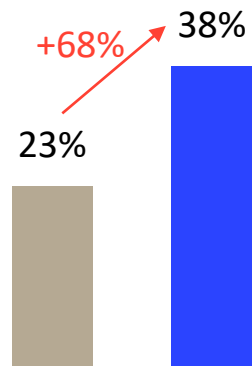


Die Desinfektionsmittel-Kampagne mit drei Erscheinungstagen in der regionalen Tageszeitung erzielt starke Effekte



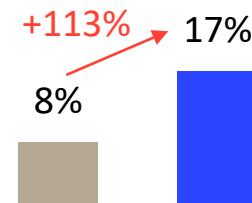
Gestützte Markenbekanntheit

■ Pretest ■ Posttest



Gestützte Werbeerinnerung

■ Pretest ■ Posttest



Jeder dritte Leser kann sich an eine der Junior Page Anzeigen erinnern.

Dies entspricht mehr als

10 Mio.

Lesern.

*Signifikant zur Welle 0 (p<.05)

Quelle: Score Media Werbewirkungsstudie Desinfektionsmittel 2020.

Kampagnenzeitraum: Q2 2020 mit 3 Anzeigen. Basis: Pre n=510, Post n=753.

Bild: Unsplash