



SAUDI TOURISM

ARD MEDIA TV-TRACKING
November 2022

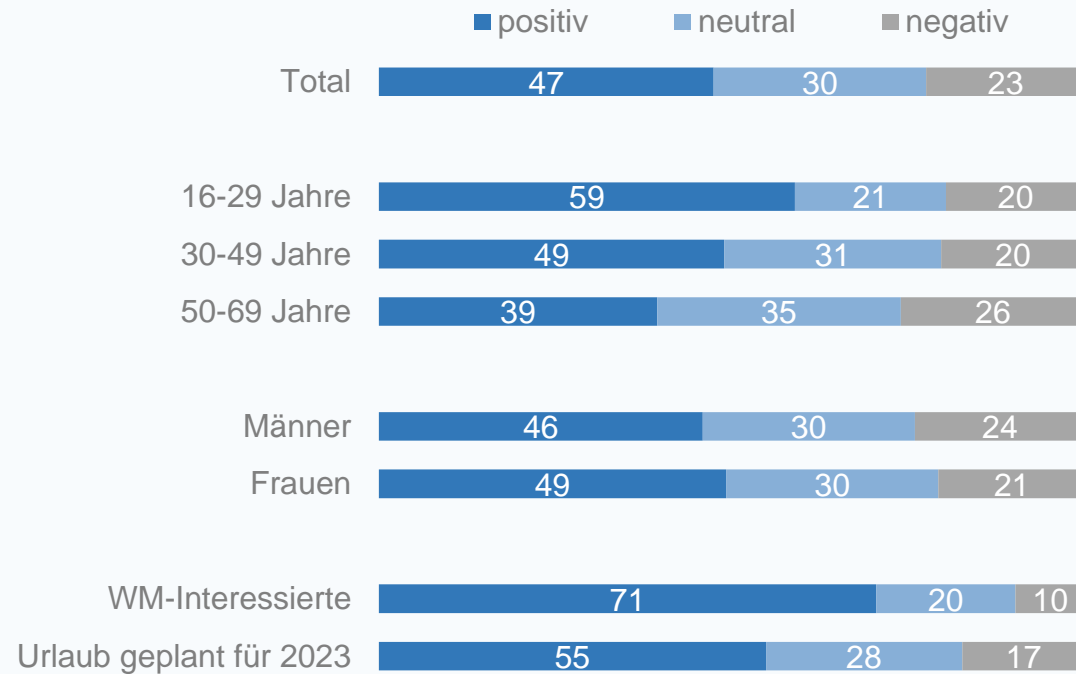
ZENTRALE ERGEBNISSE

Die TV-Kampagne von Saudi Tourism zeigt Wirkung

- Die Werbekampagne zur Fußball-Weltmeisterschaft hat die Wahrnehmung von Saudi-Arabien als Urlaubsland verbessert.
- Knapp die Hälfte der Befragten äußerte sich positiv zum Werbespot, nachdem sie ihn in der Befragung angesehen haben. Unter den WM-Interessierten erzielte er 71% positive Bewertungen, und 60% stimmten zu, er gebe „aufregende Einblicke in das Land“.
- Neben einer erhöhten Werbeerinnerung resultierte der Kontakt mit dem Spot im TV in einer positiveren Einstellung zum Urlaubsland. Von der Kampagne erreichte Personen stimmten eher zu, dass sie sich in Saudi-Arabien willkommen fühlten, dass das Land vielfältig sei und Urlaub dort ein intensives Erlebnis.
- Außerdem gaben Personen mit Kampagnenkontakt häufiger an, Saudi-Arabien als Urlaubsland in Betracht zu ziehen.

