MUSTERRING *KEYCHARTS

AS&S TV-Tracking
Februar 2019

ZENTRALE ERGEBNISSE

- **SPOT**
  - Die Bewertung des aktuellen Spots liegt wieder auf dem Niveau der früheren Spots mit Sky Du Mont. Er schneidet damit deutlich besser ab als das 2018er-Motiv und liegt klar über der TV-Benchmark.
  - Der Spot ist witzig, sympathisch und „mal was Anderes“. Er ist auch leichter verständlich als der Spot aus dem Vorjahr.
  - Besonders gut gefällt er Frauen im Alter von 30-59 Jahren.

- **MARKE**
  - Seit Beginn des TV-Engagements liegen die Markenwerte für Musterring kontinuierlich auf einem höheren Niveau als vor dem Kampagnenstart. Durch die regelmäßige TV-Präsenz gelingt es Musterring, dieses hohe Niveau zu halten.
  - Im Vergleich zur letzten Erhebung sind Werbeerinnerung und Spot-Recognition angestiegen. Bei der gestützten Werbeerinnerung liegt Musterring sogar auf dem ersten Platz – ungeachtet des hohen TV-Investments der Wettbewerber.
  - Auch im Bereich Markenimage ist Musterring nach wie vor führend, v.a. beim Aspekt Hochwertigkeit.

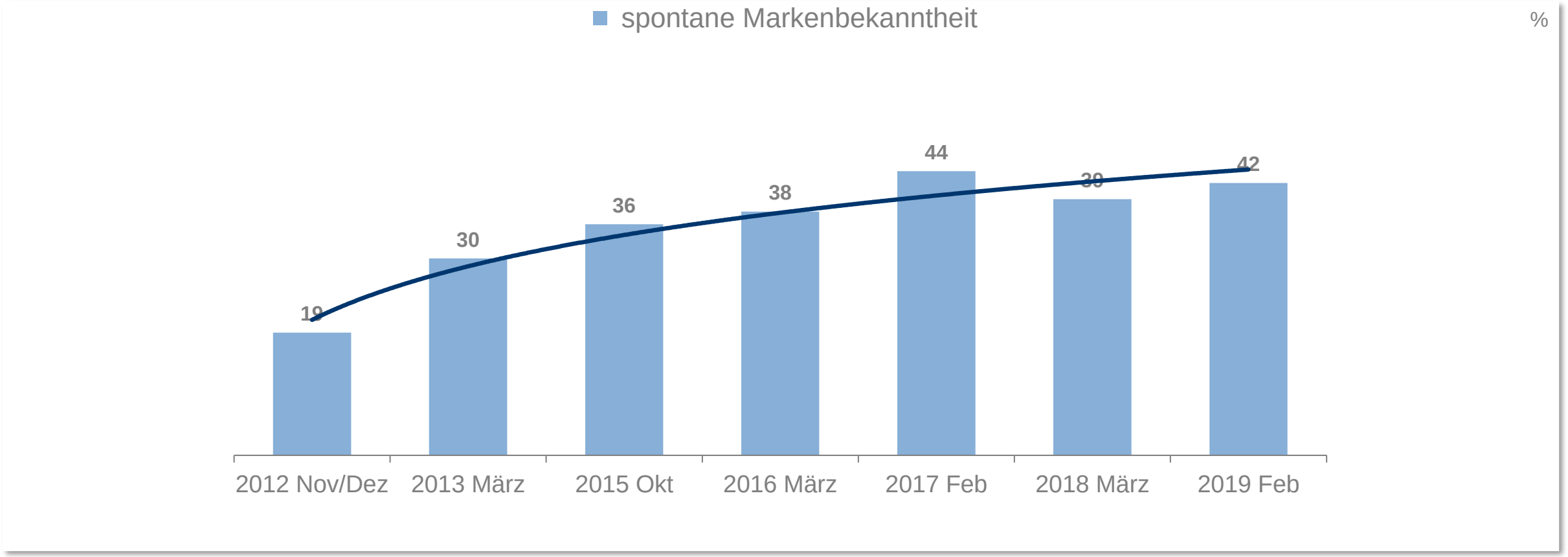
Spotprofil

„trifft auf den Spot zu“ (Punkte 1 und 2 auf 5-stufiger Skala)

