

Werbung der AMS Mitglieder 2016

Benchmarking

Methode	Onlinebefragung
Instrument	Vollstrukturierter Fragebogen
Grundgesamtheit	Männer und Frauen der Deutsch- und Westschweiz im Alter von 15 bis 70 Jahren.
Stichprobe	jeweils mind. 800 Personen
Studienorganisation	AMS Agro Marketing Suisse – Daniel Imwinkelried/Samuel Wetz GfK AG – Adrian Grüter
Erstellung des Jahresvergleichs	AMS Agro Marketing Suisse – Samuel Wetz

Reichweite (Netto)

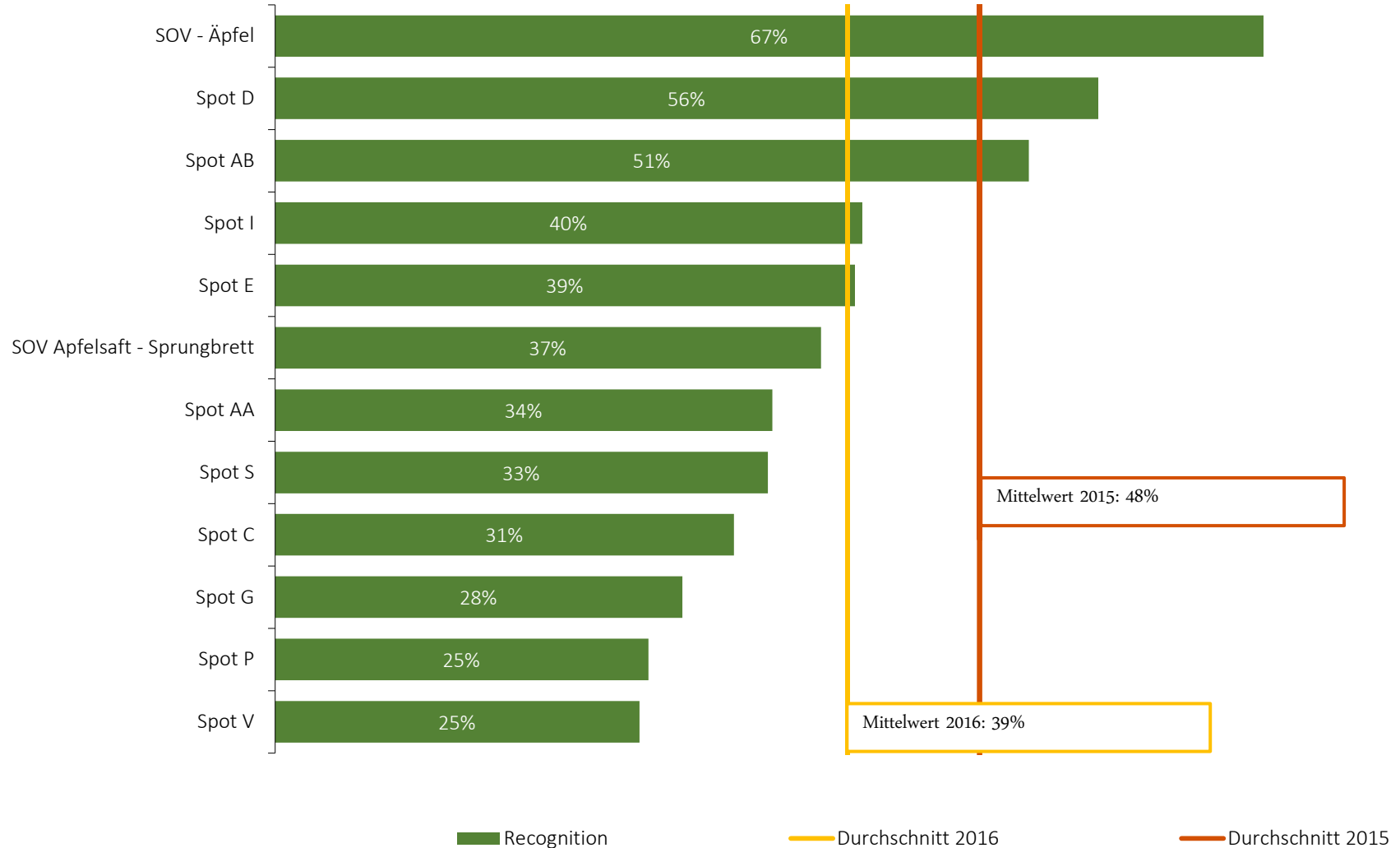
Zentraler Begriff in der Mediaplanung.