SPOTBEWERTUNG

Jüngere Personen bewerten den Spot positiver



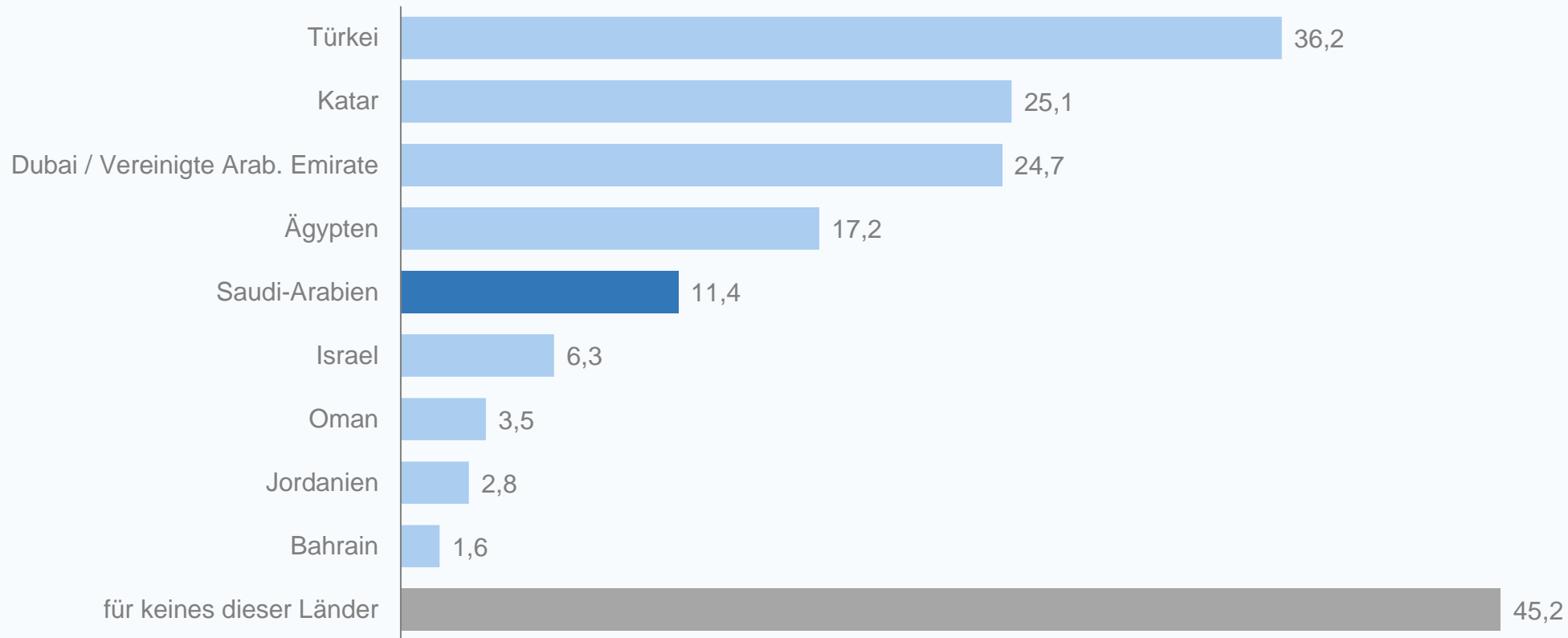
Saudi Tourism „Erlebe mehr“

(%) Einmal alles in allem betrachtet: Wie gefällt Ihnen dieser Werbespot?

Basis: 1.036 Personen 16-69 Jahre

GESTÜTZTE WERBEEERINNERUNG

11% erinnern sich an Werbung für das Urlaubsland Saudi-Arabien (ohne Vorspielen des Spots)

