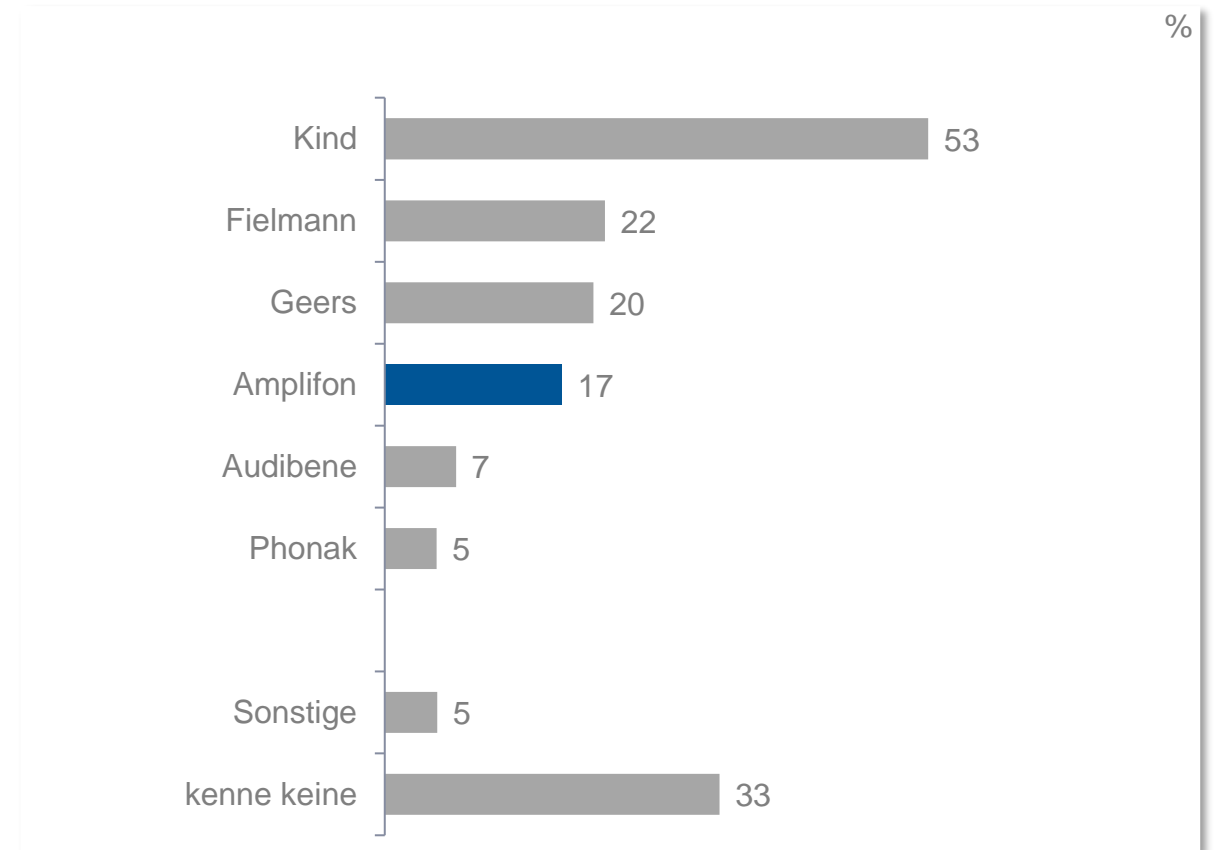
Basis: 804 Personen 14-69 Jahre

# SPONTANE MARKENBEKANNTHEIT

Welche Anbieter im Bereich Hörgeräte / Hörakustik kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?  
Zählen Sie bitte alle auf, die Ihnen einfallen.



