



CREAKOMPASS AUSWERTUNG DARSTELLER

16.12.2016

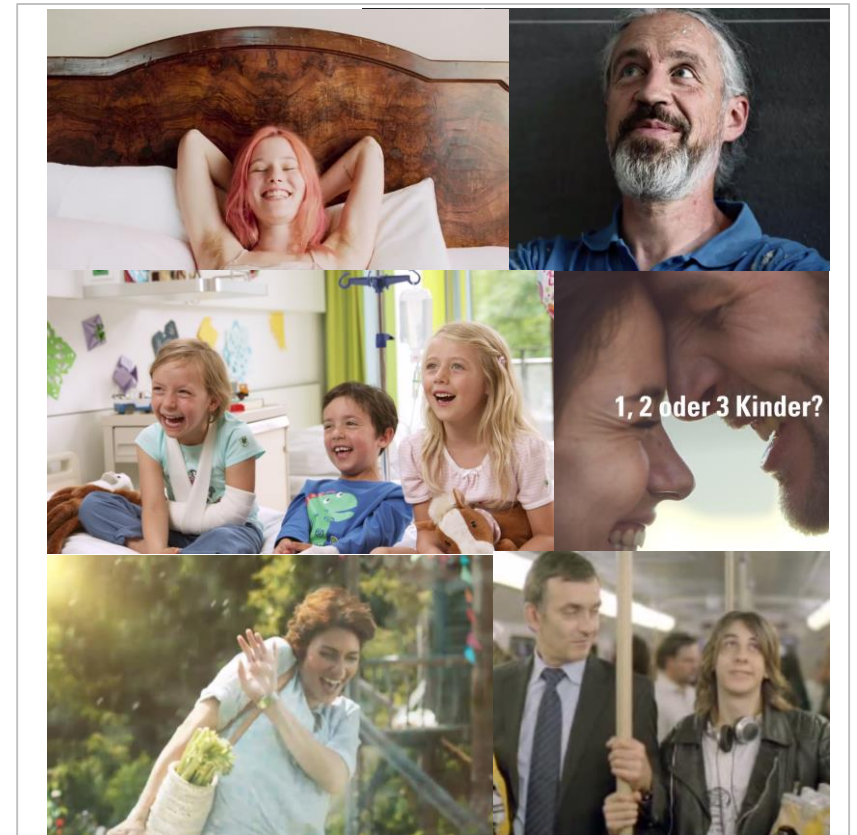


CreaKompass Exkurs Spotdarsteller

MANAGEMENT SUMMARY DARSTELLER



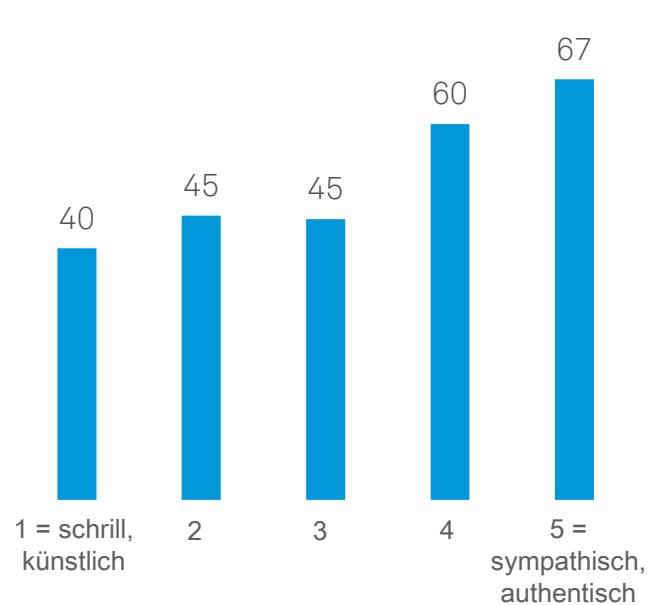
- **Fragestellung:** Welchen Einfluss haben die Darsteller auf die Werbewirkung?
- **Methode:** Auswertung des CreaKompass (Qualitativer Studiotest mit rezeptionsbegleitenden apparativen Messverfahren und einer postrezeptiven Befragung, n=230 Spots/ durchführendes Institut Mediascore)
- **Ergebnis:** Je authentischer die Darsteller, desto höher auch alle relevanten Werbewirkungsparameter. Besonders Spots mit Charakterköpfen oder individuellen Personen mit Ecken und Kanten erzielten Top Werte.



