

Alkoholisches Getränk Kampagnen 2007 - 2009

Marketing Mix Modelling, AC Nielsen

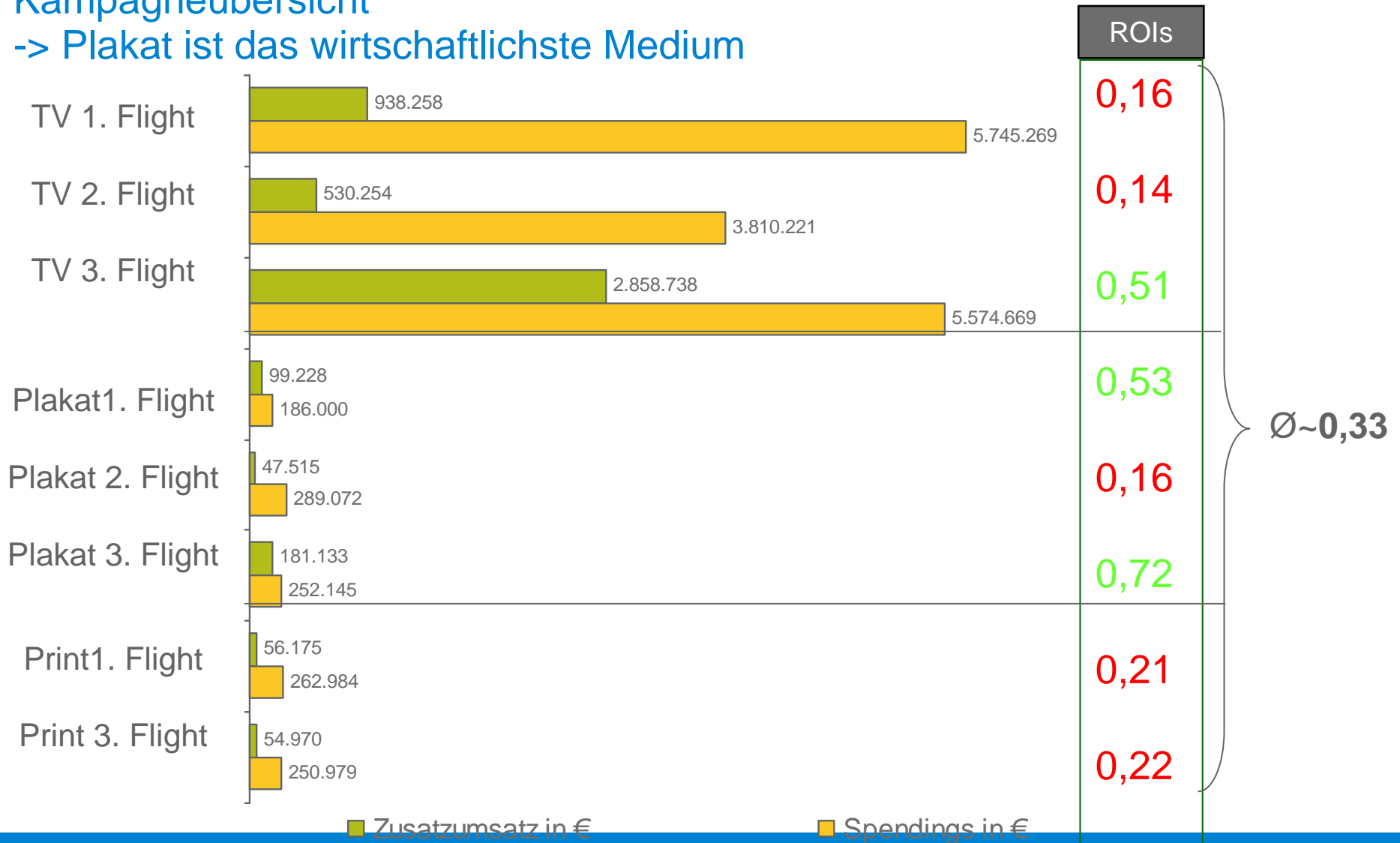
- Ergebnisextrakt -



Media Beitrag und kurzfristiger ROI

Kampagneübersicht

-> Plakat ist das wirtschaftlichste Medium



Management Zusammenfassung

- **Media Investments sind in der Lage kurzfristigen Zusatzabsatz zu generieren.**
- **Crossmedia realisiert die höchsten Zusatzabsatzbeiträge.**
- **Eine Unterstützung von TV mit weiteren klassischen Medien wie Plakat 18/1 am POS führt zu weiteren Zusatzabsätzen.**
- **Plakat 18/1 am POS konnte den Zusatzabsatz kurzfristig steigern und ist im intermedialen ROI-Vergleich das wirtschaftlichste Medium.**
- **Plakat 18/1 am POS unterstützt sowohl den TV als auch den Promotion-Einsatz.**