



HURTIGRUTEN

TV-Tracking
Oktober 2016

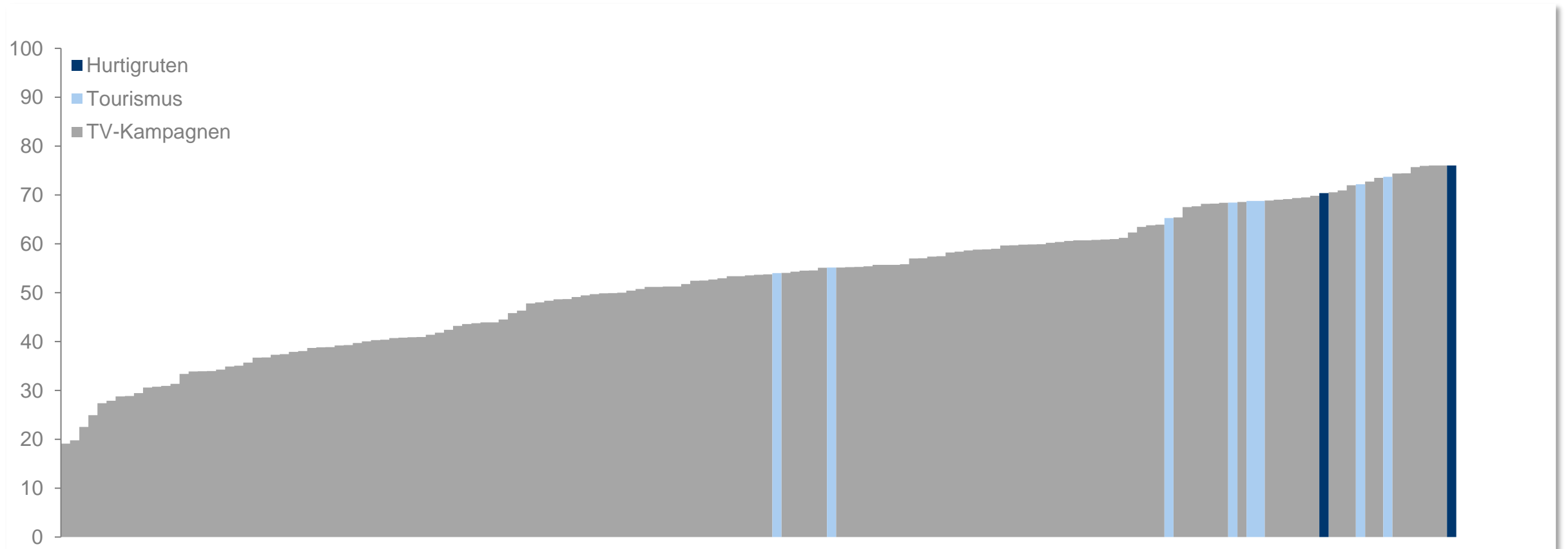


ZENTRALE ERGEBNISSE

- Auch der neue Spot kommt sehr gut an
 - Mit 70% positiven Bewertungen wurde erneut ein Ergebnis erzielt, welches den Spot von Hurtigruten in der Spitzengruppe platziert.
 - Die Unterschiede zwischen den beiden getesteten Varianten sind gering. Tendenz: Die größere Einblendung des Rabattbetrages aktiviert besser.
- Die TV-Kontakte wirken und halten die Aufmerksamkeit auf hohem Niveau
 - Bereits das einmalige Ansehen des Spots im Interview wirkt sich messbar positiv auf Image/Einstellungen und Interesse aus.
 - Ebenso zeigt der Vergleich von erreichten und nicht-erreichten Personen, dass die TV-Kampagne Aufmerksamkeit für das Angebot schafft und die Vorstellungen von einer Reise mit Hurtigruten positiv mit Leben füllt.
 - Im Vergleich zur letzten Welle wurde im Bereich Werbeerinnerung ein weiterer Zuwachs erzielt. Bei der Bekanntheit hat sich der Wert auf dem erhöhten Niveau stabilisiert.

