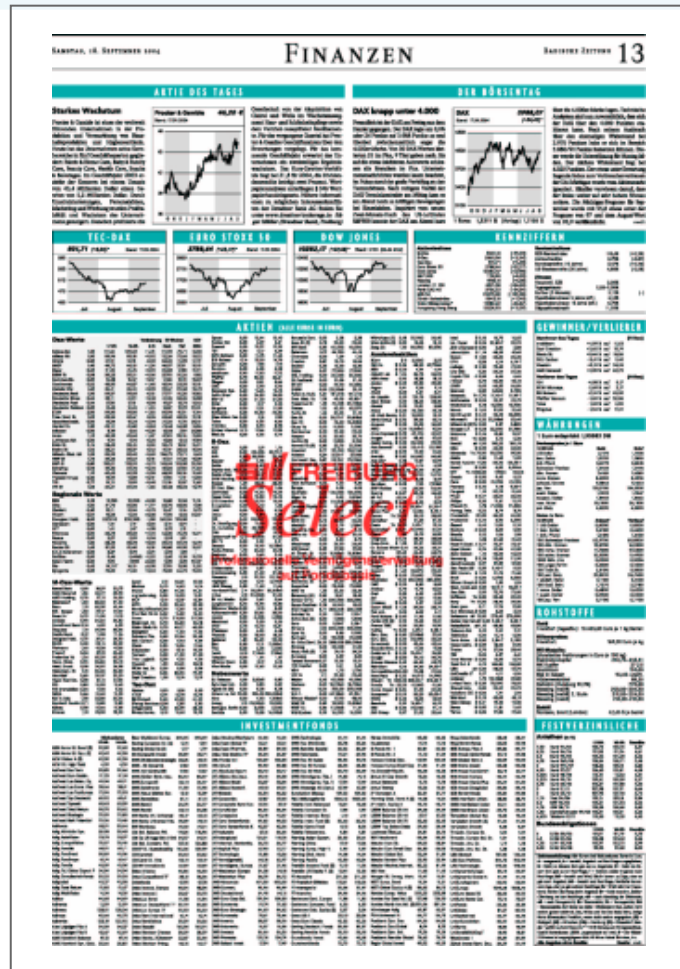


# Wirkung von Shadowprint- Anzeigen in der Zeitung am Beispiel der Sparkasse Freiburg - Nördlicher Breisgau

Eine Fallstudie