Die Reichweite einer Kampagne bezeichnet den Anteil der Bevölkerung oder einer bestimmten Zielgruppe, der in einem bestimmten Zeitraum Kontakt mit dieser Kampagne hatte.

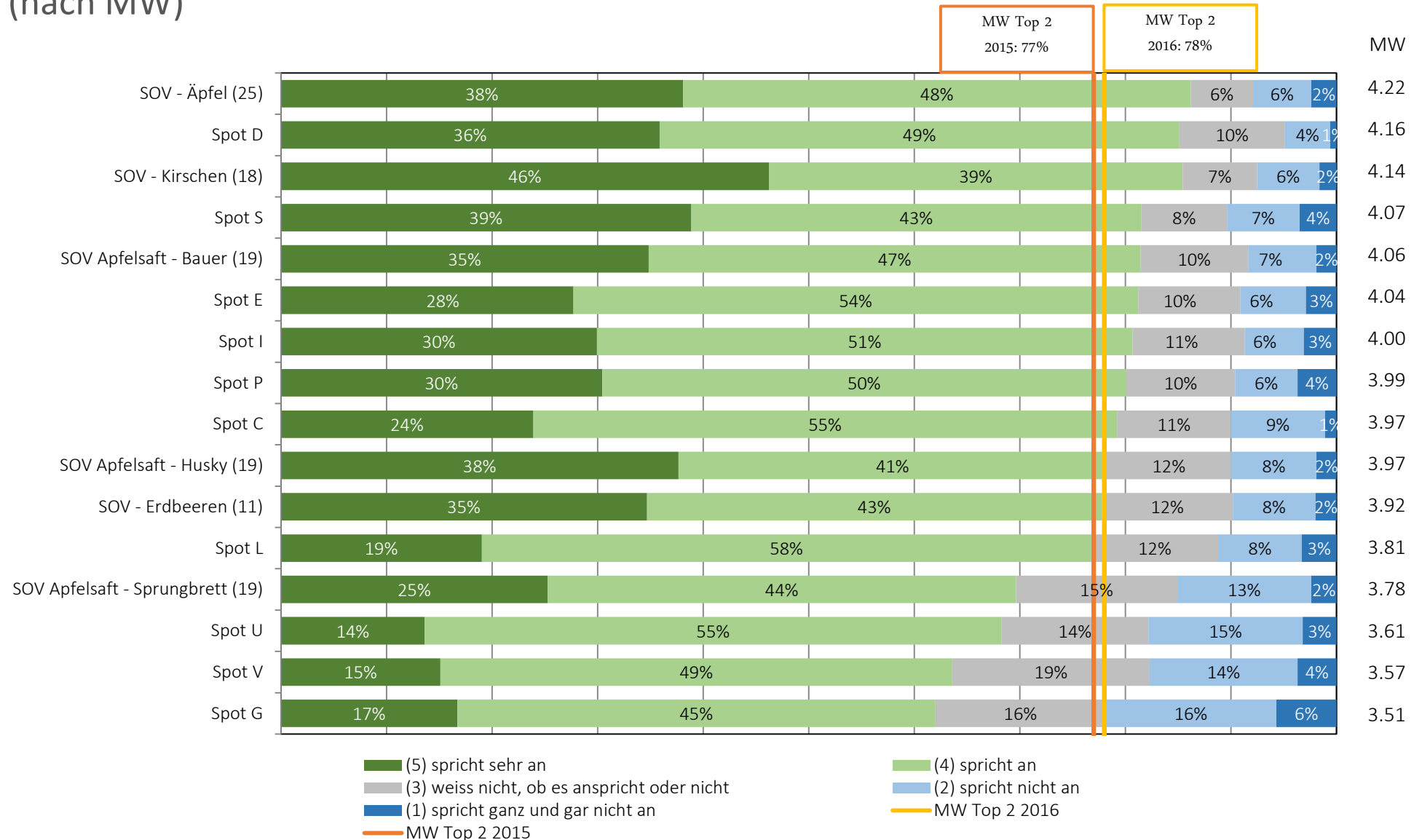
WICHTIG: Es gibt je nach Medium verschiedenste Arten der Erhebung und Berechnung von Kontakten.

