

STRÖER

Tchibo DIE NEUE CAFISSIMO EASY.
Cafissimo

NEU
29€

So easy!

STRÖER

Werbeerfolgsmessung - Tchibo Cafissimo

Juli 2019

Summary

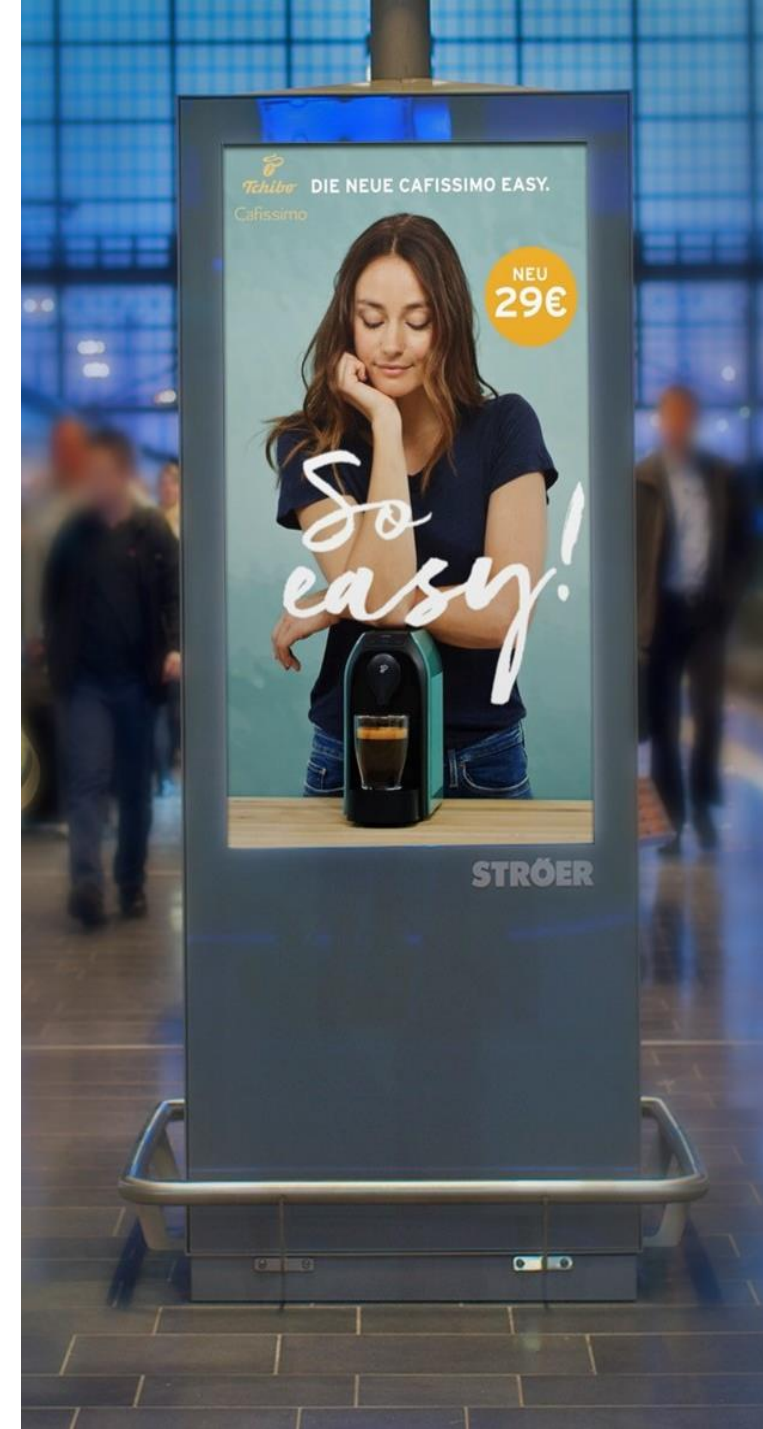
Forschungsfrage

- Welchen Einfluss hat DOOH auf verschiedene klassische Werbewirkungsparameter?

Kernergebnisse

Die Digital Out-of-Home Kampagne am Bahnhof von Tchibo Cafissimo hat sehr gut gearbeitet und liegt z.T. deutlich über vorliegenden Benchmark-Werten.

