



SPOTANALYSE RADIO

Studie für Das Telefonbuch 2020

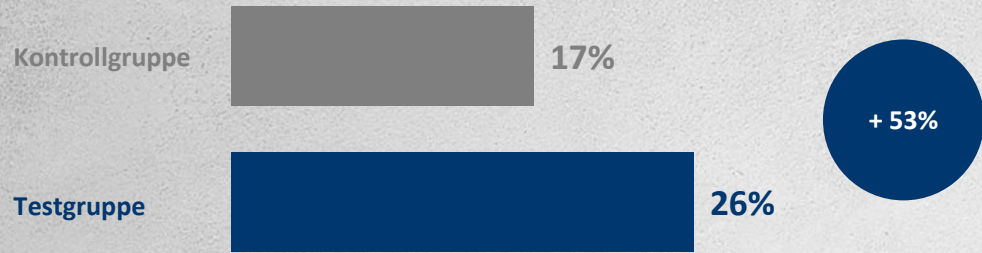
Das Telefonbuch

Für ein bisschen weniger Fake-News auf der Welt

Mitten im amerikanischen Präsidentschafts-Wahlkampf ging Das Telefonbuch mit einem mutigen Motiv on air. Darin wendet sich Donald Trump in Gestalt eines Sprechers mit heftigem amerikanischem Akzent vermeintlich direkt an die Hörer. Der nach eigenen Bekunden „beste Präsident aller Zeiten“ führt sich mit immer neuen Behauptungen aber rasch selbst ad absurdum und wird aus dem Off eingebremst – „Denn wir haben, was Firmen und Menschen zuverlässig in Kontakt bringt.“

Dieser Schwenk von Fake-News zu soliden Fakten funktionierte perfekt, wie eine Spotanalyse Radio (SARA) dokumentiert. Mit der aufmerksamkeitsstarken Story erzielte Das Telefonbuch eine deutliche Steigerung aller relevanten Parameter – von der Markenbekanntheit über die Werbeerinnerung bis hin zum Consideration Set.

Der Spot funktioniert - Effekte für DasTelefonbuch



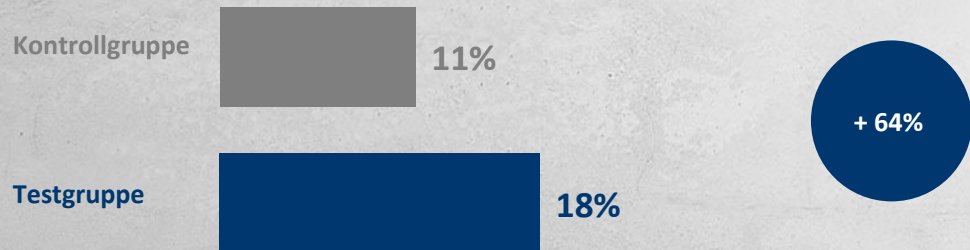
▪ Starke Effekte: Markenbekanntheit

Der Spot steigert die ungestützte Bekanntheit von Das Telefonbuch um 53 Prozent.



▪ Werbung bleibt im Kopf

Der Spot steigert die gestützte Werbeerinnerung von 6 auf 23 Prozent. Ein massiver Zuwachs!



▪ Im Consideration Set verankert

Durch den Spot kommt Das Telefonbuch bei 64 Prozent mehr Menschen „grundsätzlich in Frage“, wird also im Consideration Set verankert.

Quelle: SARA 2020; Testgruppe: n = 532, Kontrollgruppe: n = 519

Ihr Ansprechpartner



Hans-Peter Gassner

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-138

hans-peter.gassner@ard-werbung.de