Basis: 815 Personen 14-69 Jahre

Langfrist-Entwicklung

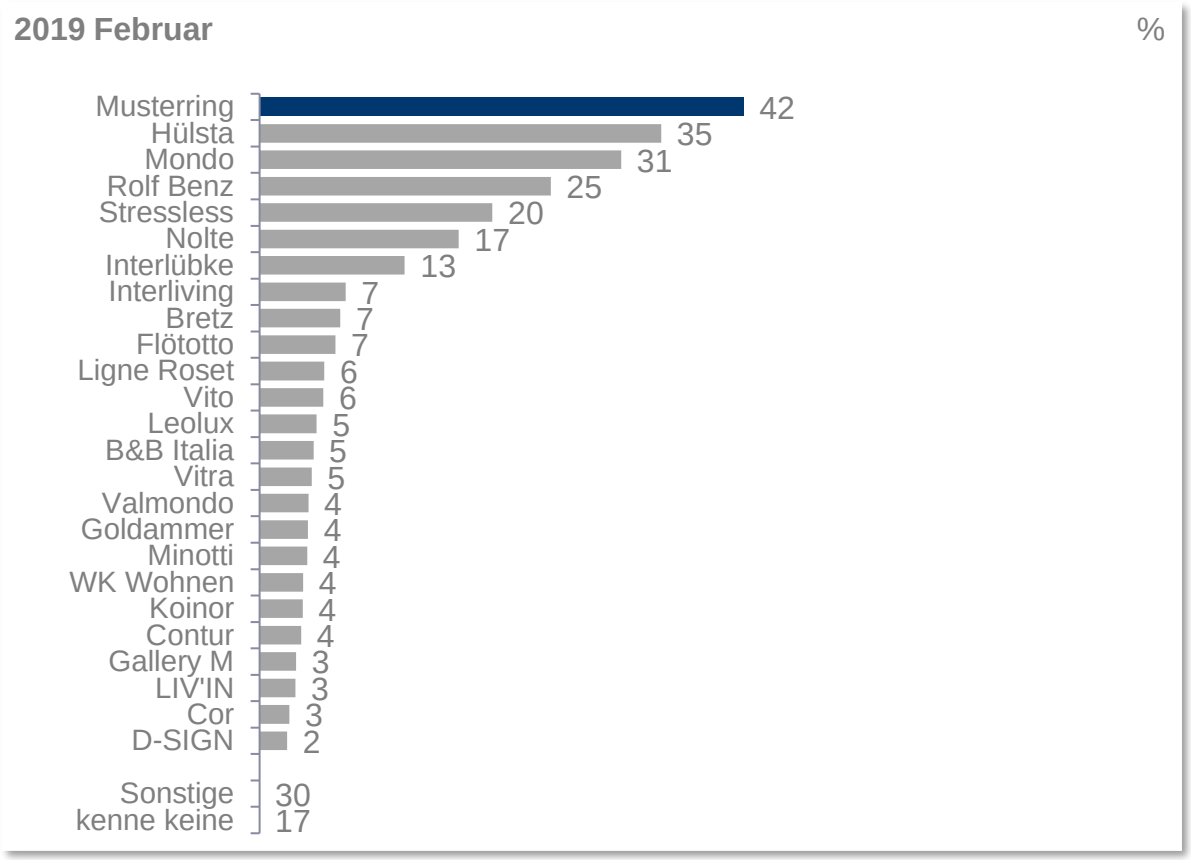
Musterring



Basis: 820 | 829 | 833 | 826 | 819 | 819 | 815 Personen 14-69 Jahre

Spontane Markenbekanntheit