aus dem ZMG Zeitungsmonitor

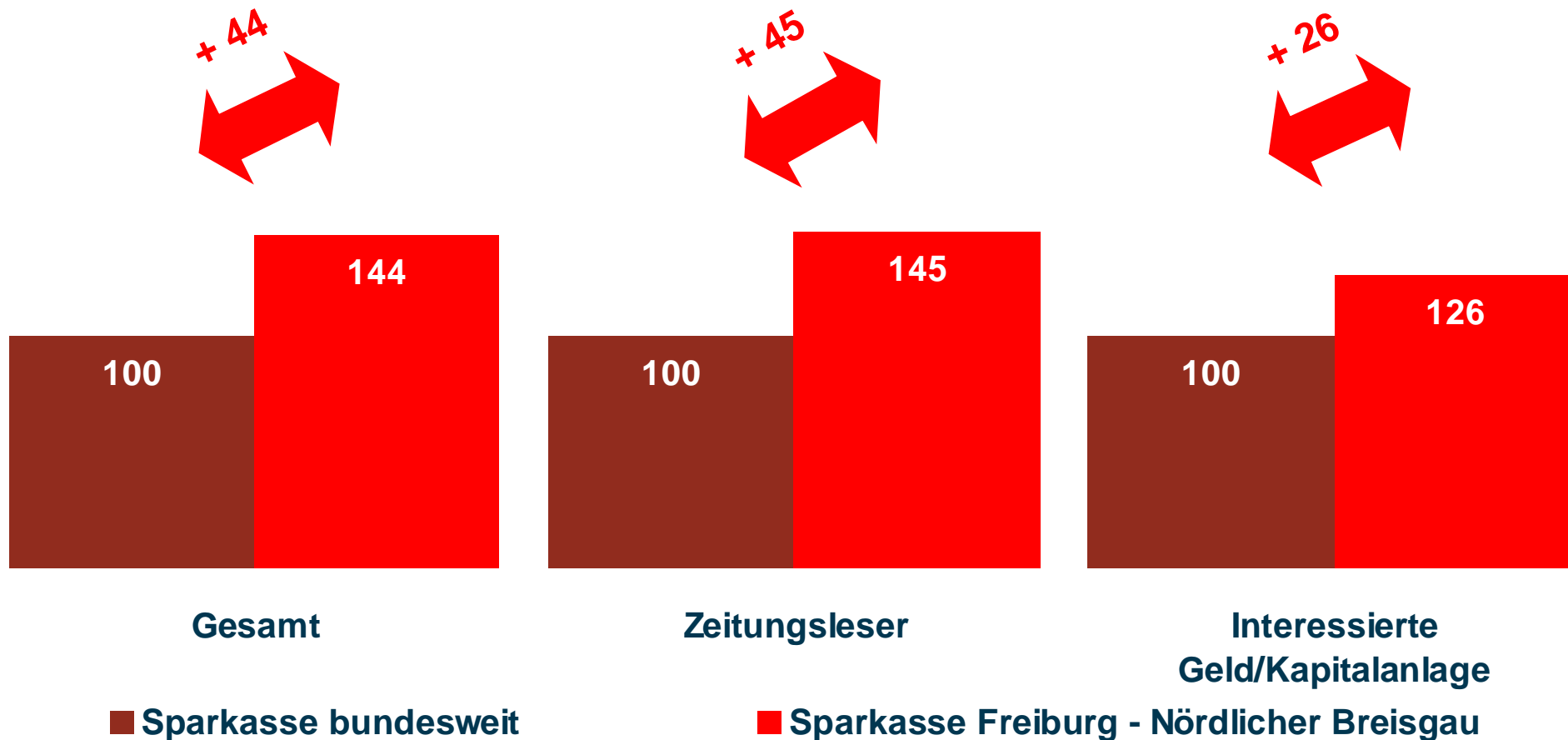
Frankfurt am Main, Dezember 2005

# „Shadowprint-Anzeige“ Freiburg Select



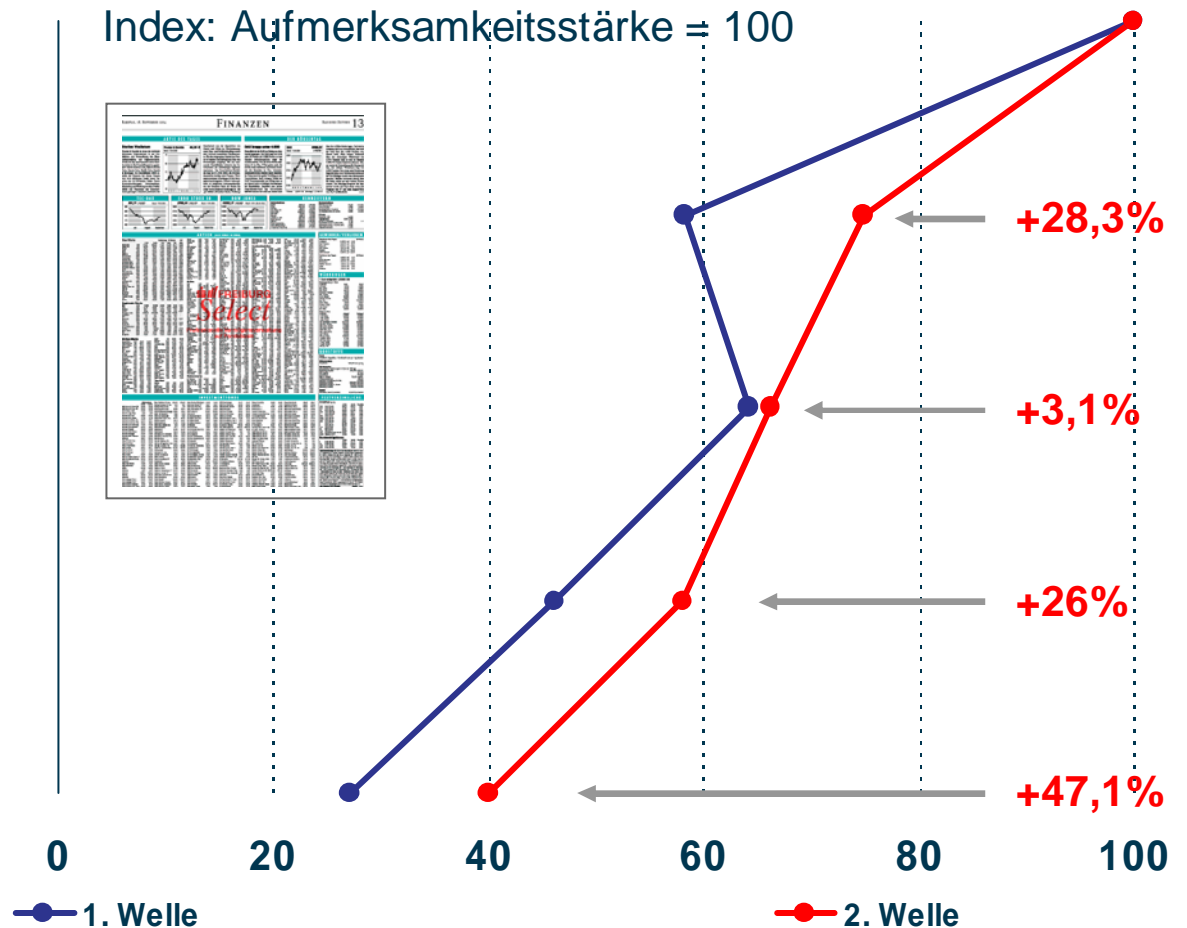
