

Die Kampagne von eBay erreicht die passende Zielgruppe und kommuniziert erfolgreich



- **Starker Zielgruppenfit in der regionalen Tageszeitung**
Score Media-Leser*innen haben ein überdurchschnittliches Interesse an Online-Handel (Index 142 ggü. Nicht-Leser*innen).
- **Kernaussage klar angekommen**
66% der Befragten mit Anzeigenerinnerung nehmen bewusst wahr, dass eBay kleine und lokale Händler unterstützt (Index 166 ggü. Befragten ohne Anzeigenerinnerung).
- **Hohe Aktivierung**
63% der Befragten, die sich an die Kampagne erinnern, möchten sich weiterführend über das Angebot von eBay informieren (Index 234).

Quelle: Score Media eBay Werbewirkungsstudie 2021
Kampagnen-ETs: 20.05., 27.05., 02.06., 10.06.; Befragungszeitraum: 11.-14.07.
Basis: Befragte im Kampagnengebiet Score Media-Leser*innen n=701, Nicht-Leser*innen n=301; Anzeige erinnert n=164, Anzeige nicht erinnert n=838
Bilder: Rheinische Post Düsseldorf, Ausgabe vom 2. Juni; eBay