Wer hat die besten Erkennungs-Werte erreicht?

Spots

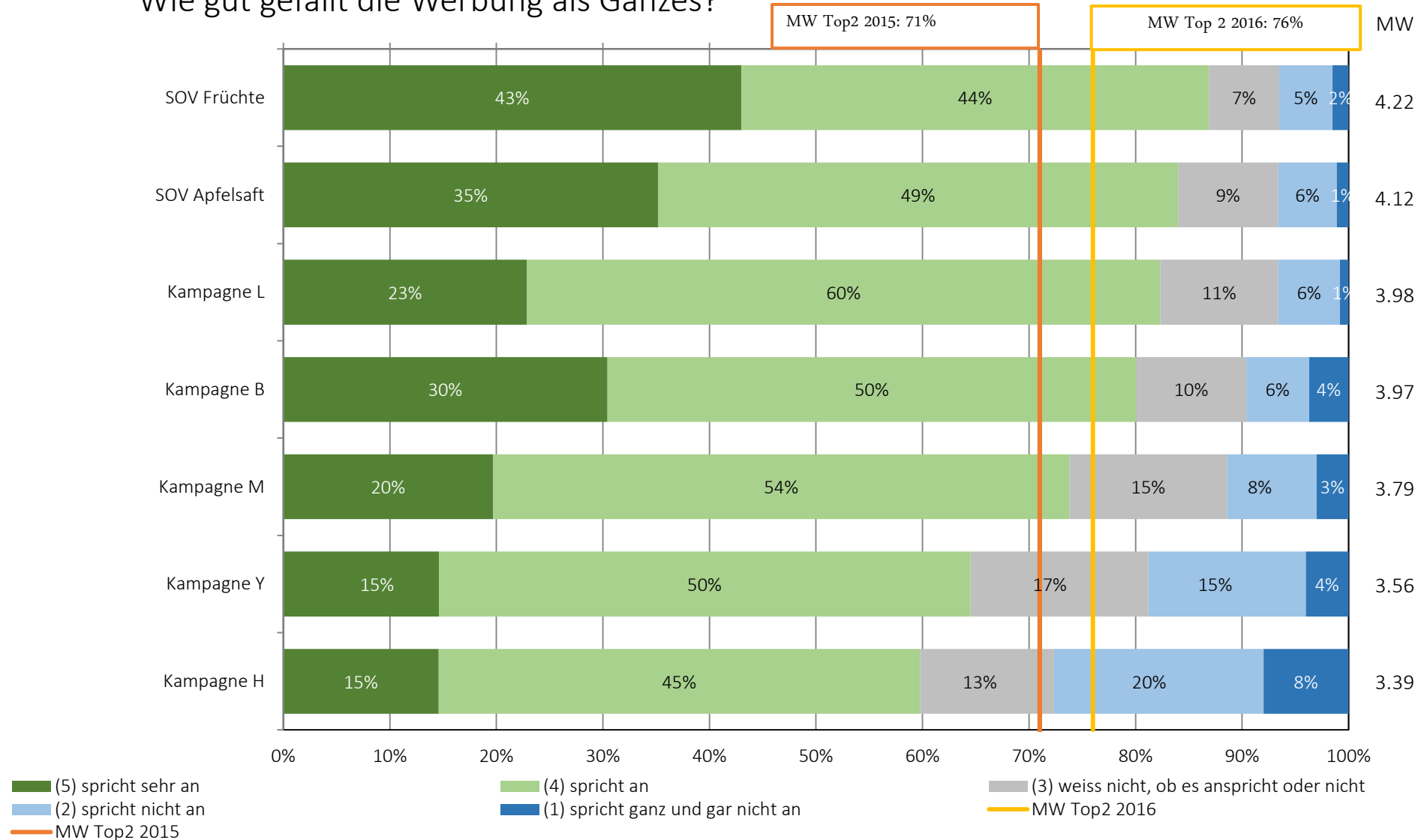


Rangliste Akzeptanz der einzelnen Spots (nach MW)