SPOTGEFALLEN | BENCHMARKING

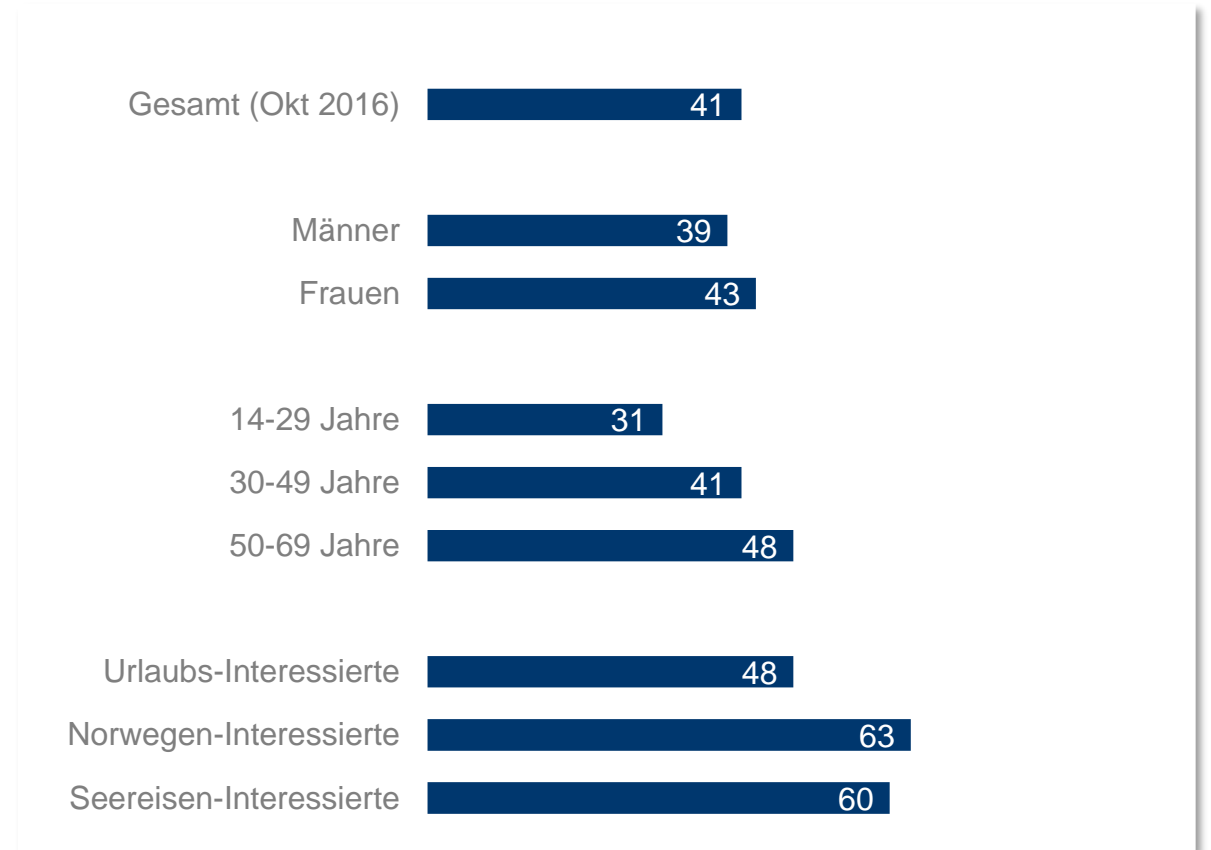
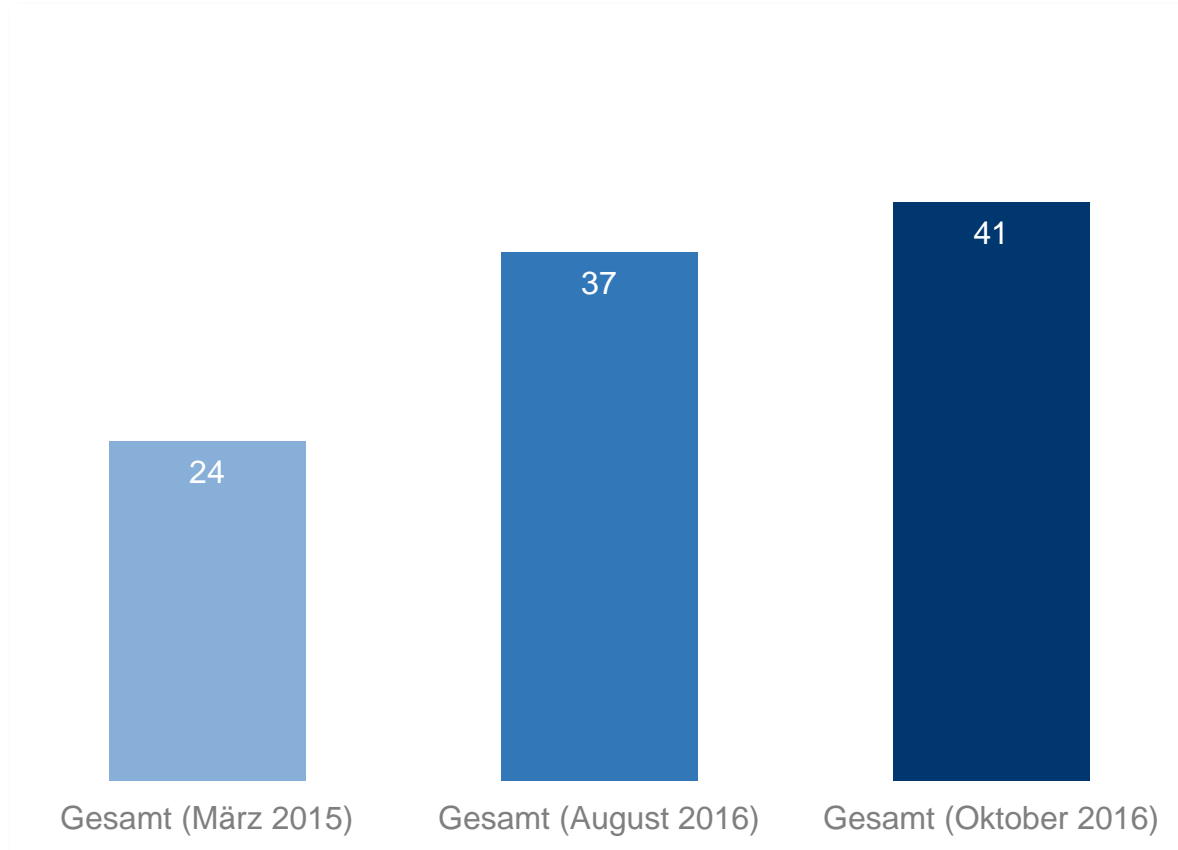
Einmal alles in allem betrachtet, wie gefällt Ihnen dieser Werbespot?
Positive Bewertungen in %