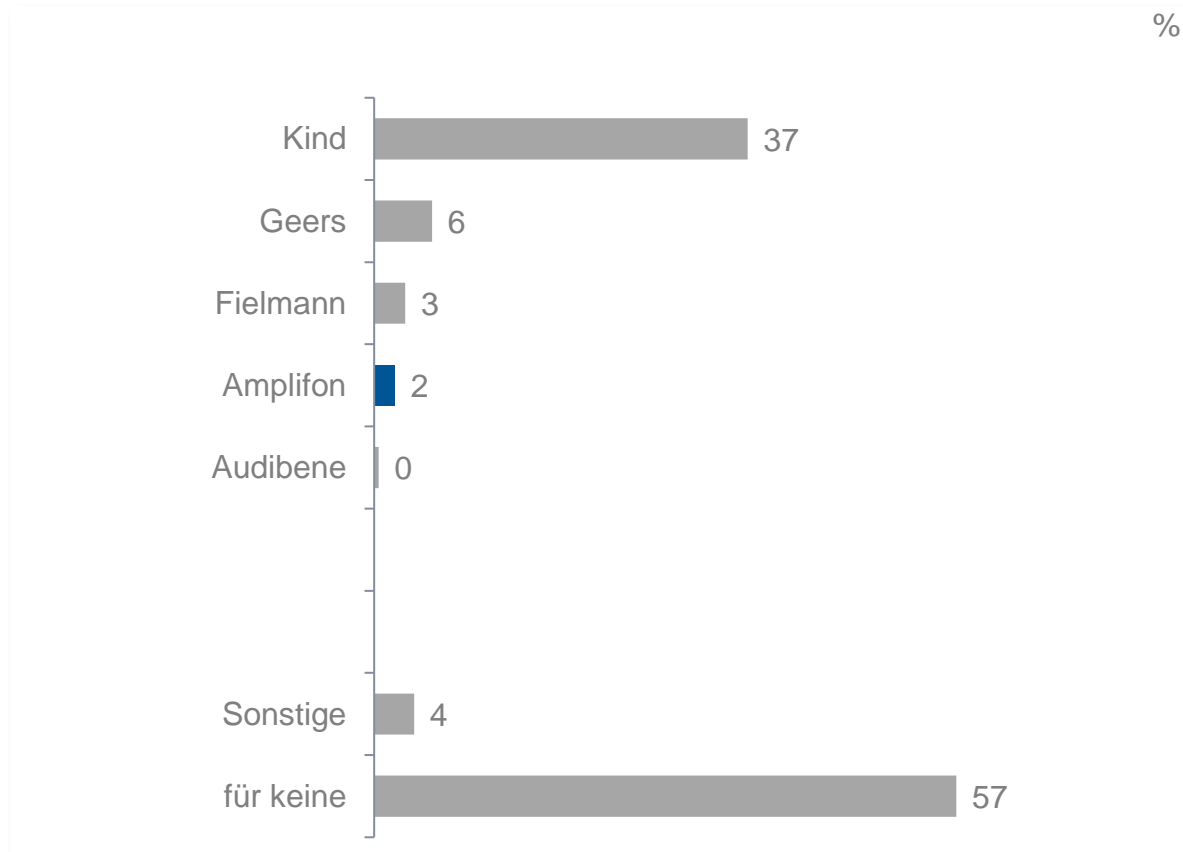
Nullmessung Basis: 814 Personen 14-69 Jahre



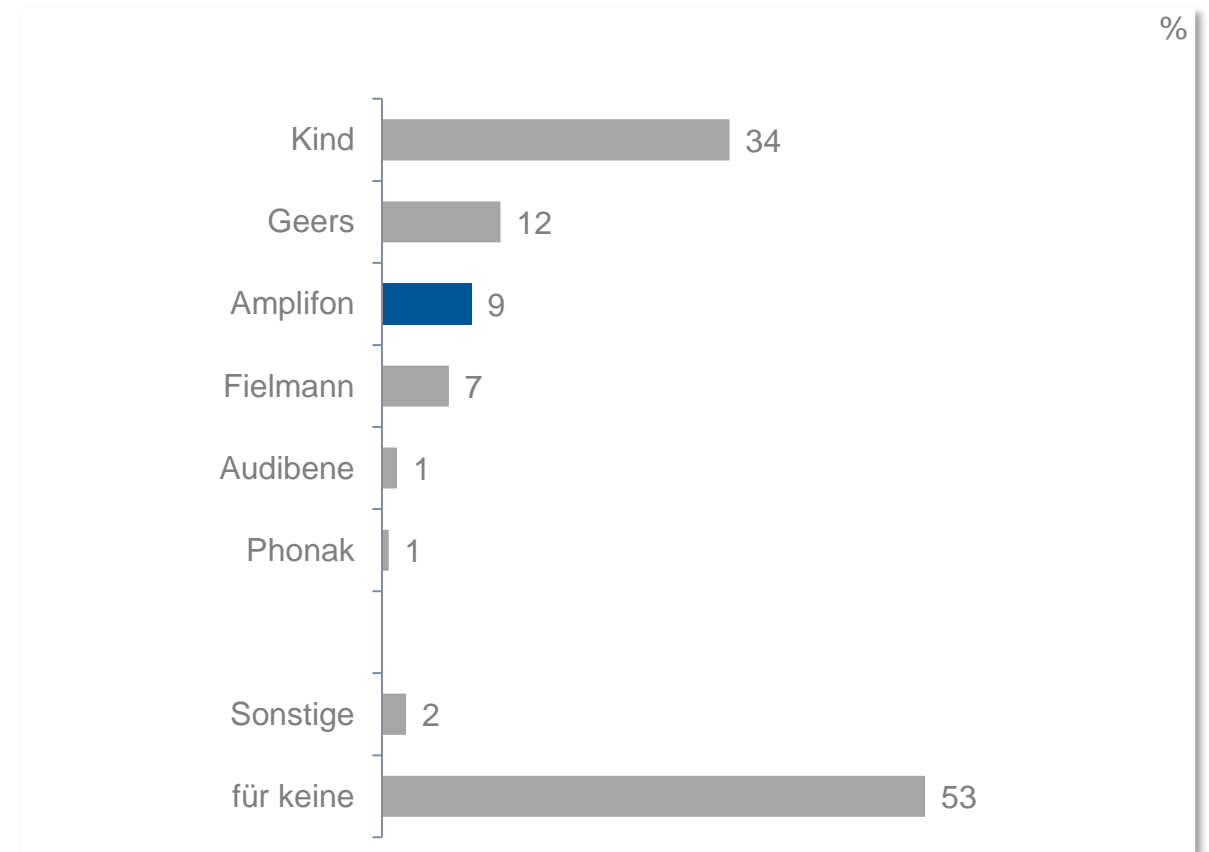
Hauptmessung Basis: 804 Personen 14-69 Jahre