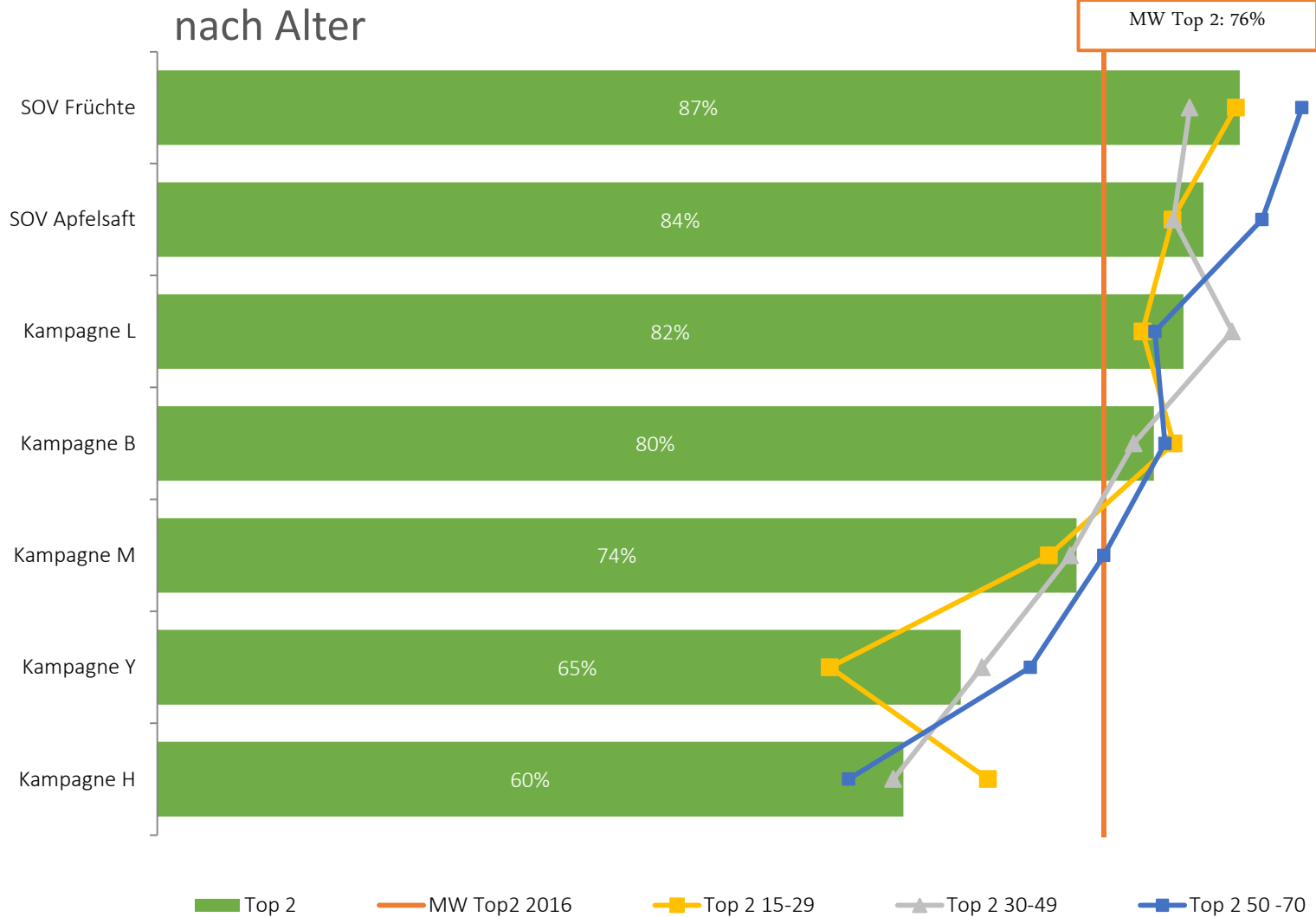


Akzeptanz Kampagne (nach Top2)

Wie gut gefällt die Werbung als Ganzes?

