

FISHERMAN'S FRIEND

[D]OOH KAMPAGNE 2021/22



DUHNE 2018

FISHERMAN'S FRIEND

CHERRY

EXTRA FRISCHE MENTHOL-PASTILLEN

25 g e

**VORSATZ FÜR 2022:
MEHR
OVALVERZEHR**

@fishermansfriend_de
#SindDieZuStark

Wall



DIRK HOHNBERG | CFP BRANDS



DIE KAMPAGNE

- [D]OOH-Kampagne FF Classic
- Kampagnenziel: Awareness (Marke & Sortenvielfalt)
- Medieneinsatz: digitale + analoge Flächen
- 2 Standorte:
 - Düsseldorf
 - Köln
- Zeitraum:
 - KW52 – KW01
- Reichweite/Kontakte:
 - 1,25 Mio. / 15,2 Mio.



DIE MOTIVE



**VORSATZ FÜR 2022:
MEHR
OVALVERZEHR**

[fishermansfriend_de](#)
[#SindSieZuStark](#)



DIE MOTIVE



**VORSATZ FÜR 2022:
MEHR
OVALVERZEHR**

[fishermansfriend_de](#)
#SindSieZuStark



**WER DIESES JAHR
NOCH NICHTS
AUFGERISSEN HAT...**

[fishermansfriend_de](#)
#SindSieZuStark



DIE MOTIVE



**VORSATZ FÜR 2022:
MEHR
OVALVERZEHR**

[fishermansfriend_de](#)
#SindSieZuStark



**WER DIESES JAHR
NOCH NICHTS
AUFGERISSEN HAT...**

[fishermansfriend_de](#)
#SindSieZuStark



**ACHTUNG
LUTSCHGEFAHR!**

[fishermansfriend_de](#)
#SindSieZuStark



DIE MOTIVE



**VORSATZ FÜR 2022:
MEHR
OVALVERZEHR**

[fishermansfriend_de](#)
[#SindSieZuStark](#)



**WER DIESES JAHR
NOCH NICHTS
AUFGERISSEN HAT...**

[fishermansfriend_de](#)
[#SindSieZuStark](#)



**ACHTUNG
LUTSCHGEFAHR!**

[fishermansfriend_de](#)
[#SindSieZuStark](#)