# SPONTANE WERBEEERINNERUNG

Für welche Anbieter im Bereich Hörgeräte / Hörakustik haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?



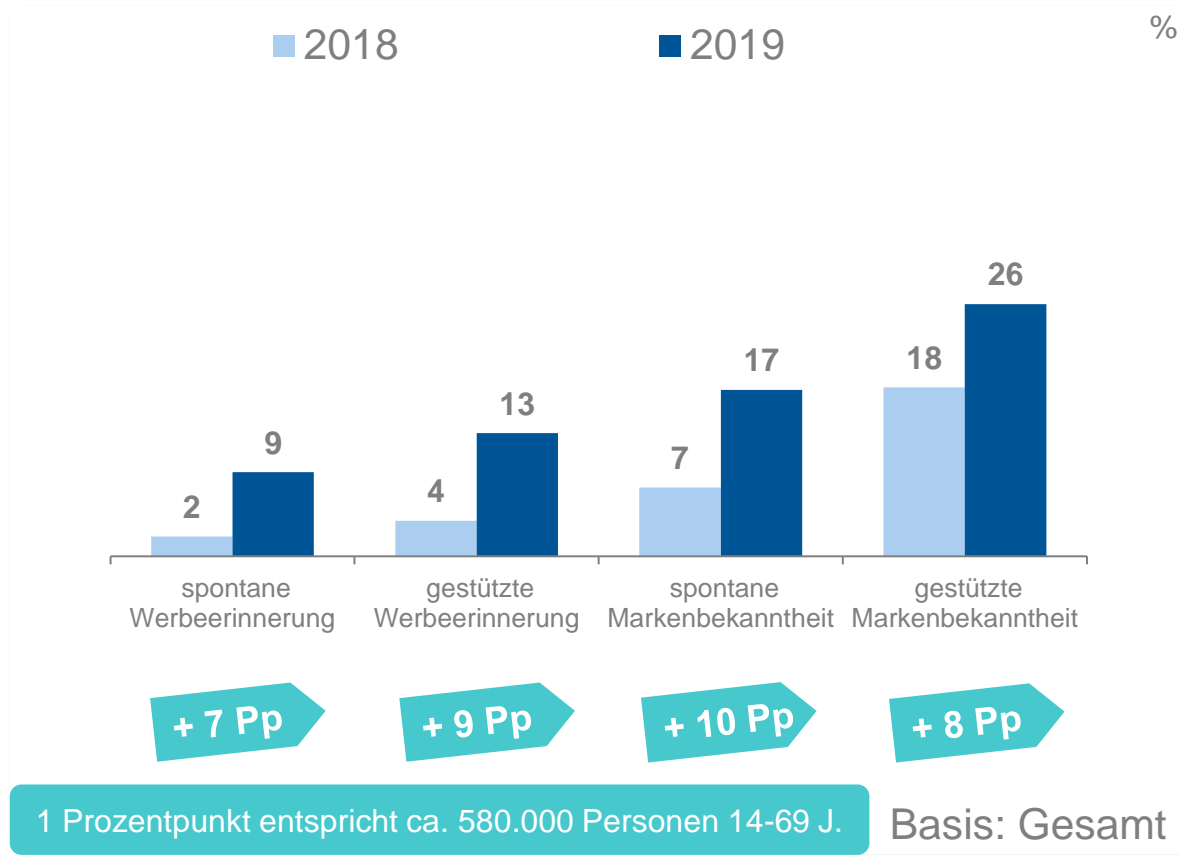
Nullmessung Basis: 814 Personen 14-69 Jahre



