

Energiespar-Kampagne Werbewirkungsanalyse





Informationen zur Studie für die Stadtwerke Münster

Kampagnenzeitraum und Medieneinsatz



Medieneinsatz

Schwerpunkt Zeitung - 6 Frequenzen in den Westfälischen Nachrichten
außerdem PZ, Online, Social Media, Outdoor, Werbung und Aktionen im City Shop der SWMS

Der Stimulus: Die Zeitungsanzeigen in den Westfälischen Nachrichten

Energiesparen!
„Kinder wachsen auch bei 20 Grad.“
Umschalten. Holzen verursacht bis zu 70 Prozent der Energie im Haushalt.
Sprechen Sie mit unseren Experten: im CityShop, Salzstr. 21 oder unter www.stadtwerke-muenster.de

Energiesparen!
„Unsere WG ist keine Sauna, Max!“
Umschalten. Schon ein Grad weniger Raumtemperatur spart circa sechs Prozent Heizkosten.
Weitere Tipps: im CityShop, Salzstr. 21 oder unter www.stadtwerke-muenster.de

Energiesparen?
„Licht ausmachen, doch jeder.“
Umschalten. Und wenn Licht, dann besser Energiesparlampen: Sie halten länger, haben eine höhere Lichtausbeute und verbrauchen deutlich weniger.
Mehr erfahren, mehr sparen: im CityShop, Salzstr. 21 oder unter www.stadtwerke-muenster.de

Energiesparen?
„Da geht noch was.“
Umschalten. Wie in fast jedem Haushalt: viel ist bekannt, aber da geht noch mehr – auch ohne Komfortverlust.
Wir helfen gern: im CityShop, Salzstr. 21 oder unter www.stadtwerke-muenster.de

Energiesparen:
„Good-bye dem...“

Einfach. Näher. Dran. Stadtwerke Münster

Einfach. Näher. Dran. Stadtwerke Münster

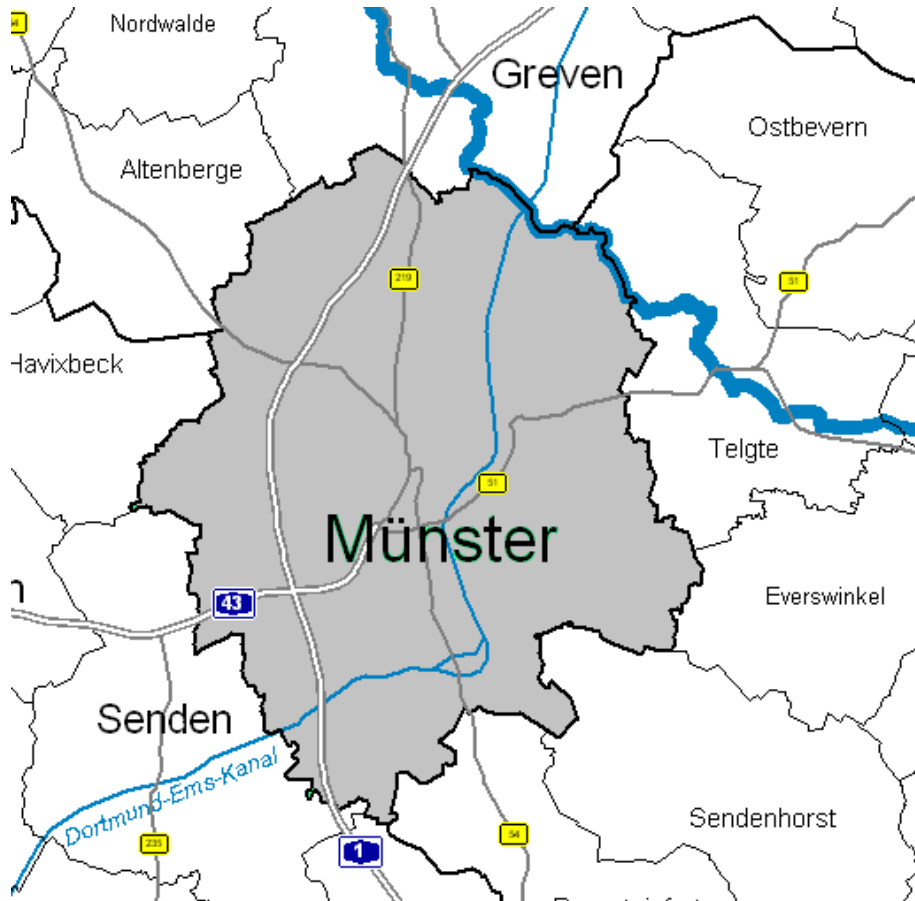
Einfach. Näher. Dran. Stadtwerke Münster