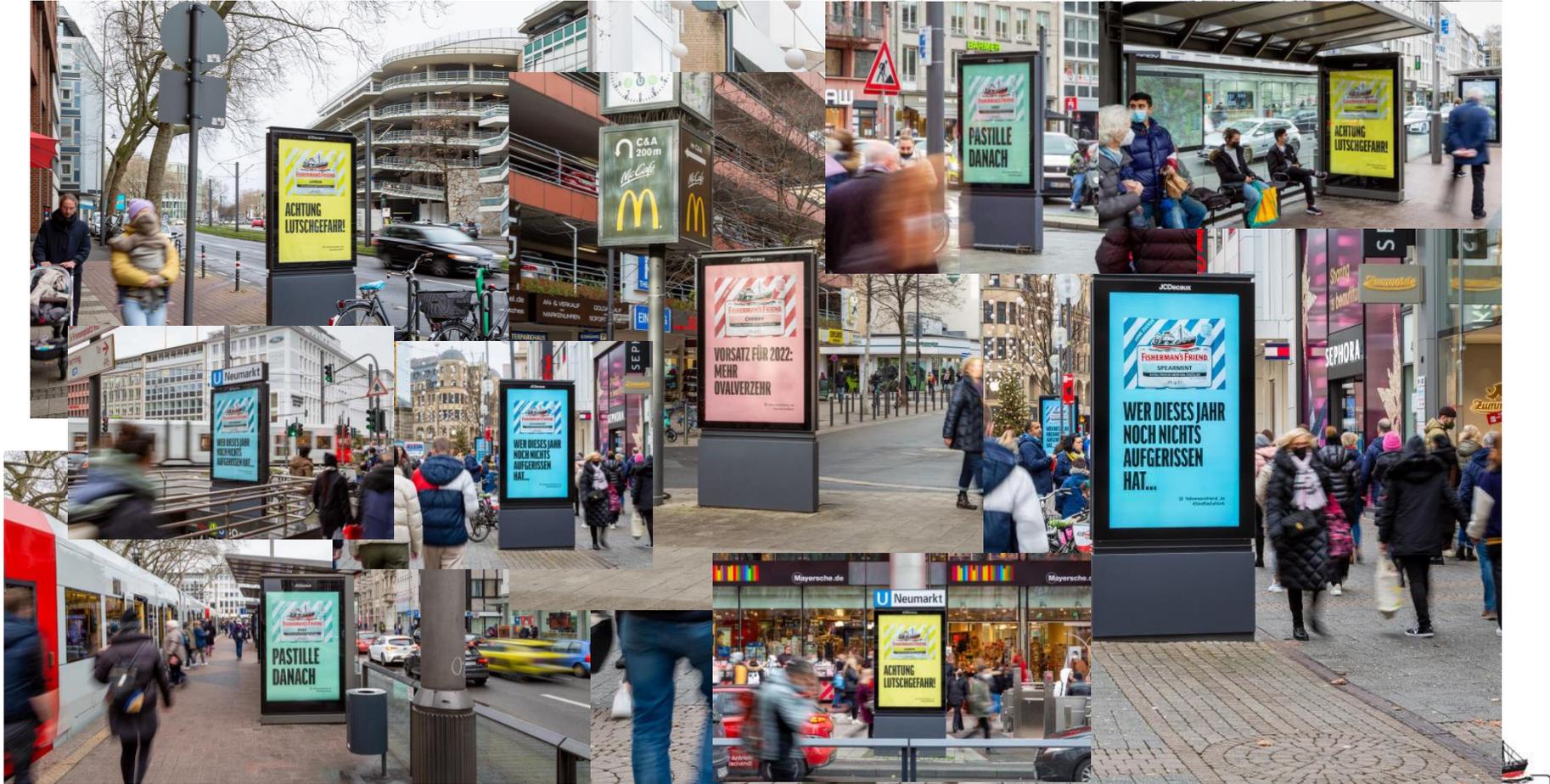


**PASTILLE
DANACH**

[fishermansfriend_de](#)
[#SindSieZuStark](#)



DIE MOTIVE



WERBEWIRKUNGSTEST

Befragung & Kampagne

Pretest Köln 15.12. – 22.12.2021
Düsseldorf 15.12. – 22.12.2021



Aushang Köln KW52 – KW1
Düsseldorf KW52



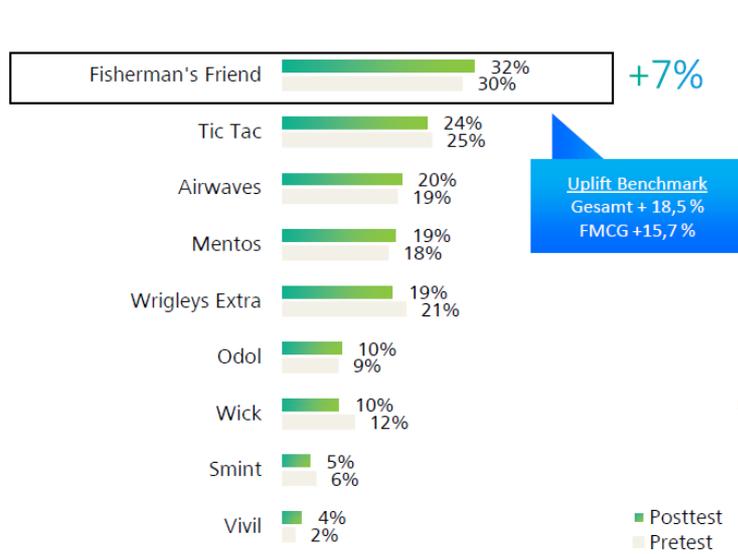
Posttest Köln 11.01. – 17.01.2022
Düsseldorf 03.01. – 10.01.2022



