

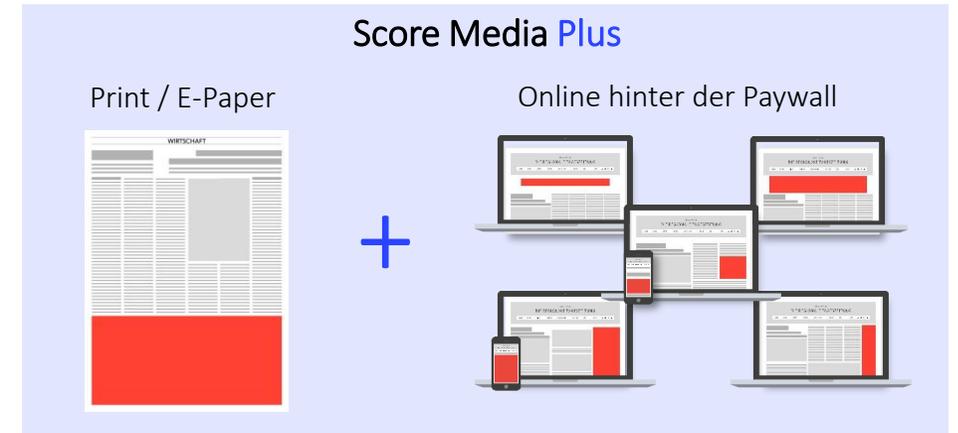
Exklusive Werbung hinter der Paywall entfaltet ihre volle Wirkung

Hohe Erinnerung und starke Aktivierung

Eine Arbeitnehmerorganisation hat in einer **crossmedialen Kampagne** in Print, E-Papern und auf Werbeflächen **hinter der Paywall** der Newssites unserer regionalen Tageszeitungen geworben.

Das Ergebnis:

- / Die Nutzung der Newssite hinter der Paywall sowie der Printausgabe der Zeitung führen **zu einer hohen Werbeerinnerung (+65%)**.
- / Weiter aktiviert die Kampagne enorm: So wollen die **Paid Online-Nutzer*innen**, die sich an die Motive erinnern, beispielsweise **eher dem Kampagnenaufwurf folgen (+66%)**.



Quelle: Score Media Erfolgsmessung für eine Plus-Kampagne 2022
Methode: Online-Befragung; Stichprobe n=1.006; Befragungszeitraum: Juni 2022; Dienstleister: Annalect
Basis: Gratis Online only n=426, Paid Online und Print n=127; Paid Online mit Motiv-Recognition n=267; Index ggü. Gesamt
Frage: Für welche der folgenden Unternehmen haben Sie in den letzten sieben Tagen Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
Kampagne: Print / E-Paper blattbreite Anzeige am 13.06., Online High Impact AdBundle Plus vom 13.-19.06.

*Signifikanter Unterschied ($p < 0.05$) zur Vergleichsgruppe