



# HURTIGRUTEN

ARD MEDIA TV-TRACKING  
Januar / Februar 2024

# ZENTRALE ERGEBNISSE

Die Kampagnen für Hurtigruten und HX Hurtigruten Expeditions zeigen Wirkung

## Spotmotive

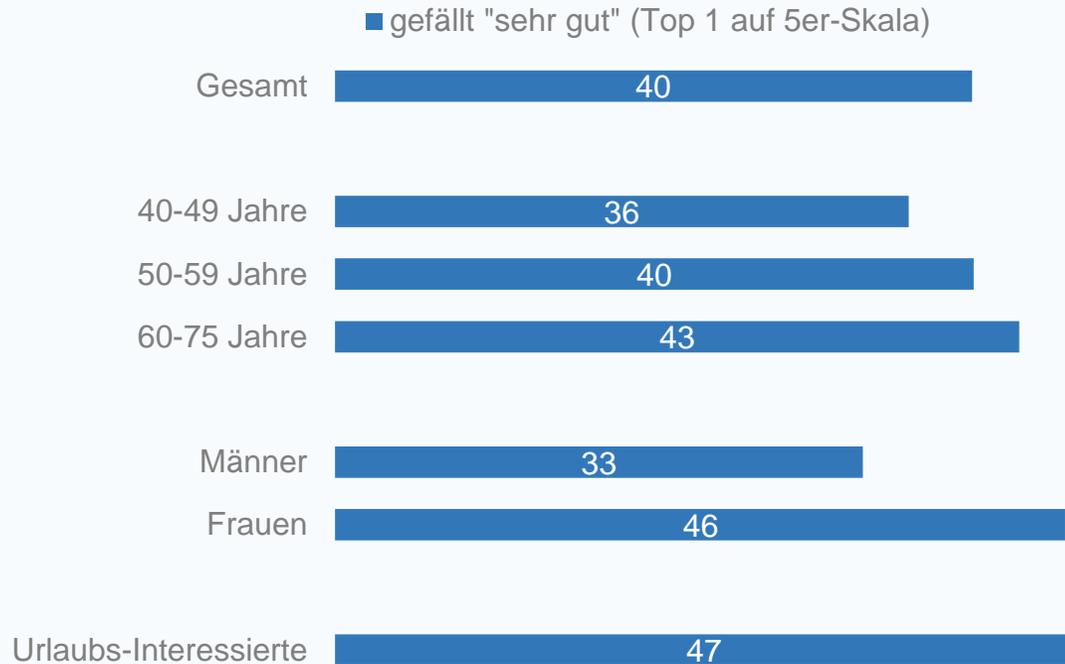
- Die Spots kommen sehr gut beim Publikum an und erzielen mit 76% positiven Bewertungen ein Spitzen-Ergebnis.
- Beide Spots gefallen Frauen etwas besser. Der Coastal-Spot spricht im Vergleich zum Expedition-Spot eher Ältere an.
- Beide Spots wecken großes Interesse. Der Expedition-Spot wirkt noch etwas „origineller“.
- Der Coastal-Spot knüpft an frühere Kampagnen an und erzielt daher eine höhere Spot-Recognition.

