



/ Presseinformation

Wiesenhof-Frühstückskampagne: Werbung in regionalen Tageszeitungen verstärkt Markenbekanntheit und macht Lust auf Wurst

Aktuelle Begleitstudie von Score Media zur Wiesenhof-Anzeigenkampagne „Gutes Frühstück!“ belegt positive Wirkung regionaler Tageszeitungsumfelder auf Aufmerksamkeit und Werbeerinnerung.

Zentrale Ergebnisse der Studie:

- / Die ungestützte Bekanntheit der Marke Wiesenhof hat sich bei den Lesern regionaler Tageszeitungen über vier Schaltungen hinweg um 45 Prozent erhöht.
- / Jeder sechste Leser (16 Prozent) erinnert sich deutlich an Wiesenhof-Werbung (bei den Nicht-Lesern sind es nur vier Prozent).
- / Fast zwei Drittel (63 Prozent) der Leser bewerten die Motive als optisch ansprechend, 58 Prozent als appetitanregend. 40 Prozent fühlen sich animiert, die Produkte selbst zu probieren.
- / Tierwohl: Für die Mehrheit der Leser sind kurze Transportwege und Herkunft der Produkte wichtig.

Düsseldorf/München, 18. Juli 2019 – Vier Samstage, vier auf den Claim „Gutes Frühstück!“ abgestimmte und aufmerksamkeitsstarke Motive und das auf je einer Junior Page: Dies sind die Eckdaten der Wiesenhof-Kampagne, die zwischen Mitte März und Mitte April 2019 in den regionalen Zeitungstiteln von Score Media gelaufen ist. Ziel des Geflügelwurstherstellers war es, die Bekanntheit der Marke nachhaltig zu steigern, die Produktvielfalt aufzuzeigen und die Verbraucher zu inspirieren, ihren Frühstückstisch mit Geflügelwurstprodukten von Wiesenhof zu bereichern. Wie hervorragend dies gelungen ist, zeigt eine kampagnenbegleitende Studie von Annalect im Auftrag von Score Media, dem nationalen Vermarkter regionaler Tageszeitungsmarken.

So ist die ungestützte Bekanntheit der Marke Wiesenhof im Zuge der Frühstückskampagne „Gutes Frühstück!“ bei den Lesern der regionalen Tageszeitung von acht auf 14 Prozent und damit um deutliche 45 Prozent angestiegen. Zum Vergleich: Unter Nicht-Lesern blieb die harte Währung „ungestützte Markenbekanntheit“ im gleichen Zeitraum unverändert. Gleichzeitig hat es Wiesenhof bei knapp 40 Prozent der Leser ins Relevant Set für den Frühstückstisch geschafft.

Die Anzeigenmotive: Kreation, die hängenbleibt

Auch in puncto Werbeerinnerung überzeugte die Kampagne: Jeder sechste Leser der Regionalzeitung (16 Prozent) gab an, in den letzten Wochen Wiesenhof-Werbung gesehen zu haben (vs. vier Prozent – das ist nur jeder 25. – bei den Nicht-Lesern). Dies entspricht einer Steigerung der Kampagnenerinnerung um 27 Prozent gegenüber der Nullmessung. Noch stärker als Werbung für Wiesenhof allgemein blieben die „magazinig“ gestalteten Anzeigenmotive in den Köpfen der Verbraucher haften: Die Anzeigen-Recognition wuchs im Kampagnenzeitraum um mehr als 30 Prozent. Zu diesem hervorragenden Ergebnis trug auch die gelungene Kreation der vier



verschiedenen Anzeigenmotive bei, auf denen die Geflügelprodukte Bacon, Salami, Mortadella und Grillbraten beworben wurden. Mehr als die Hälfte der Befragten bewerten die Anzeigen als optisch ansprechend (63 Prozent) und appetitanregend (58 Prozent). 40 Prozent fühlen sich durch sie sogar animiert, die Produkte selbst mal zum Frühstück auszuprobieren.

Tierwohl: Leser regionaler Tageszeitungen legen Wert auf kurze Transportwege und Herkunft

Außerdem wurden die Leser rund um das Thema Tierwohl befragt – und auch hier zeigen sich die Verbraucher sehr engagiert: So sind 84 Prozent der befragten Leser der Meinung, die Hersteller sollten auf kurze Transportwege achten. Jeweils zwei Drittel achten beim Einkauf auf eine deutsche Herkunft und sind der Ansicht, dass Fleisch und Wurstwaren aus Deutschland für Qualität stehen.

„Die regionale Tageszeitung hat sich als optimales Werbeumfeld erwiesen, um die Marken-Awareness für Wiesenhof nachhaltig zu verbessern und Wiesenhof-Geflügelprodukte um den Verzehranlass ‘Gutes Frühstück!’ zu erweitern. Die regionale Tageszeitung, die in der Regel zum Frühstück gelesen wird, und unsere Produkte bilden somit ein perfektes Gespann und sorgen für eine frische, unverbrauchte Inszenierung“, so Dr. Ingo Stryck, Geschäftsführer Marketing bei Wiesenhof.

Andrea Becher, CSO von Score Media, ergänzt: „Vor allem mit der vierten Frequenz stellen wir eine signifikante Steigerung aller relevanten KPIs für unseren Kunden fest. Neben der gelungenen und auf unsere Gattung zugeschnittenen Anzeigenkreation von Wiesenhof erweisen sich hier auch die positiven Abstrahleffekte des Werbeumfelds als Erfolgsfaktor: Schließlich ist die regionale Tageszeitung nachgewiesenermaßen die Mediengattung mit der höchsten Glaubwürdigkeit und verfügt über eine hohe Werbeakzeptanz. Hinzu kommt noch die enorme Reichweite unseres Portfolios – allein in Print erreichen unsere Titel mehr als 27 Millionen Menschen Tag für Tag.“

Bildmaterial steht Ihnen unter folgendem Link zum kostenlosen Download zur Verfügung: https://score-media.de/pressematerial/#kampagnen_studien

/ STUDIENSTECKBRIEF

- / **Methode:** Online-Befragung von 3.097 Lesern und Nicht-Lesern der regionalen Tageszeitung, E18+
- / **Zeitraum:** 3 Wellen – 1 Nullmessung (10.03. – 15.03.2019); 2 Kampagnenmessungen (31.03. – 02.04. und 21.04. – 23.04.2019)
- / **Forschungsinstitut:** Die Studie wurde von Annalect und Trend Research im Auftrag der Score Media Group durchgeführt.





/ ÜBER DIE SCORE MEDIA GROUP

Die Score Media Group zählt mit einem Portfolio von mehr als 270 erfolgreichen regionalen Tageszeitungen und mehr als 640 Lokalausgaben zu den größten Crossmedia-Vermarktern in Deutschland. Die konvergente Reichweite der unter dem Dach der Vermarktungsallianz versammelten Titel liegt bei 53 Millionen Leser/Ausgabe und User/Monat (ma Intermedia PLuS 2018, E14+). Score Media bietet werbungtreibenden Unternehmen umfassenden Service aus einer Hand



und steht für die einzigartige Kombination aus redaktionellen Qualitätsumfeldern, maximaler Crossmedia-Reichweite, regionalen Aussteuerungsmöglichkeiten und maßgeschneiderten Kommunikationslösungen.

Weitere Informationen zur Score Media Group finden sich unter www.score-media.de.

Neues erfahren Sie auch auf    

/ PRESSEKONTAKT

SCORE MEDIA GROUP

Elke Häberle

Content & Communication

Tel: +49 (0) 171 – 545 77 02

E-Mail: elke.haeberle@score-media.de