Basis: 153 TV-Spots 2007-2016, Personen 14-69 Jahre

WERBEERINNERUNG

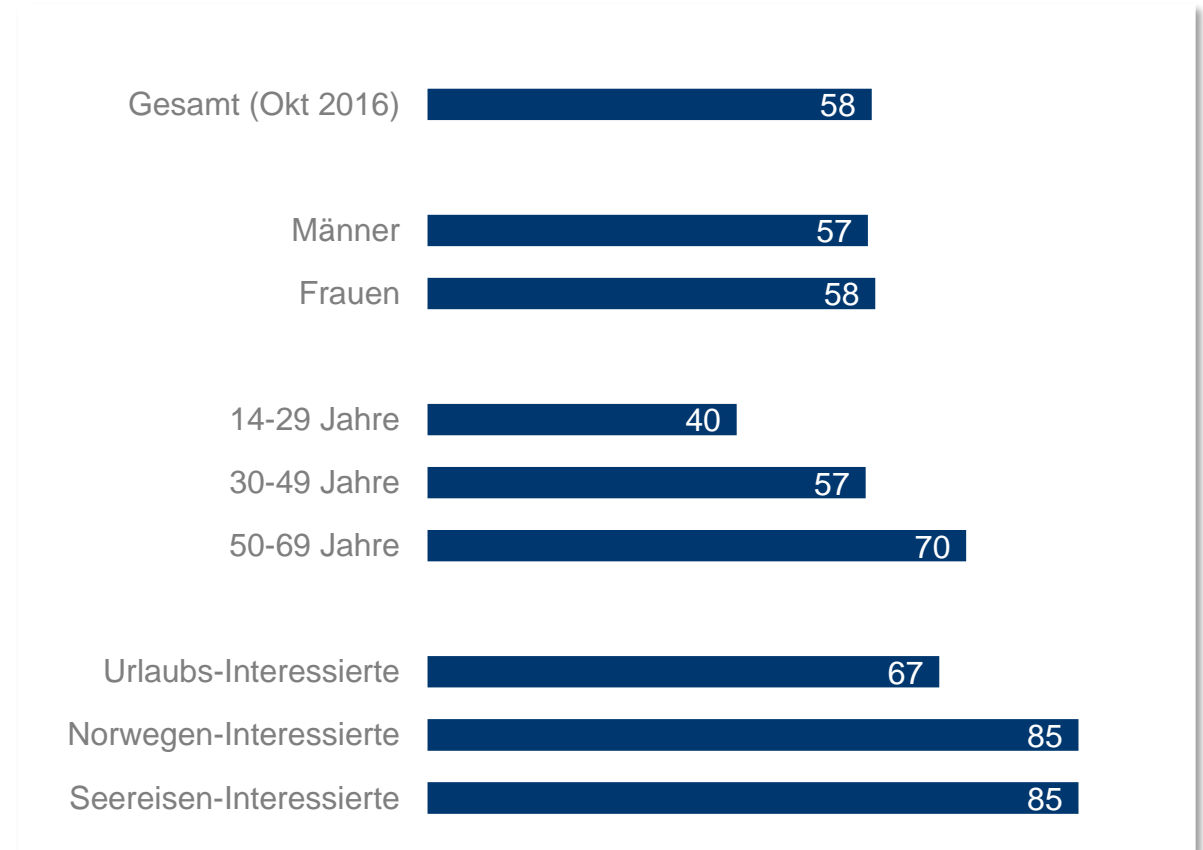
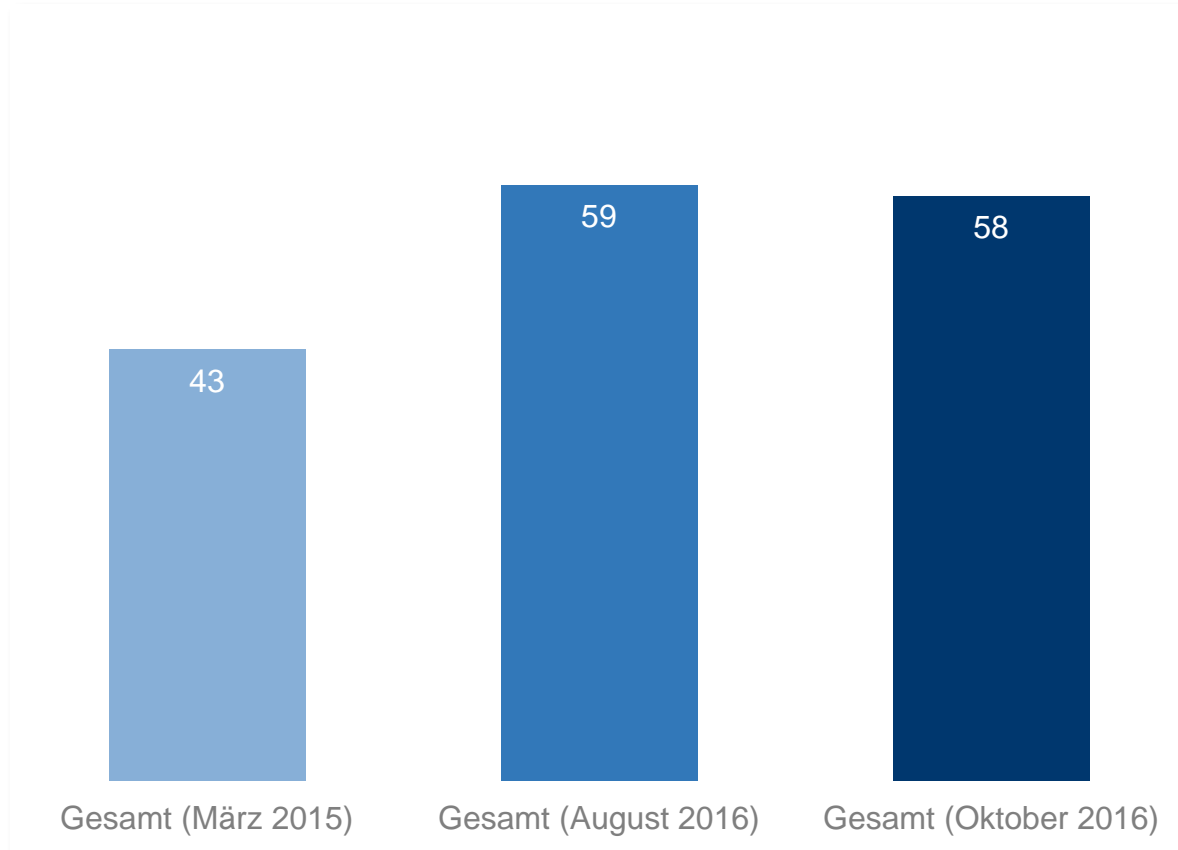
Haben Sie für Hurtigruten in letzter Zeit irgendwelche Werbung gehört, gesehen oder gelesen?
in %