## Wirkung

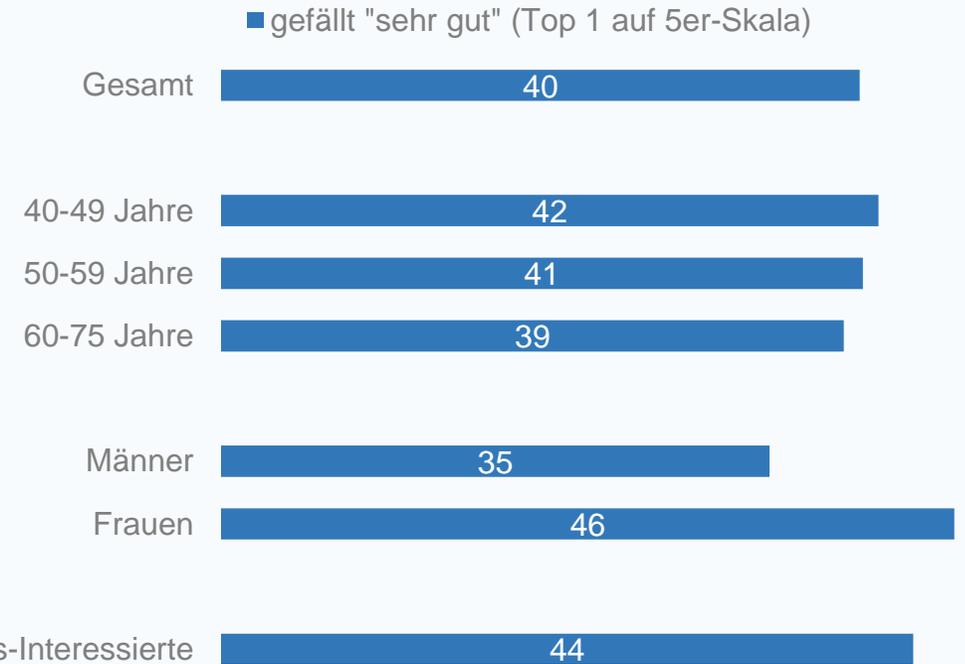
- Der Vorher-Nachher-Test zeigt, dass die Spots ein sehr positives Bild von Hurtigruten und HX Hurtigruten Expeditions vermitteln.
- Insgesamt hat die Kampagne auf alle erhobenen Indikatoren eingewirkt: Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Image und Interesse sind stärker ausgeprägt bei Personen mit Kampagnenkontakt. Hochgerechnet ergibt sich u.a.:
  - Die TV-Kampagne hat bei zusätzlichen 2,3 Mio. Personen eine spontane Markenbekanntheit geschaffen
  - Die TV-Kampagne hat bei zusätzlichen 1,6 Mio. Personen Interesse an Hurtigruten / HX Hurtigruten Expeditions geweckt