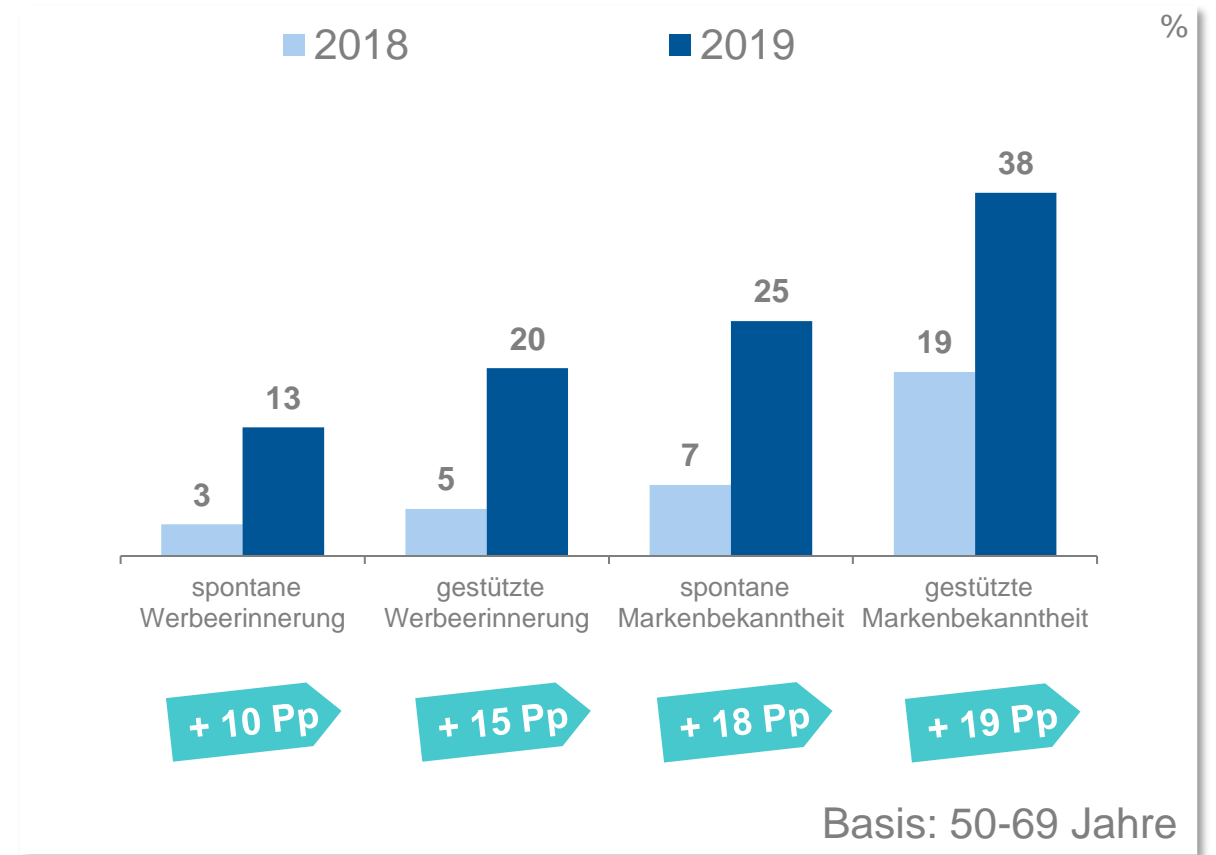
Hauptmessung Basis: 804 Personen 14-69 Jahre

# ÜBERSICHT „MENTALE VERFÜGBARKEIT“

Amplifon



Basis: 814/804 Personen 14-69 Jahre



Basis: 316/301 Personen 50-69 Jahre

# AS&S TV-TRACKING

- Deutschlandweite Kampagnenbegleitforschung
- Persönlich-mündliche Befragung (CAPI)
- Personen im Alter von 14 bis 69 Jahren (Quoten-Stichprobe)
- Je Befragung 2-3 Kampagnen aus verschiedenen Produktbereichen
- Institute: HF Media, GfK Media and Communication Research

## Befragungen für Amplifon

- |                   |          |              |                     |
|-------------------|----------|--------------|---------------------|
| ■ 2018   Nov      | KW 45-48 | 814 Befragte | <i>Nullmessung</i>  |
| ■ 2019   Mai/Juni | KW 21-23 | 804 Befragte | <i>Hauptmessung</i> |



# FÜR WEITERE FRAGEN



Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

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