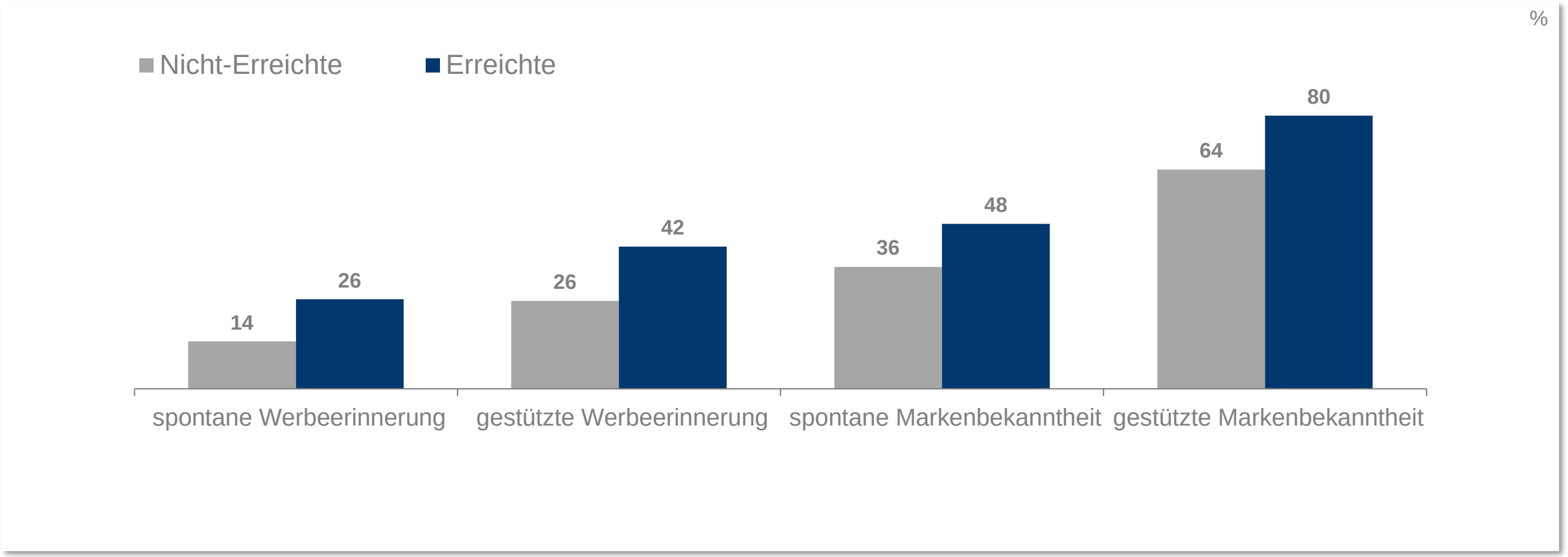
Welche Möbel-Marken kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? Zählen Sie bitte alle auf, die Ihnen einfallen.
Gemeint sind nicht die Namen von Möbelhäusern, sondern Hersteller-Marken.