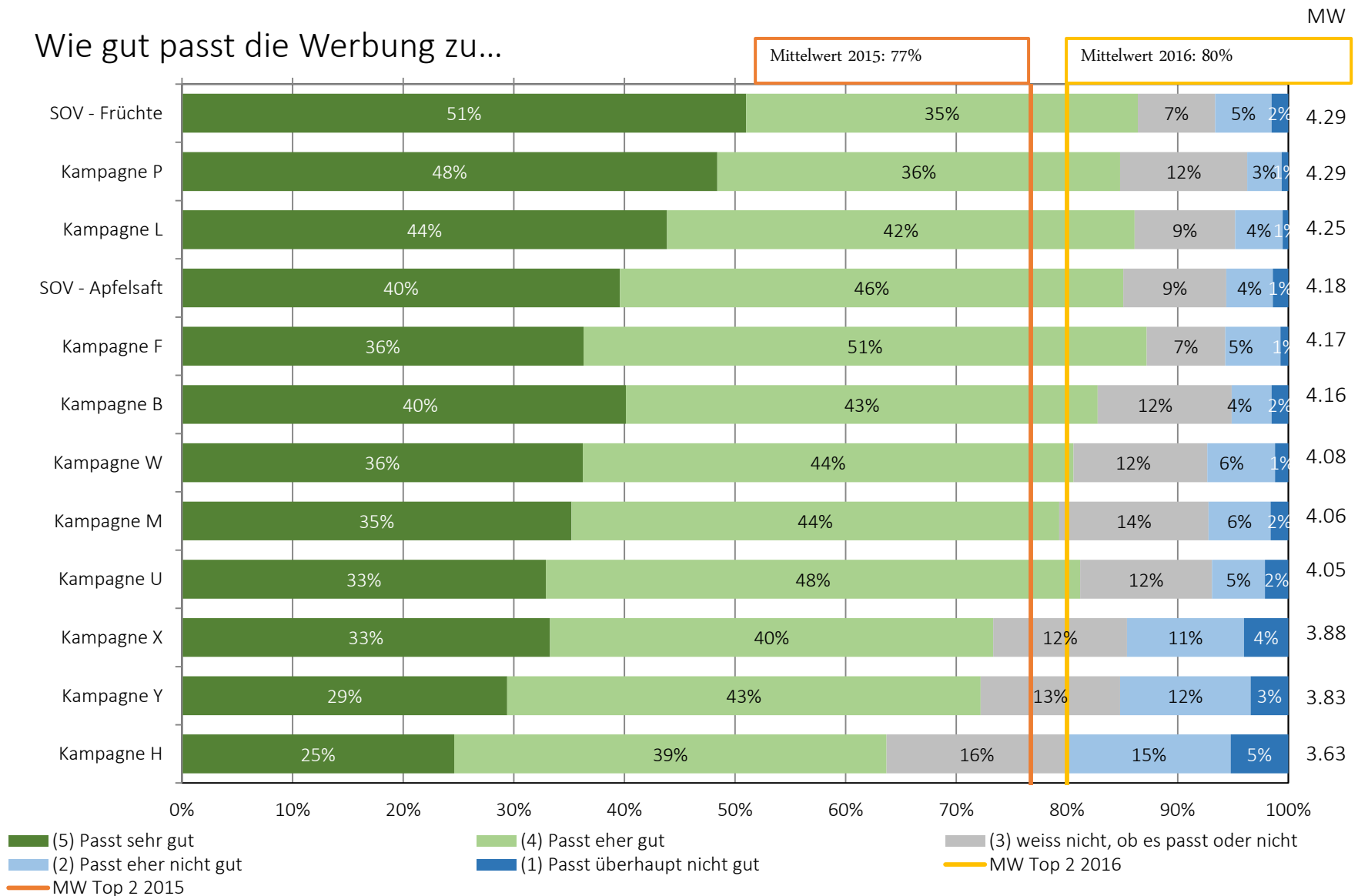


Akzeptanz Kampagne - Zielgruppen