- **Recognition & Spotgefallen:** Mehr als ein Drittel der Bahnhofsbesucher geben an, den Spot gesehen zu haben. Dabei wird der Spot als sehr modern und sympathisch eingestuft.
- **Werbeerinnerung:** Werbung für Tchibo Cafissimo am Bahnhof allgemein wie auch auf Digitalen Bildschirmen wird sehr gut erinnert!
- **Spontane Markenbekanntheit:** Tchibo Cafissimo rückt ins Top-of-Mind und ist in der Messwelle, die am stärksten erinnerte Kaffee-Kapselmaschine.

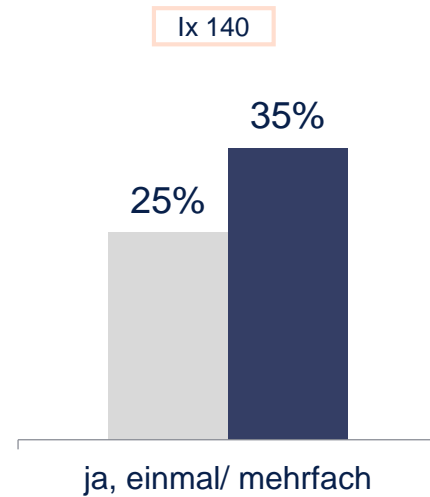


Recognition & Spotgefallen

Ergebnisse 1/3

- Die Tchibo-Kampagne erzielt eine sehr hohe Visibility!
- **Mehr als ein Drittel** der Bahnhofsbesucher geben an, den **Spot gesehen** zu haben.
- Dabei wird der **Spot** als sehr **modern und sympathisch** eingestuft.

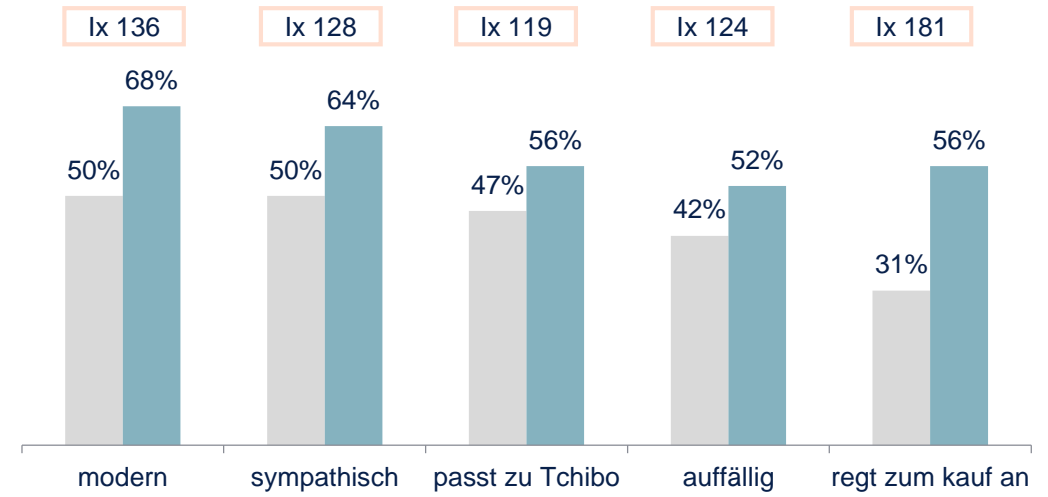
Recognition



■ Benchmark* ■ Messwelle (n=310)

Spotbeurteilung

Top-2 Boxes



■ Benchmark* ■ Null- und Messwelle (n=621)

Quelle: abh Market Research GmbH; Frage: Ich zeige Ihnen jetzt einen Werbespot, der auf den Screens in diesem Bahnhof gezeigt worden ist. Haben Sie diesen Werbespot gesehen? Frage: Auf einer (Schulnoten-)Skala von 1 bis 6, wie beurteilen Sie die gesamte Werbekampagne hinsichtlich folgender Eigenschaften?; *abh-Benchmark: 18 Werbemessungen, 5.250 Interviews

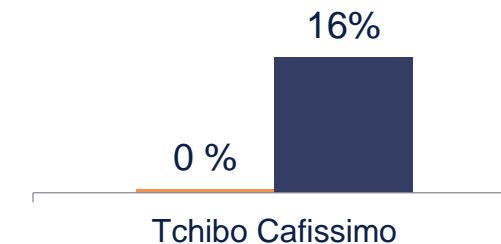
Werbeerinnerung

Ergebnisse 2/3

- **Werbung für Tchibo Cafissimo** am Bahnhof allgemein wie auch auf Digitalen Bildschirmen wird sehr gut erinnert!
- **Anstieg spontane Werbeerinnerung:**
 - **Bahnhof allgemein:** von 0 % auf 16 %
 - **Digitale Bildschirme:** von 0% auf 21 %