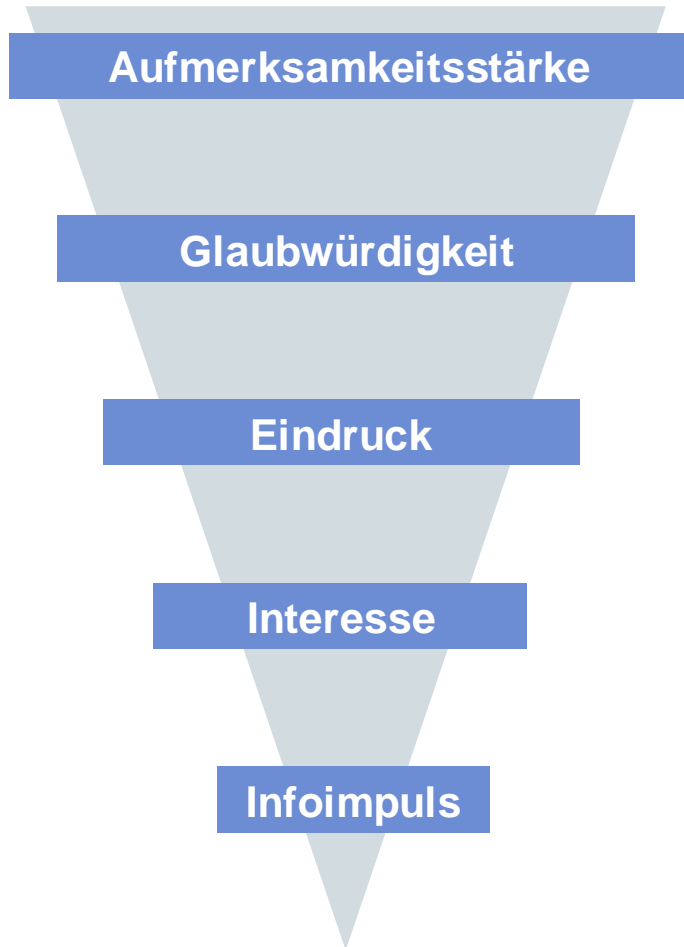
# Die Shadowprint-Anzeige erzielt beachtliche Wirkung

Gestützte Erinnerung (bundesweit: Index=100)