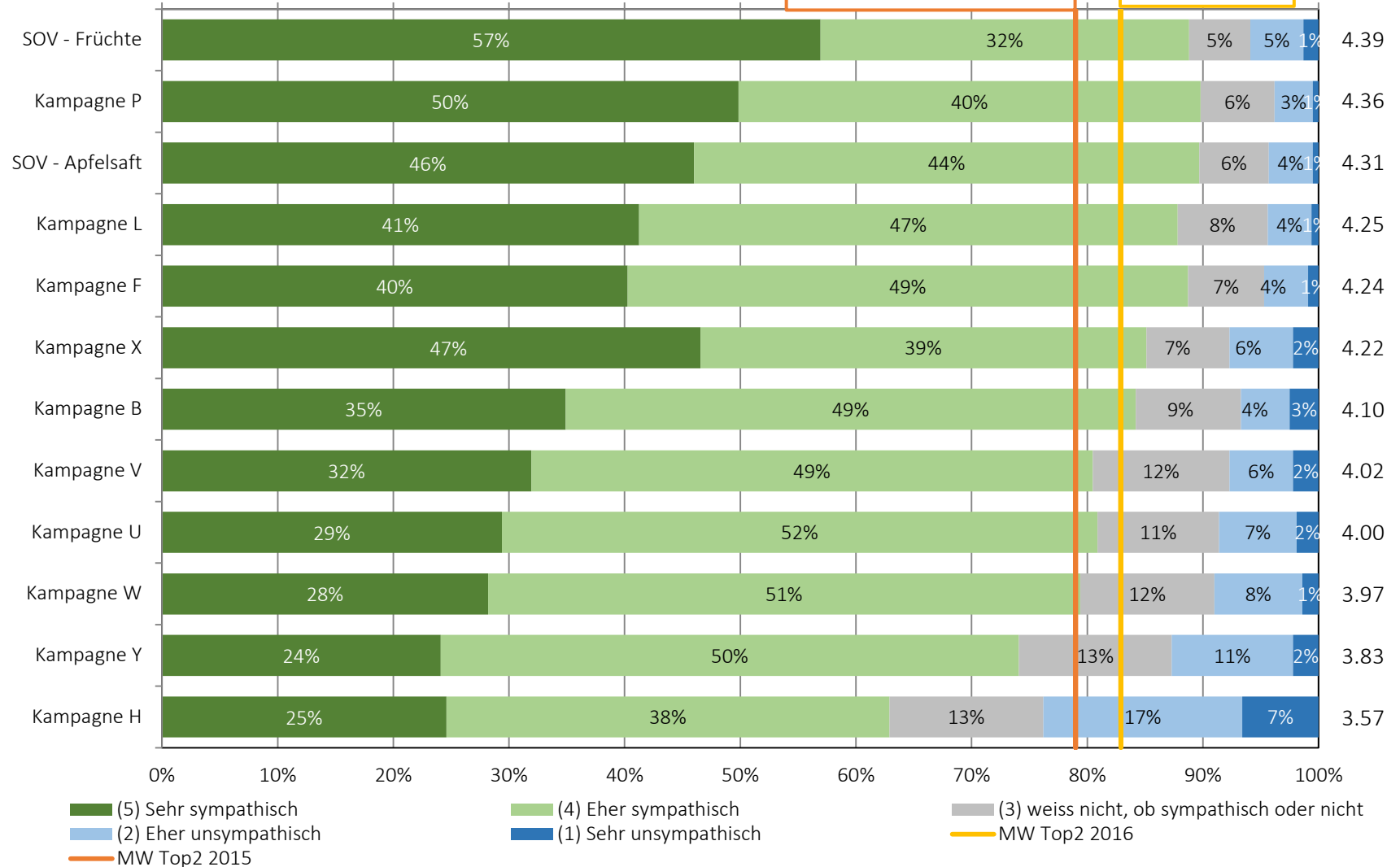
Adäquanz Kampagne (nach MW)

Wie gut passt die Werbung zu...