Einfach. Näher. Dran. Stadtwerke Münster

Einfach. Näher. Dran. Stadtwerke Münster

Steckbrief Begleitforschung

Energie-Spar-Kampagne



- **Grundgesamtheit:**
In Privathaushalten lebende, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren im Verbreitungsgebiet der Hauptausgabe der Westfälischen Nachrichten im Stadtgebiet Münster
- **Methodik:**
Telefonische Befragung (CATI)
- **Stichprobe:**
802 Befragte, repräsentativ für Verbreitungsgebiet (Quota-Verfahren);
KW 19: 400 Fälle; KW 25: 402 Fälle



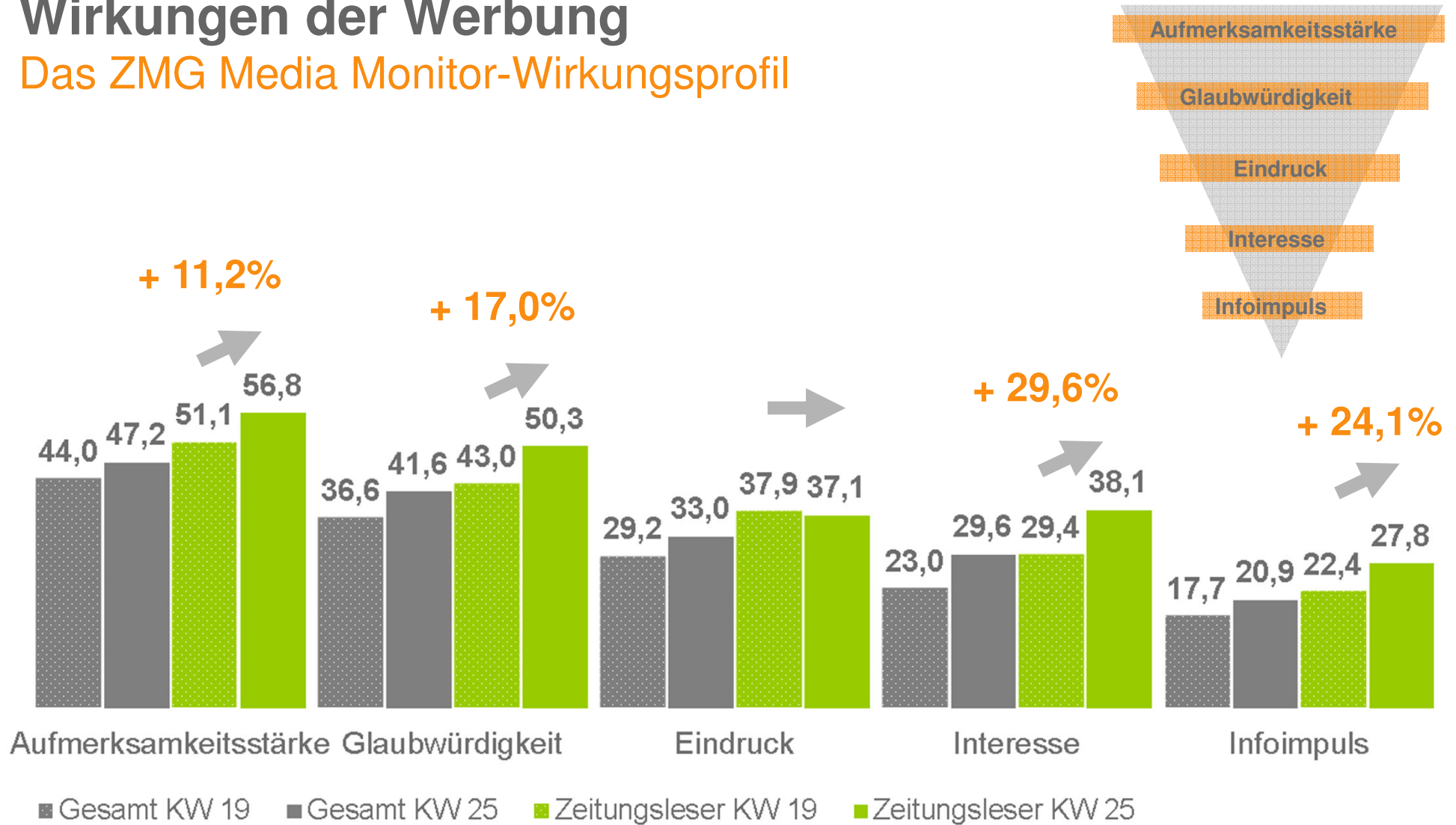
| Überzeugungsleistung der Energie-Spar-Kampagne: Das ZMG Media Monitor-Wirkungsprofil