Basis: 813 / 417 / 826 Personen 14-69 Jahre

MARKENBEKANNTHEIT

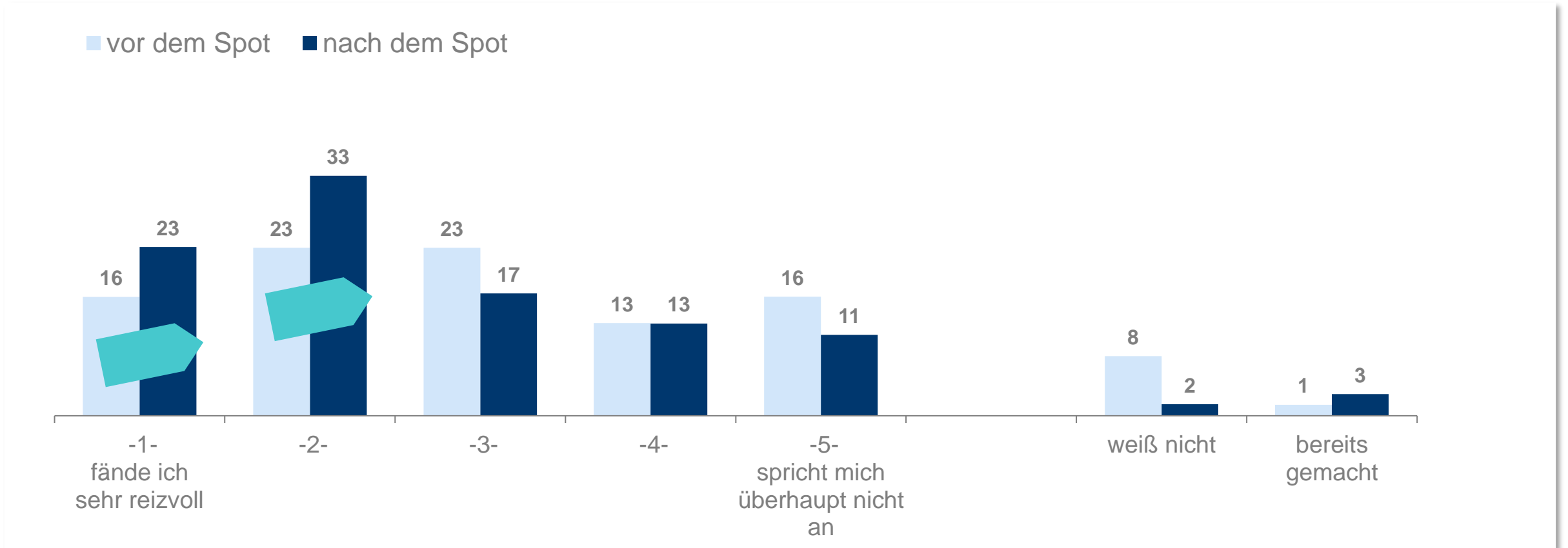
Kennen Sie den Reiseveranstalter Hurtigruten, der Schiffsreisen in Norwegen anbietet?
in %