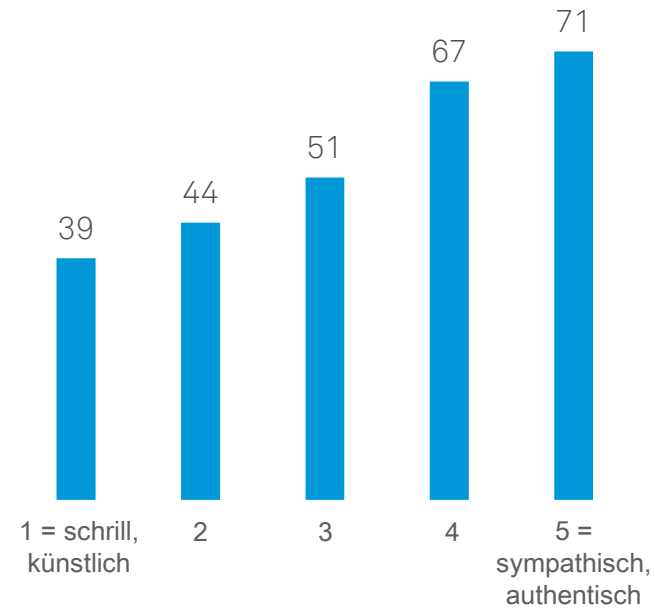
MIT DER AUTHENZITÄT UND DER SYMPATHIE DER DARSTELLER STEIGEN WIRKUNGSPARAMETER



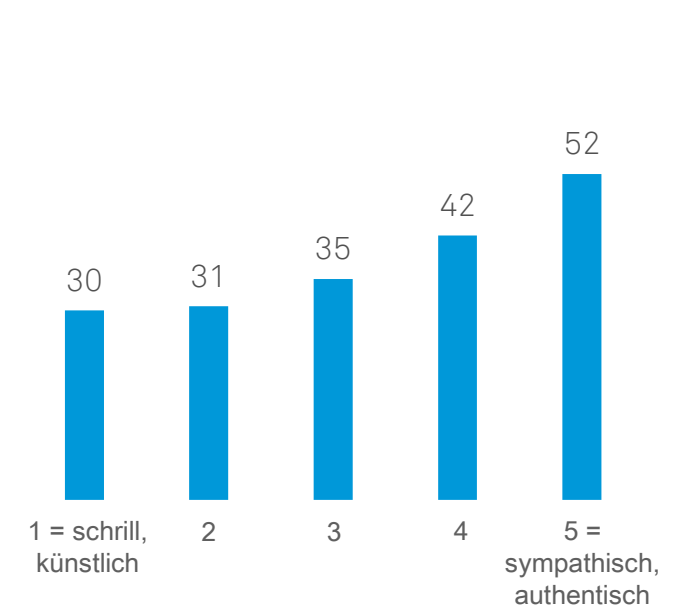
Spotgefallen



Geweckte Markensympathie



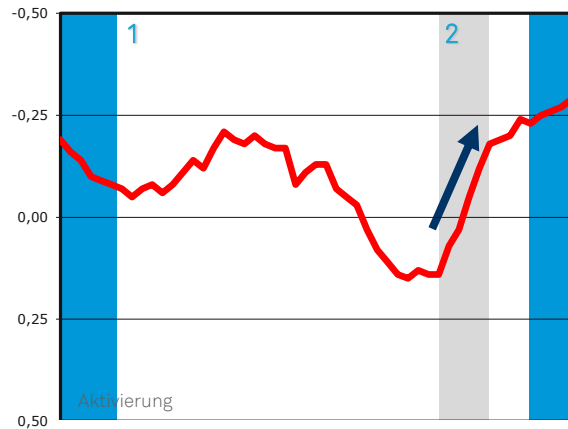
Gewecktes Kaufinteresse



starke
Aktivierung



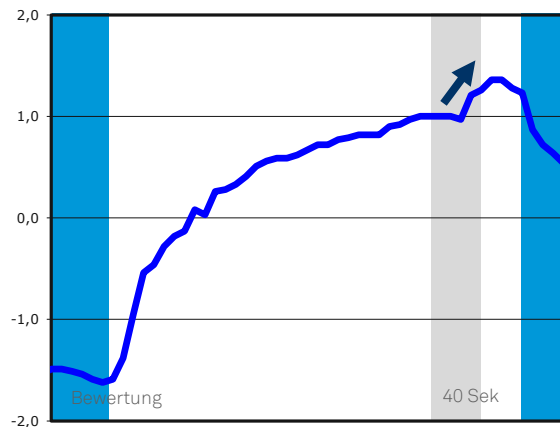
geringe
Aktivierung



gefällt
gut



gefällt
nicht



Quelle: Mediascore, qualitativer Studiotest, apparative Messungen n=40

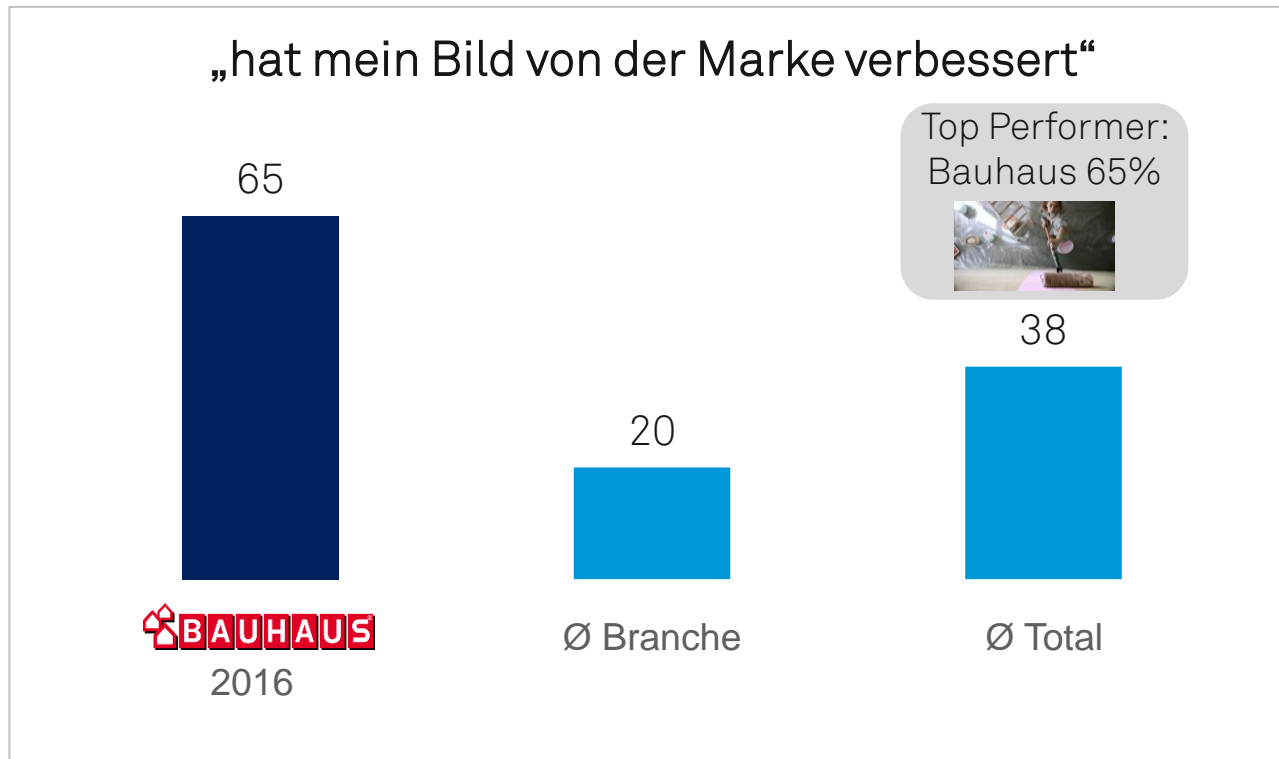
Close-Up



Die wirkungsvoll inszenierte Überleitung (Innehalten und Zoom auf das Gesicht des älteren Mannes) zur Schlussfolgerung in Spotphase 2 („... dann wäre BAUHAUS nur ein Baumarkt“) stößt einen nochmaligen **Aktivierungs- und Bewertungsaufschwung** an. (Die Dynamik im Aktivierungsparameter dokumentiert ein **aktives Mitvollziehen** der Spotinhalte)

DER SPOT KANN FÜR DIE MEHRHEIT DAS MARKENBILD VERBESSERN

Der Spot.....





VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Ihr Ansprechpartner:

Brigitte Bayer

Senior Projektleiterin Werbewirkungsforschung

Picassoplatz 1

50679 Köln

www.ip-deutschland.de

Telefon:

0221 456-26444

Telefax:

0221 45695-26440

Mobil:

+49 0172 1777 636

E-Mail:

brigitte.bayer@ip-deutschland.de



Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 33 057 | Geschäftsführer: Matthias Dang | USt.-IDNr. DE 114 383 325