Spontane Werbeerinnerung - Bahnhof Allgemein*

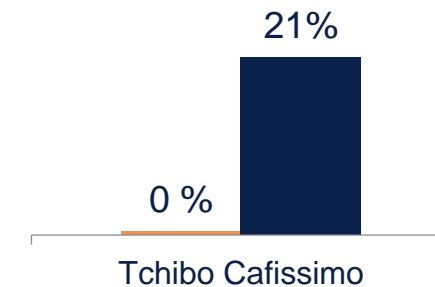
Benchmark***
Messwelle: 17%



■ Nullwelle (n=100) ■ Messwelle (n=149)

Spontane Werbeerinnerung - Digitale Bildschirme**

Benchmark***
Messwelle: 18%



■ Nullwelle (n=101) ■ Messwelle (n=150)

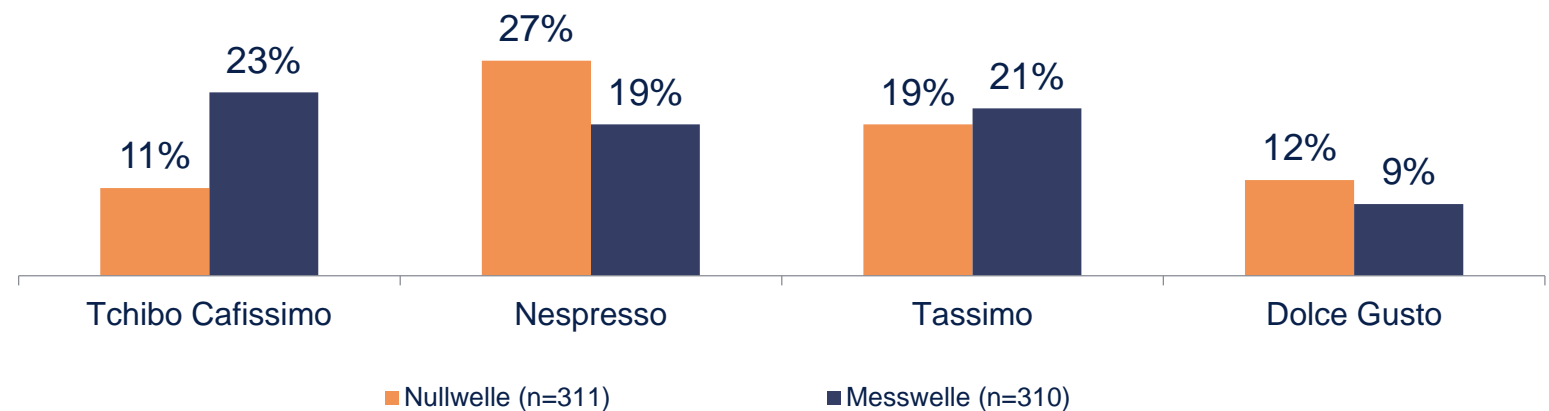
Quelle: abh Market Research GmbH; Frage: Wer hat geworben (Marke/ Firma)? * Filter: Werbeerinnerer Bahnhof allgemein, ** Filter: Werbeerinnerer Digitale Screens, Bahnhof; ***abh-Benchmark: 18 Werbemessungen, 5.250 Interviews

Spontane Markenbekanntheit

Ergebnisse 3/3

- Tchibo Cafissimo rückt ins Top-of-Mind und ist in der Messwelle, die am stärksten erinnerte Kaffee-Kapselmaschine.
- **Anstieg spontane Markenbekanntheit:**
 - von 11 % auf 23 %

Spontane Markenbekanntheit Kaffee-Kapselmaschinen



Steckbrief

- **Methode:**
Face-to-Face Befragung durch die **abh Market Research GmbH**, Köln
- **Stichprobe:**
Quotierung nach Alter und Geschlecht sowie regelmäßigen Bahnhofsbesuchern
- **Fallzahl:**
Jeweils n = 300 Personen/ Welle
- **Medieneinsatz:**
 - Public Video Station und Infoscreen: 17.06. 2019 - 23.06.2019
- **Befragungszeitraum:**
 - Nullwelle: 13.06.2019 und 14.06.2019
 - Messwelle: 21.06.2019 und 24.06.2019
- **Testbahnhöfe:**
 - Düsseldorf Hauptbahnhof
 - Duisburg Hauptbahnhof
 - Hamburg Jungfernstieg