Basis: 813 / 417 / 826 Personen 14-69 Jahre

SPOTWIRKUNG (VORHER/NACHHER)

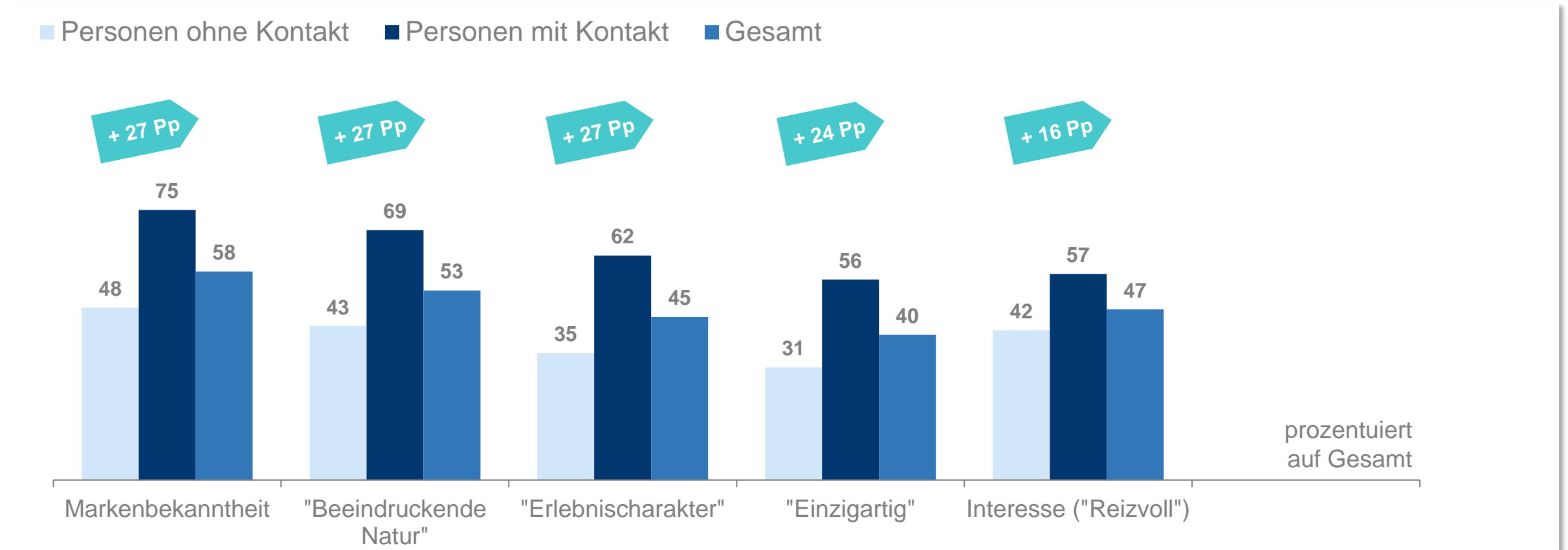
Fänden Sie eine solche Reise mit Hurtigruten grundsätzlich reizvoll oder eher nicht?
in %



Basis: 826 Personen 14-69 Jahre

KAMPAGNENWIRKUNG (MIT/OhNE KONTAKT)

in %



Basis: 826 Personen 14-69 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

- Hurtigruten
 - März 2015 (813 Interviews)
 - August 2016 (417 Interviews)
 - Oktober 2016 (826 Interviews)

FÜR WEITERE FRAGEN



Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

christian.bayer@ard-media.de

