



## WERBEWIRKUNG DIGITAL OOH LEVI'S ORIGINAL

Kampagne von LEVI'S in Düsseldorf, Hamburg, Berlin und Köln: DOOH (Digital Out-of-Home), TV, Online und Print im Media-Mix

### STUDIENERGEBNISSE



#### POTENTIAL

76% der Innenstädter können mit 30 DOOH Werbeflächen erreicht werden.

#### KAUFANREIZ

Über die Hälfte der Zielgruppe (57%) wird durch die digitalen Motive in der Innenstadt animiert, etwas von LEVI'S zu kaufen.

#### RECOGNITION

Die digitalen Motive von LEVI'S wurden am häufigsten erinnert (38%) - im Gegensatz zu TV (34%) und Online (22%).



#### LEARNINGS FÜR OOH

DCLP IM MEDIA-MIX ...

- > aktiviert zum Kauf am Point of Interest.
- > animierte Motive hinterlassen höchstes Erinnerungsniveau.
- > unterstützt starke Kampagnen.

## STUDIENDESIGN

### DIGITAL CASE // LEVI'S

- > **Ziel**  
Nachweis der DOOH Werbewirkung in einer crossmedialen Kampagne
- > **Methode**  
Online-Erhebung in Düsseldorf nach DOOH-Ausspielung
- > **Zielgruppe**  
In der Kampagnenwoche in Düsseldorf an mind. 3 Tagen unterwegs, Alter 18–59 Jahre
- > **Medieneinsatz**  
2 unterschiedlich animierte digitale Motive, Digitale City-Light Poster an 30 Standorten in Düsseldorf, 26 Standorten in Hamburg, 40 Standorten in Berlin, 17 Standorten in Köln, TV, Print, Online Display & Video, Digital Social Media
- > **Ausspielung**  
2 Wochen
- > **Feldzeit**  
13.03.2017–19.03.2017
- > **Fallzahl**  
N=328
- > **Institut**  
Trend Research, Hamburg



## FRAGESTELLUNGEN

### DIGITAL CASE // LEVI'S

- > **Potential**  
„Wie oft waren Sie in der Innenstadt in der letzten Woche unterwegs?“
- > **Recognition**  
„Hier sehen Sie digitale Plakate/TV/Internet/Print-Werbung für LEVI'S. Haben Sie diese Spots oder Anzeige so oder so ähnlich in der letzten Zeit gesehen?“
- > **Aktivierung und Kampagnenbewertung**  
„Nachdem Sie nun die Kampagne von LEVI'S kennengelernt haben. Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf die gesamte Kampagne von LEVI'S zu?“  
„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich in der nächsten Zeit etwas von LEVI'S kaufen werden?“

(Daten beziehen sich auf Antworten sehr wahrscheinlich und eher wahrscheinlich)

\*Aushangstädte: Berlin, Düsseldorf, Freiburg, Hamburg, Kaiserslautern, Karlsruhe, Köln, Leipzig, Mannheim, München, Münster, Potsdam