# SPOTGEFALLEN (TOP 1 „SEHR GUT“)

Beide Spots kommen beim Publikum sehr gut an



**Hurtigruten „Coastal“**

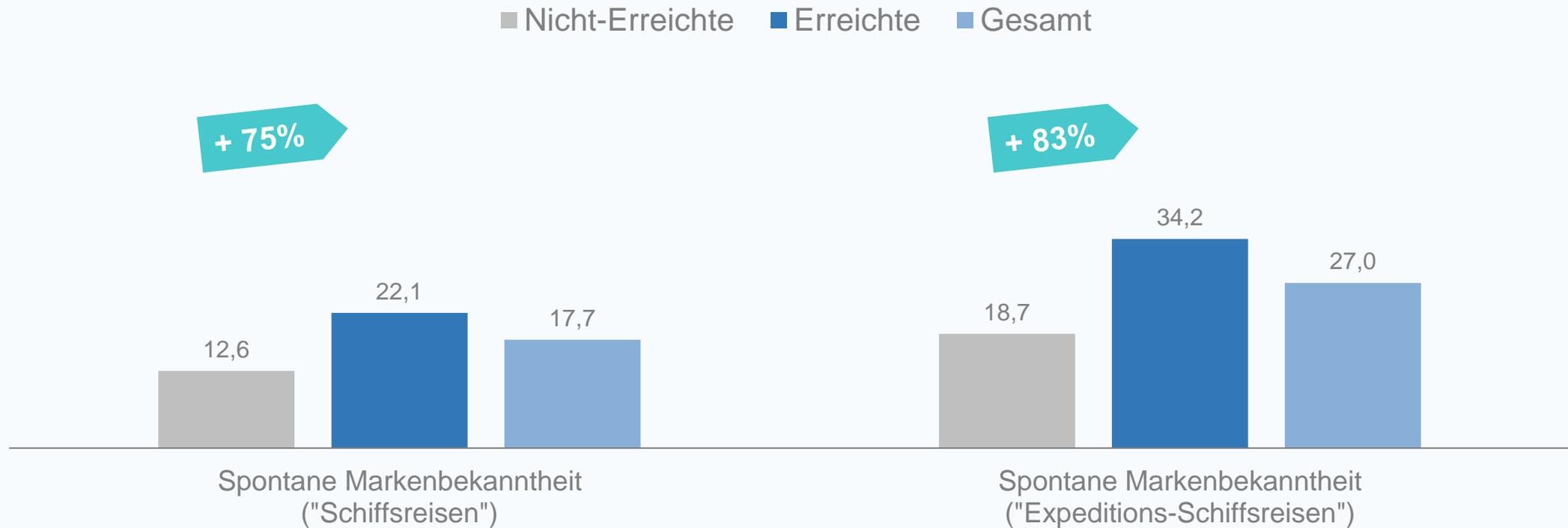


**Hurtigruten „Expedition“**

(%) Einmal alles in allem betrachtet, wie gefällt Ihnen dieser Werbespot?  
Basis: 1.047 Personen 40-75 Jahre mit Urlaubsreise in den letzten 2 Jahren

# SPONTANE MARKENBEKANNTHEIT

Hurtigruten („Hurtigruten Expeditions“ wurde nur in wenigen Einzelfällen ungestützt genannt)



Spontane Markenbekanntheit („Expeditions-Schiffsreisen“): Anstieg um **8,3 Pp** = ca. 2,3 Mio. Personen\*

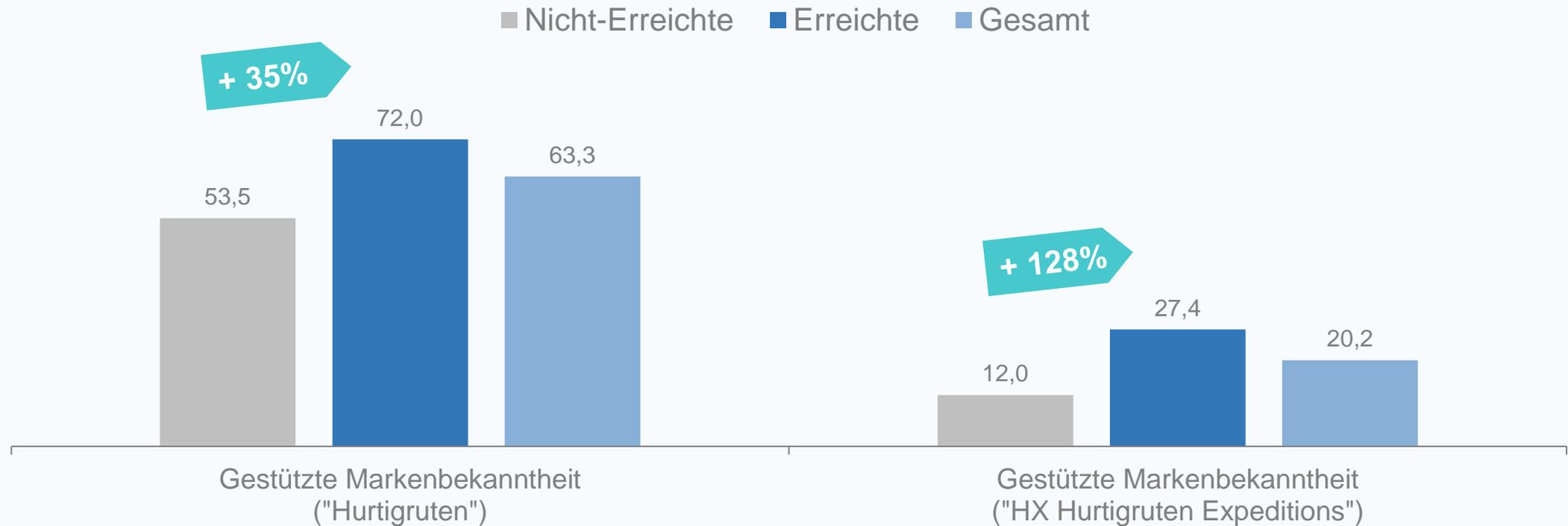
(%) Welche Anbieter von Schiffsreisen kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? Notieren Sie bitte alle, die Ihnen einfallen.