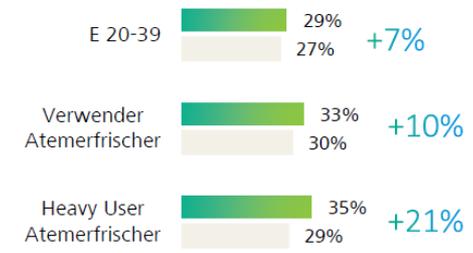
MAFO-ERGEBNISSE

Ungestützte Markenbekanntheit - Fisherman's Friend Top of Mind (mit Abstand)

Welche Marken/Hersteller von Atemerfrischern kennst Du, wenn auch nur dem Namen nach? (Offene Frage)



Fisherman's Friend nach Zielgruppen:



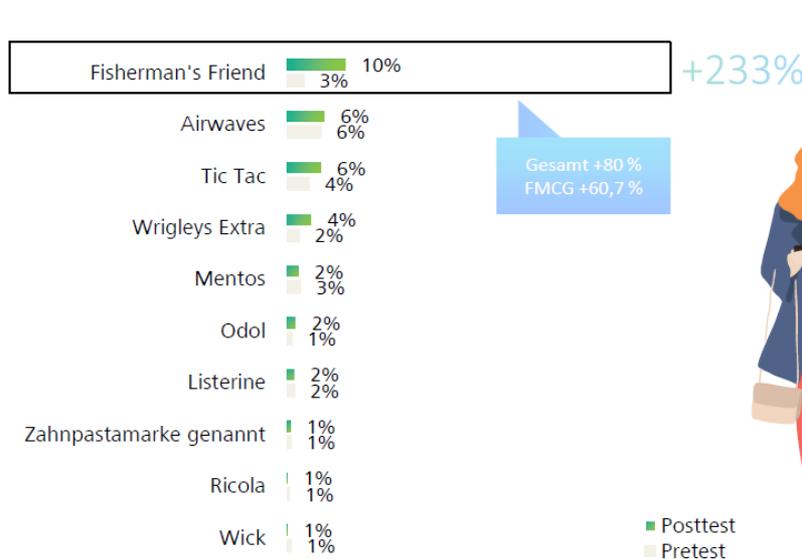
*Werbewirkungstest: n= 860; Online-/Mobile-Befragung, Pre-/Posttest



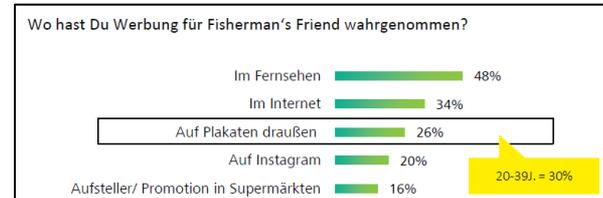
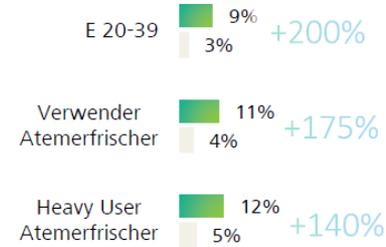
MAFO-ERGEBNISSE

Ungestützte Werbeerinnerung – Kampagne bleibt stark in Erinnerung & jeder Dritte 20-39 Jährige erinnert sich an OOH Werbung

Und für welche Marken/Hersteller von Atemerfrischern hast Du in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen? (Offene Frage)



Fisherman's Friend nach Zielgruppen:



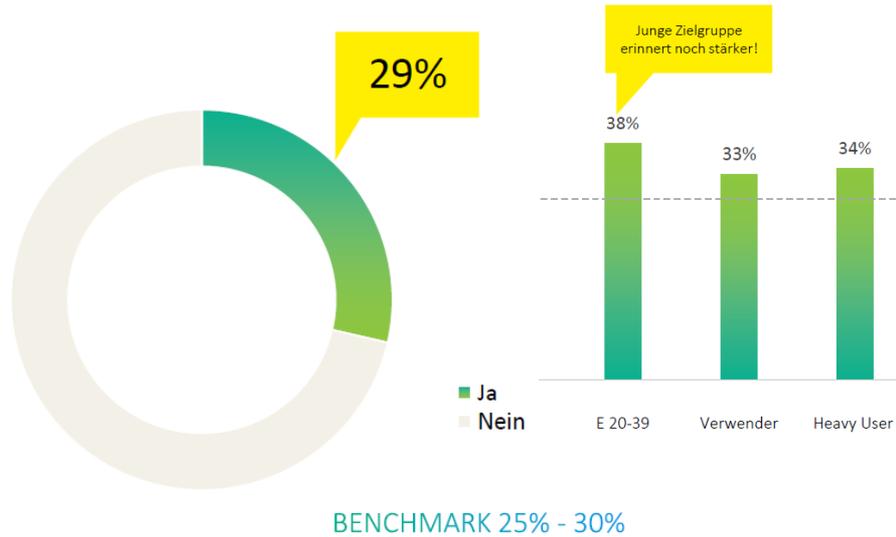
*Werbewirkungstest: n= 860; Online-/Mobile-Befragung, Pre-/Posttest



MAFO-ERGEBNISSE

Sehr gute Recognition – insb. in junger Zielgruppe <39

Hast du diese Plakatwerbung gesehen?



*Werbewirkungstest: n= 860; Online-/Mobile-Befragung, Pre-/Posttest



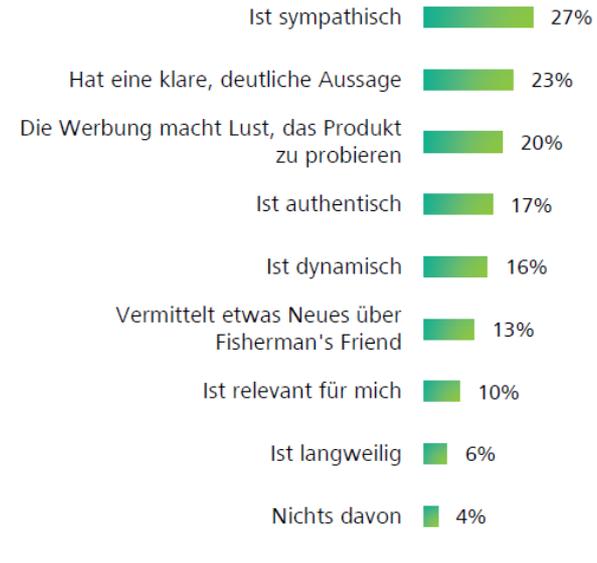
MAFO-ERGEBNISSE

Motivbeurteilung OOH - Fisherman's Friend provoziert auffällig

Welche der folgenden Aussagen treffen Deiner Meinung nach auf das Motiv zu?



Frauen = 47%
Männer = 35%



*Werbewirkungstest: n= 860; Online-/Mobile-Befragung, Pre-/Posttest



MAFO-ERGEBNISSE

Image FF - Sortenvielfalt erhält zweithöchste Zustimmungswerte

Fisherman's Friend...



