

GAMA

**Gewista
Außenwerbe Medien Analyse**

Grundsatzinformation





Gewista Außenwerbe Medien Analyse

Was ist GAMA?

- Erfolgskontrolle
laufendes standardisiertes Messinstrument (Posttest)
- Erhebung der Werbewirkung (Werbeerinnerung,
Bewertung der Kreation)
- für alle klassischen Out-of-home-Medien
auf der Straße
- Verkehrsmittelwerbung auf Anfrage
- in Zusammenarbeit mit TRICONSULT





Beschreibung der Erhebung

Grundgesamtheit	Bevölkerung im Befragungsgebiet (14 bis 69 Jahren) 1,82 Mio. Einwohner (national) 1,195 Mio. Einwohner (Wien)
Samplegröße	n = 550 (national), n = 200 (Wien) disproportionale Verteilung repräsentativ für die Bevölkerung im Befragungsgebiet
Befragungsgebiet	Landeshauptstädte non-urbane Regionen: Aufstockung möglich (auf Wunsch)
Sampling	Quotenverfahren (Quotenmerkmale: Geschlecht, Alter, Beruf, Autofahrer)
Methode	CAPI (Computer Assisted Personal Interview) Straßenbefragung in Hall Exklusivstudie
Erhebungszeitraum	2 x im Monat (jeweils Donnerstag, Freitag, Samstag)





Erhebungsparameter

- **Recall (open and aided)**
- **Impact**
- **Recognition**

- **Akzeptanz**

- **Produktaffinität**





Recall/Gesamt-Recall (Erinnerung der/s Marke/Produkts/Absenders)

Erinnerungsleistung (open + aided)

- **Open recall** Personen, die sich *spontan* an das Sujet erinnern

Frage 1

An welche Plakate/City Lights/Rolling Boards, die Sie in letzter Zeit gesehen haben, können sie sich erinnern?

Wenn das Plakat/City Light/Rolling Board bei Frage 1 nicht erinnert wurde, dann

- **aided recall** Personen, die sich nach *Nennung der Marke* erinnern

Frage 2

Können Sie sich erinnern, ein Plakat/City Light/Rolling Board für (Marke nennen) in letzter Zeit gesehen zu haben?





Impact (Detailerinnerung)

Personen, die zumindest *ein* spezifisches Bild- oder Textelement des *erinnerten* Sujets im Detail richtig erinnern bzw. beschreiben

Wenn sich der Befragte bei Frage 1 oder 2 an das Plakat/City Light/Rolling Board erinnert, dann

Frage 3

Sagen Sie mir bitte, was auf diesem Plakat/City Light/Rolling Board alles zu sehen bzw. zu lesen war: Woran können Sie sich genau erinnern?

Gesamt-Recall (d.h. nur die Erinnerer)

- keine/falsche/ungenauere Bild-/Texterinnerung

= Impact (richtige Bild-Texterinnerung)





Recognition (Wiedererkennung)

Personen, die nach Vorlage eines Fotos das Sujet wiedererkennen

Frage 4 (Fotos vorlegen)

Können Sie sich erinnern, dieses Plakat/City Light/Rolling Board gesehen zu haben?

Wenn bei Frage 4 „nein“ (keine Wiedererkennung), dann keine weiteren Fragen mehr zu diesem Plakat/City Light/Rolling Board.





Akzeptanz (Gefälligkeit)

Bewertung der Gefälligkeit (Anmutungsqualität)
nach Wiedererkennung

auf einer 5-stufigen Notenskala
(positiv: 1 = gefällt mir sehr gut / 2 = gefällt mir gut,
unentschlossen: 3 = gefällt mir teilweise
negativ: 4 = gefällt mir eher nicht / 5 = gefällt mir überhaupt nicht)

Vorlage des Fotos

Anhand Fotovorlage

Frage 5

Wie gefällt Ihnen dieses Plakat/City Light/Rolling Board? Vergeben Sie bitte eine Note von 1 - 5 (1 = gefällt sehr gut, 5 = gefällt gar nicht).





Produktaffinität (bei Bedarf)

spezifische Beziehung des Befragten zum Produkt

dient zur genauen Beschreibung/Definition einer speziellen Zielgruppe

anhand der persönlichen Beziehung zum Produkt
(z.B. Produktinteresse, Besitzdaten, Anschaffungspläne etc.
- Hundefutterkampagne ⇒ Zielgruppe: Hundebesitzer)

Frage 9

Was trifft auf Sie persönlich zu? Haben Sie einen Hund?





Kundenservice

Berichtsband – bei City Light, Plakat und Rolling Board für unsere Streukunden*) kostenlos

Basisauswertung über die zentralen Kennwerte im Vergleich zu Referenzdaten (Durchschnittswerte)

⇒ Beurteilung des individuellen Werbeerfolgs

Datenbankberechnungen

für Berichtslegung (Erfolgskontrolle)

in der Planungsphase

Spezialauswertungen und -analysen bei Kundenanfragen

*) Wenn die Voraussetzungen zur Aufnahme in die GAMA-Datenbank erfüllt sind (Regionen, Mindestgröße, Produktgruppe).



GEWISTA Werbegesellschaft m.b.H.
A-1031 Wien, Litfaßstraße 6
Tel. (+43-1) 79 5 97-0, Fax (+43-1) 79 5 97-99
www.gewista.at, witzmann@gewista.at

g e a m a