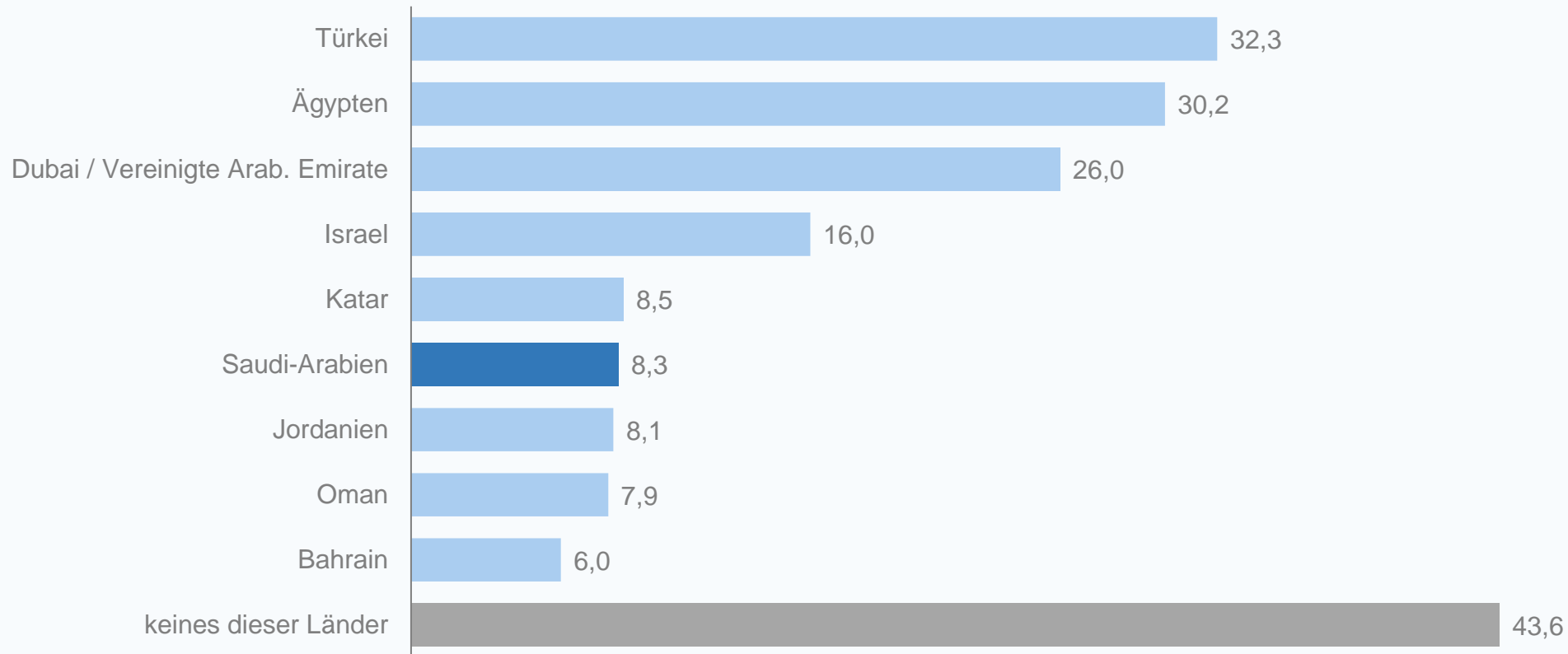


(%) Für welche dieser Urlaubsländer haben Sie in letzter Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?