Verwender Atemerfrischer:
Pre = 85 %
Post = 87%

Heavy User Atemerfrischer:
Pre = 84%
Post = 87%

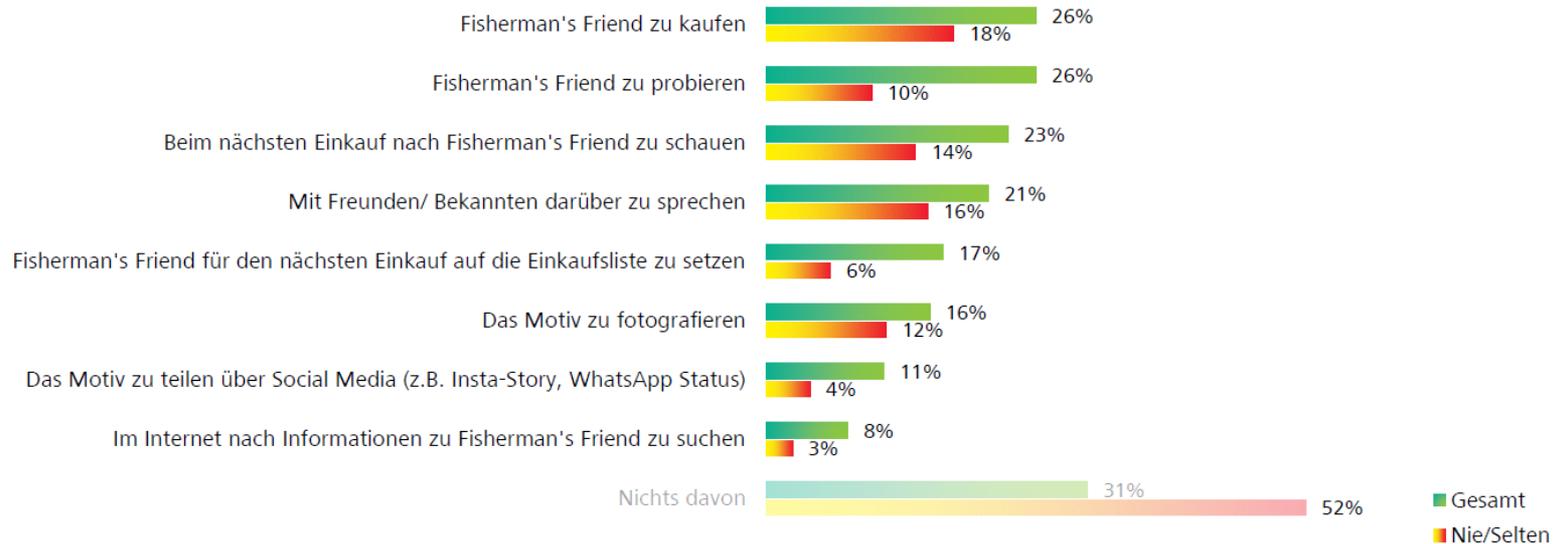
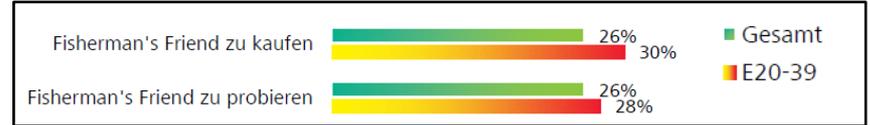


*Werbewirkungstest: n= 860; Online-/Mobile-Befragung, Pre-/Posttest

MAFO-ERGEBNISSE

Motivaktivierung – kaufen & probieren!

Wozu regt dich das Motiv von Fisherman's Friend an?



*Werbewirkungstest: n= 860; Online-/Mobile-Befragung, Pre-/Posttest

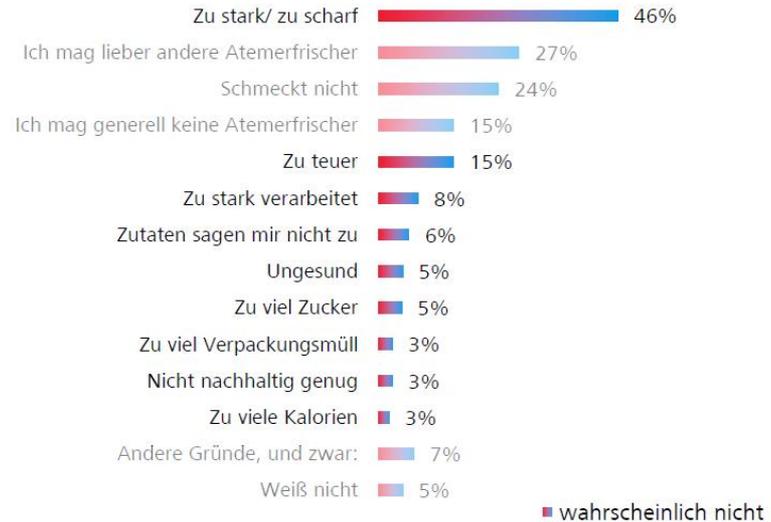


MAFO-ERGEBNISSE

... sind sie zu stark, kaufst du sie nicht ...



