

BEWEGTBILDBOOHSTER

Grundlagenstudie 2014 von WallDecaux und OMG



WallDecaux
Premium Out of Home

Bewegtbildboosterstudie 2014

Kann Out of Home Bewegtbildkampagnen verstärken?

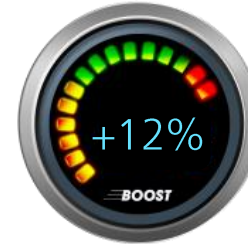
Bewegtbild-Zielgruppe

Nur Kampagnenkontakte durch
Bewegtbild

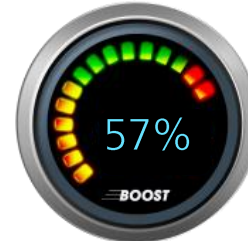


BOOHS-TER-Zielgruppe

Zusätzlich Kampagnenkontakte
durch Out of Home



Inkrementelle
Reichweite^{1.)}



Visual Transfer^{2.)}



Branding^{3.)}



Aktivierung^{4.)}

Anmerkung:

- 1.) Zusätzliche Werbeerinnerer durch Standbild.
- 2.) Befragte, die angeben, dass sie durch die Plakate an den Spot erinnert wurden.
- 3.) Ungestützte Erinnerung an das beworbene Modell.
- 4.) Befragte, die sich näher über den C1 informiert haben.

Ergebnis: Out of Home stärkt Bewegtbild durch 4 BOOHST-Effekte

1. Inkrementelle Reichweite



Out-of-Home erhöht Netto-reichweite & Kampagnenkontakte.

3. Branding

Durch die Reduktion auf das Wesentliche verstärkt das Standbild die Verankerung des Kampagnenabsenders.



2. Visual Transfer

Out-of-Home ruft unterwegs die bewegte Werbung wieder ins Bewusstsein und verstärkt so deren Wirkung.



4. Aktivierung

Out-of-Home gibt Impulse, Online weitere Informationen zur Kampagne abzurufen.



Out-of-Home stärkt Bewegtbild.

WallDecaux Premium Out of Home

Wall GmbH
Unternehmenszentrale
Friedrichstraße 118
10117 Berlin

T +49 30 33899-0
info@walldecaux.de
walldecaux.de

WallDecaux
Premium Out of Home