Basis: 1.036 Personen 16-69 Jahre

CONSIDERATION

8% würden einen Urlaub in Saudi-Arabien in Betracht ziehen

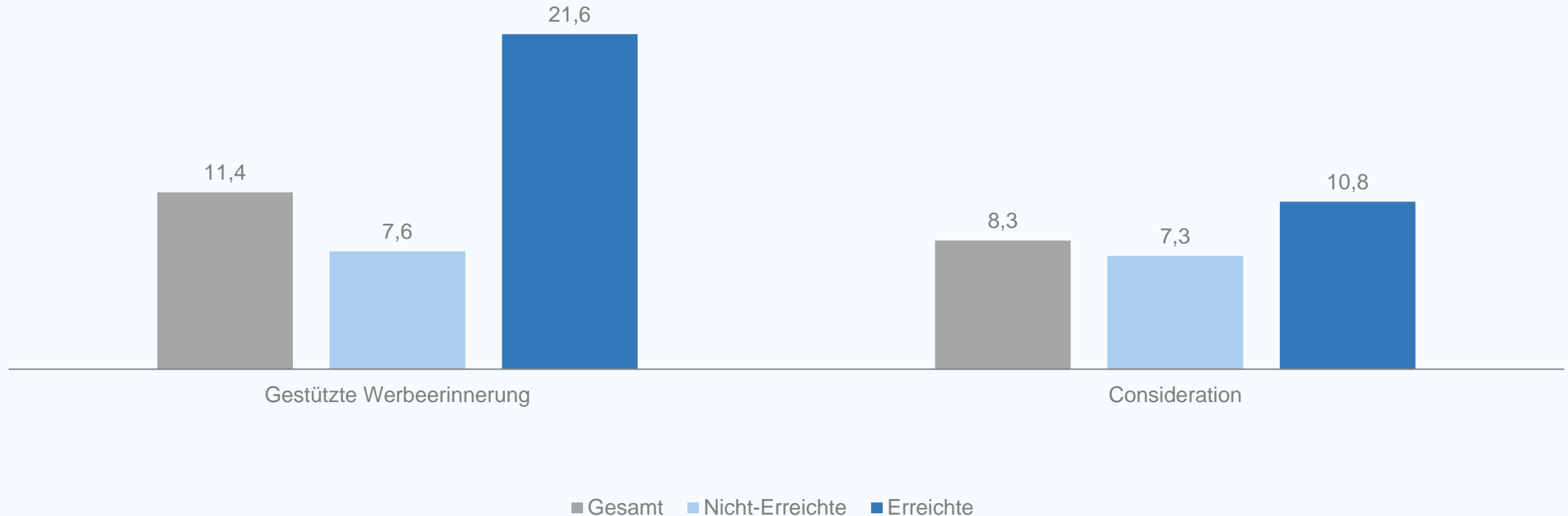


(%) Welche dieser Urlaubsländer würden Sie für sich grundsätzlich in Betracht ziehen?

Basis: 1.036 Personen 16-69 Jahre

ANSTIEG WERBEERINNERUNG & CONSIDERATION

TV-Kontakte verbessern Werbeerinnerung und Consideration

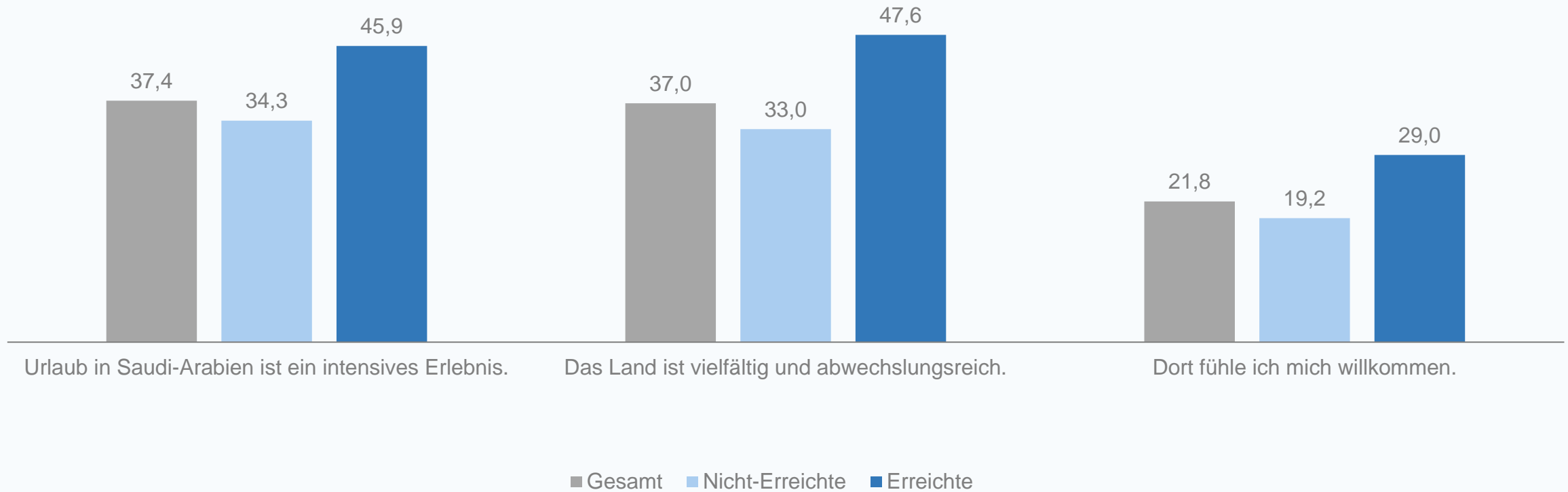


(%) Für welche dieser Urlaubsländer haben Sie in letzter Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen? Welche dieser Urlaubsländer würden Sie für sich grundsätzlich in Betracht ziehen?

Basis: 1.036 Personen 16-69 Jahre

VERBESSERUNG IMAGE

TV-Kontakte haben einen positiven Einfluss auf die Wahrnehmung als Urlaubsland



(%) **Top-2-Zustimmung auf 5er-Skala:** Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen über das Urlaubsland Saudi-Arabien zu?
Basis: 1.036 Personen 16-69 Jahre

ARD MEDIA TV-TRACKING

Eckdaten

- Kampagnenbegleitforschung mittels Online-Befragung
- Je Kampagne 1.000 Interviews
- Personen im Alter von 16-69 Jahren (Onliner Gesamt)
- Deutschlandweit
- Institut: KANTAR

IHR ANSPRECHPARTNER



Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

christian.bayer@ard-media.de