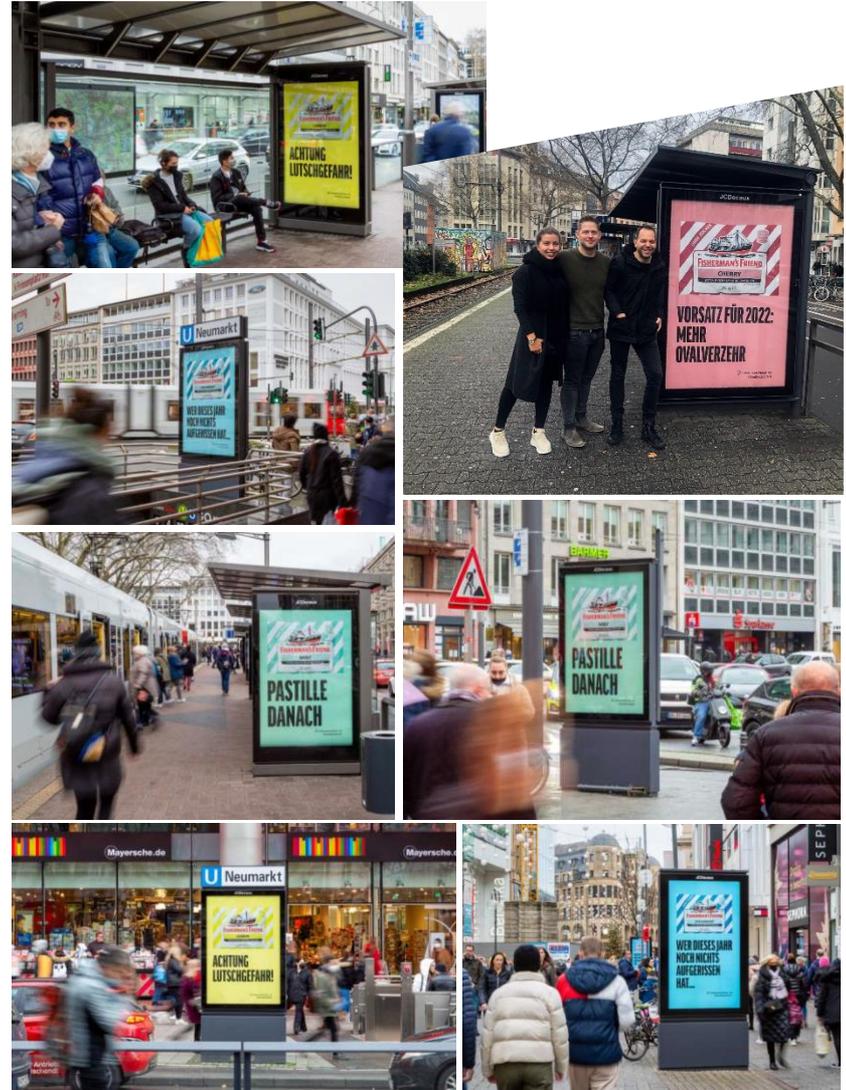
Warum würdest Du Fisherman's Friend beim nächsten Mal (wahrscheinlich) nicht kaufen?



ZUSAMMENFASSUNG

FF ist eine OOH-Brand

- Die regionale OOH Kampagne generiert einen **Bekanntheits-Uplift von +7%**
- Nach dem Aushang denken 32% der Befragten bei Marken/Herstellern von Atemerfrischern an FF
- Die Kampagne blieb im Kopf & wurde mit der Marke verbunden
- In der Zielgruppe der 20 bis 39 Jährigen erinnern sich 38% an das Motiv
- Awareness Sortenvielfalt: 82% stimmen zu, das es FF in vielen verschiedenen Sorten gibt
- **Jeder Zweite will FF kaufen und/oder probieren!** (FF-Non User 28%)





FISHERMAN'S FRIEND

**SIND SIE ZU
STARK?**

**FISHERMAN'S FRIEND
DIGITAL ZU ALTER STÄRKE**

DIRK HOHNBERG | CFP BRANDS

SIND SIE ZU STARK?