

**Der Poster Performance Index PPI® ist ein Kontrollinstrument für alle, die das Plakat nicht nur lieben, sondern seine Wirksamkeit mit Zahlen belegen möchten. Die APG|SGA liefert Ihnen und Ihren Kunden wichtige Anhaltspunkte dafür, wie effizient Sie Ihr Geld investieren – welches das Kosten/Nutzen-Verhältnis Ihrer Kampagnen ist.**

Der PPI® ist ein Kontroll- und Benchmarking-Instrument. Er beantwortet folgende Kernfragen:

- Wie viele Leute können sich an Ihre Plakatkampagne erinnern?
- Findet die richtige Markenzuordnung statt?
- Wie hoch ist die Akzeptanz?
- Gibt es Unterschiede in den verschiedenen soziodemografischen Zielgruppen?
- Wie sehen die Ergebnisse im Vergleich zum Konkurrenzumfeld aus?

### Exklusiv bei der APG|SGA

- Kostenlos für grosse nationale Plakatkampagnen (ohne Gewähr)
- 12 Kunden pro Befragung (Teilnehmer nach Eingang der Anmeldung)
- Ergebnisse vier Wochen nach Aushang, übersichtlich in einer Kundenpräsentation

### Fragestellung

#### Erinnerung/Wiedererkennung<sup>1</sup>

«Hier ist ein Plakat bzw. eine Plakatkampagne. Erinnern Sie sich daran, dieses Plakat bzw. eines oder mehrere Plakate dieser Kampagne kürzlich gesehen zu haben?»

#### Markenzuordnung<sup>1,2</sup>

«Um welche Marke und welches Produkt handelte es sich? Die Marke könnte z.B. „Chanel“ sein und das Produkt „No 5“.»

#### Gefallen der Kampagne<sup>2</sup>

«Hat Ihnen dieses Plakat bzw. diese Plakatkampagne sehr gut, ziemlich gut, nicht wirklich oder gar nicht gefallen?»

### Programm 2019<sup>3</sup>

#### Aushangwochen

03/04/05

08/09/10

11/12/13

17/18/19

23/24/25

35/36/37

44/45/46

49/50/51

<sup>1</sup> Namen und Logos von Marken, Produkten oder Firmen auf der Vorlage verwischt und nicht erkennbar

<sup>2</sup> Antworten in % der Personen mit Erinnerung

<sup>3</sup> Ohne Gewähr: Definitives Programm auf Anfrage

### Methodischer Steckbrief

#### Testgebiet

Agglomerationen Basel, Bern, Zürich und Lausanne, Genf

#### Gegenstand der Untersuchung

Plakatkampagnen (analog und digital) mit den Standortmerkmalen Strasse/Bahnhof im Breitformat F12, F12L Leuchtplakat, eBoard, Beamer, Cityformat F200, F200L Leuchtplakat, F200LR Rollingstar, ePanel sowie F24.

#### Grundgesamtheit

Wohnbevölkerung der untersuchten Agglomerationen im Alter von 15-59 Jahren (Basis: MACH Basic 2018).

#### Vorgehen

Persönliche Online-Interviews, unmittelbar nach Abschluss der Kampagne (Dauer rund 15 Minuten).

#### Stichprobe

500 Personen (je 100 Personen in den Befragungsagglomerationen Bern, Basel, Zürich und Genève, Lausanne). Auswahl nach Zufallsverfahren mit Quotenvorgabe, Ergebnisse gewichtet unter Berücksichtigung der tatsächlichen Bevölkerungszahlen (Basis: MACH Basic 2018).

#### Durchführung

intervista AG, Bern

#### Kontakt

APG|SGA,  
Allgemeine Plakatgesellschaft AG  
Christof Hotz  
Giesshübelstrasse 4  
Postfach  
CH-8027 Zürich  
T +41 58 220 78 45  
F +41 58 220 70 96  
christof.hotz@apgsga.ch  
www.apgsga.ch