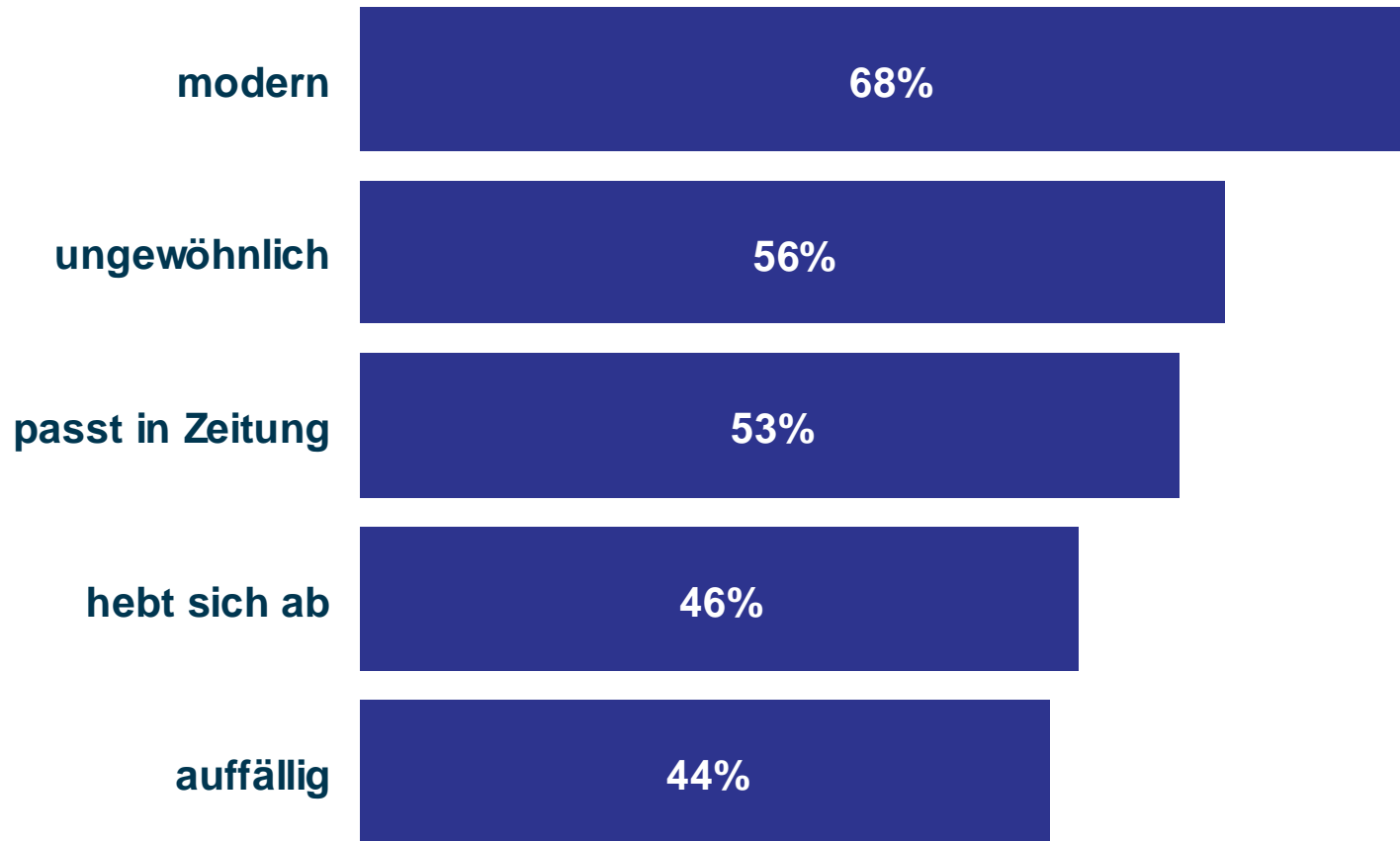
# Wirkungsprofil der Sparkasse

Satellit Sparkasse-Nördlicher Breisgau / Oktober und Dezember im Vergleich



# Wie finden Sie eine solche „Shadowprint“-Anzeige?

Bewertung der Sonderwerbeform im Börsenteil



# Zentrale Ergebnisse

## Wirkung von Shadowprint-Anzeigen in der Zeitung

- Der Sparkasse Freiburg - Nördlicher Breisgau ist mit einem Shadowprint-Anzeigenflight ein aufmerksamkeitsstarker Auftritt in der Zeitung gelungen.
- Die Kampagne verstärkt optimal die Werbeerinnerung der Sparkassen in der Region: Die Wahrnehmung der Werbung liegt bei der Gesamtbevölkerung, bei den Zeitungslesern und den Themeninteressierten deutlich über der Wahrnehmung der bundesweiten Sparkassenwerbung.
- Der Werbeauftritt mit einer Shadowprint-Anzeige ist ungewöhnlich, lediglich 29 Prozent haben solch eine Anzeige bereits gesehen. Allgemein sind die Befragten von diesem Anzeigenauftritt positiv überrascht.
- Das Zeitungsmonitor-Wirkungsprofil zeigt die Wirkung im Kampagnenverlauf: Bei Personen, die die Sonderwerbeform wahrgenommen haben, verzeichnet die Werbung der Sparkasse auf den Dimensionen Glaubwürdigkeit, Interesse und insbesondere im Informationsimpuls deutliche Zugewinne.