Basis: 815 Personen 14-69 Jahre

Wirkung TV-Kontakt | Mentale Verfügbarkeit der Marke

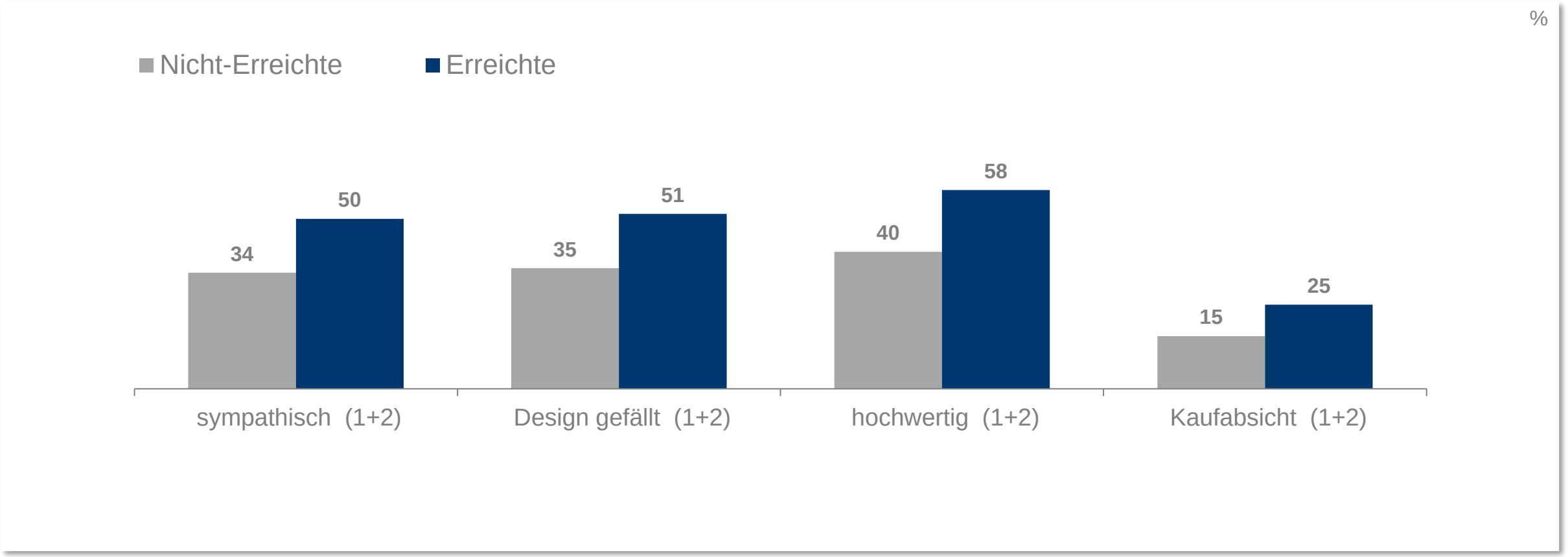
Musterring



Basis: 815 Personen 14-69 Jahre

Wirkung TV-Kontakt | Image und Kaufabsicht

Musterring



Basis: 815 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, GIM, GfK

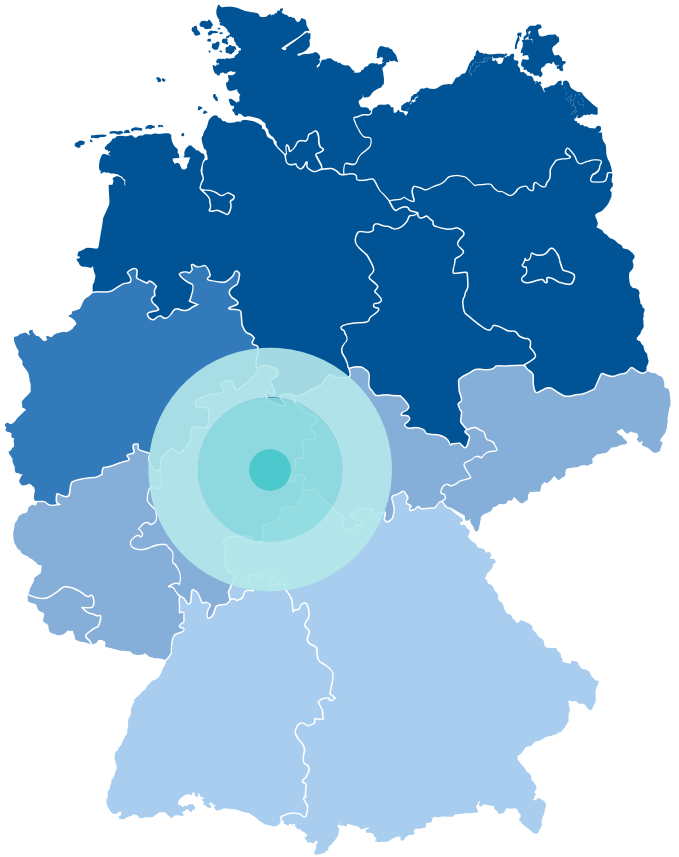
Eckdaten der Befragungen für Musterring bzw. im Bereich Möbelhersteller

2019	Februar | KW 7-8	815 Befragte	
2018	Feb/März | KW 8-11	819 Befragte	
2017	Februar | KW 7-8	819 Befragte	
2016	März | KW 9-12	826 Befragte	
2015	Oktober | KW 42-45	833 Befragte	
2013	März | KW 10-13	829 Befragte	
2012	Nov/Dez | KW 47-50	820 Befragte	*Nullmessung*

Ihr Ansprechpartner

Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

christian.bayer@ard-werbung.de