Das ZMG Media Monitor-Wirkungsprofil



Wirkungen der Werbung

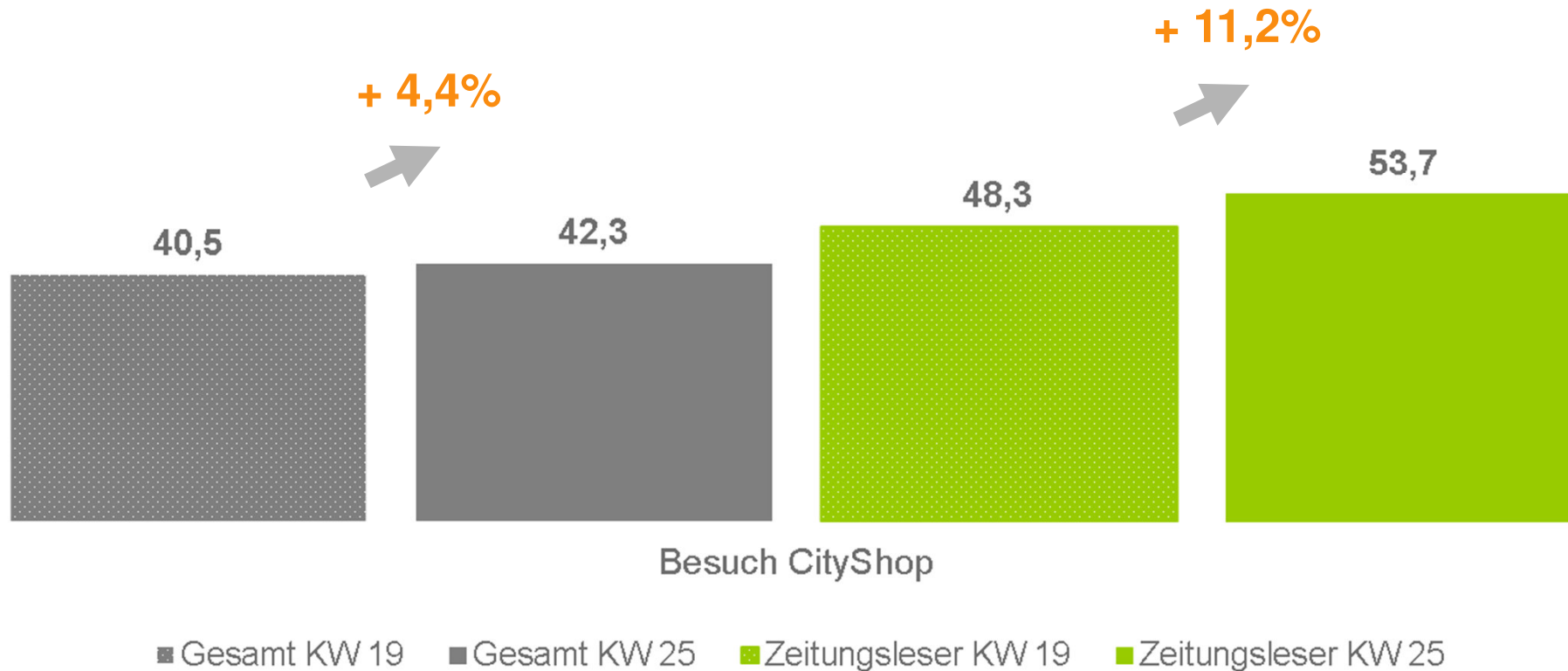
Das ZMG Media Monitor-Wirkungsprofil



Basis: Bevölkerung im Kampagnengebiet ab 14 Jahren – **Quelle:** ZMG Media Monitor 2013 **Angaben:** in Prozent; Erläuterung: Zeitungsleser: 12 von 12 Ausgaben der Westfälischen Nachrichten gelesen (TZ-Heavy-User belegter Titel)

Handlungsimpuls

Besuch CityShop der Stadtwerke Münster



Basis: Bevölkerung im Kampagnengebiet ab 14 Jahren – **Quelle:** ZMG Media Monitor 2013

Angaben: in Prozent; Erläuterung: Zeitungsleser: 12 von 12 Ausgaben der Westfälischen

Nachrichten gelesen (TZ-Heavy-User belegter Titel)