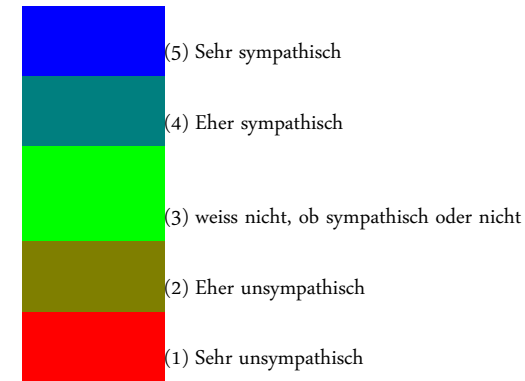
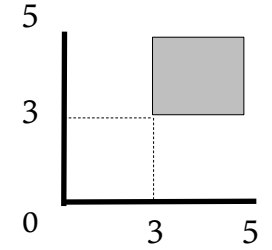
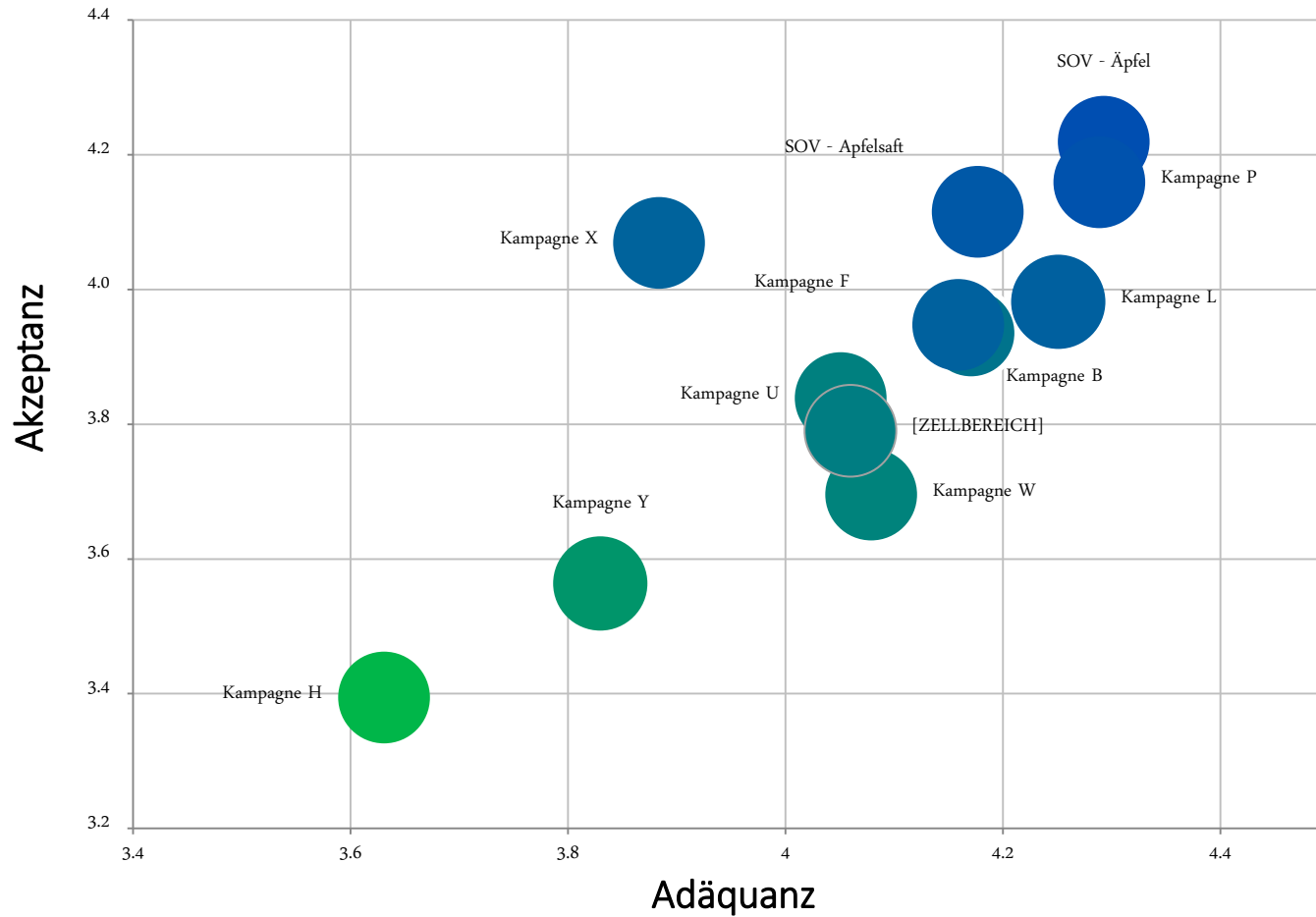


Sympathie Kampagne (nach MW)

Wie sympathisch ist Ihnen die Werbung?



Kampagnen Übersicht 2016



- In den letzten Jahren konnten die Benchmarking-Werte der Spots und Plakate stetig verbessert werden (s. weniger Bottom 2 Werte).
- Alle Kampagnenwerte (Akzeptanz/Adäquanz/Sympathie) sind im Jahr 2016 im Durchschnitt höher als noch im Jahr 2015.