(%) Welche Anbieter von Expeditions-Seereisen kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: 1.047 Personen 40-75 Jahre mit Urlaubsreise in den letzten 2 Jahren | \* Potenzial 40-75 Jahre = 39,116 Mio. Personen, davon ca. 70% mit Urlaubsreise

# GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Hurtigruten / HX Hurtigruten Expeditions



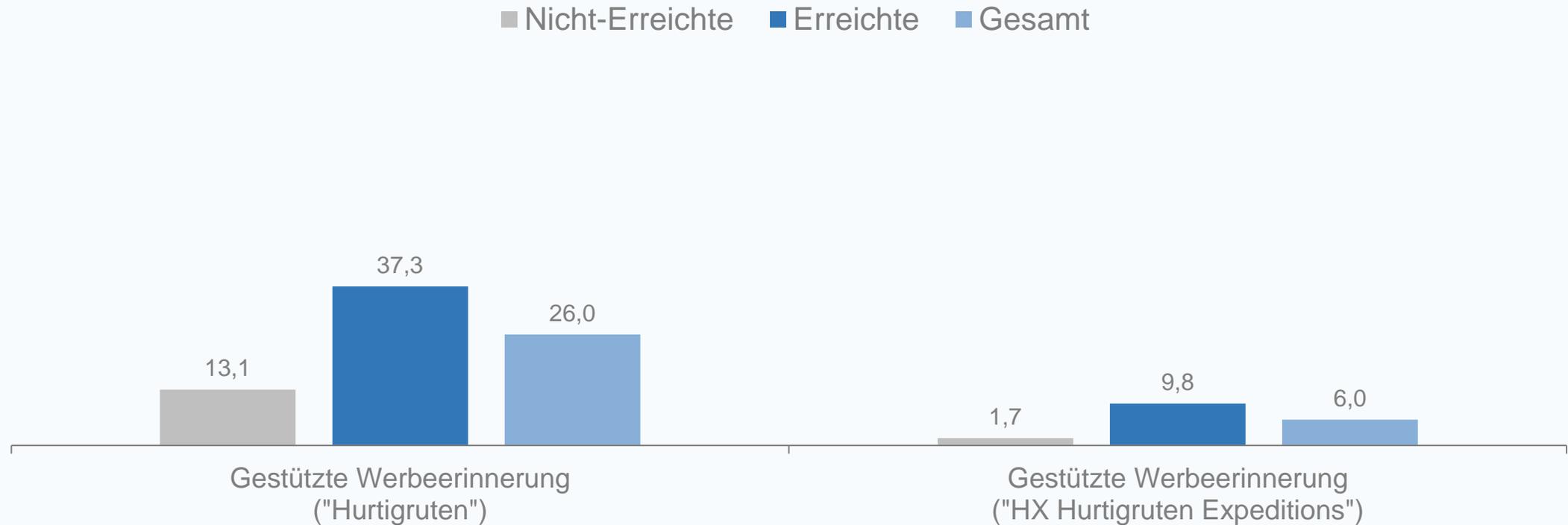
Gestützte Markenbekanntheit („Hurtigruten“): Anstieg um **9,8 Pp** = ca. 2,7 Mio. Personen\*

(%) Welche der folgenden Anbieter von Schiffsreisen kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

Basis: 1.047 Personen 40-75 Jahre mit Urlaubsreise in den letzten 2 Jahren | \* Potenzial 40-75 Jahre = 39,116 Mio. Personen, davon ca. 70% mit Urlaubsreise

# GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Hurtigruten / HX Hurtigruten Expeditions



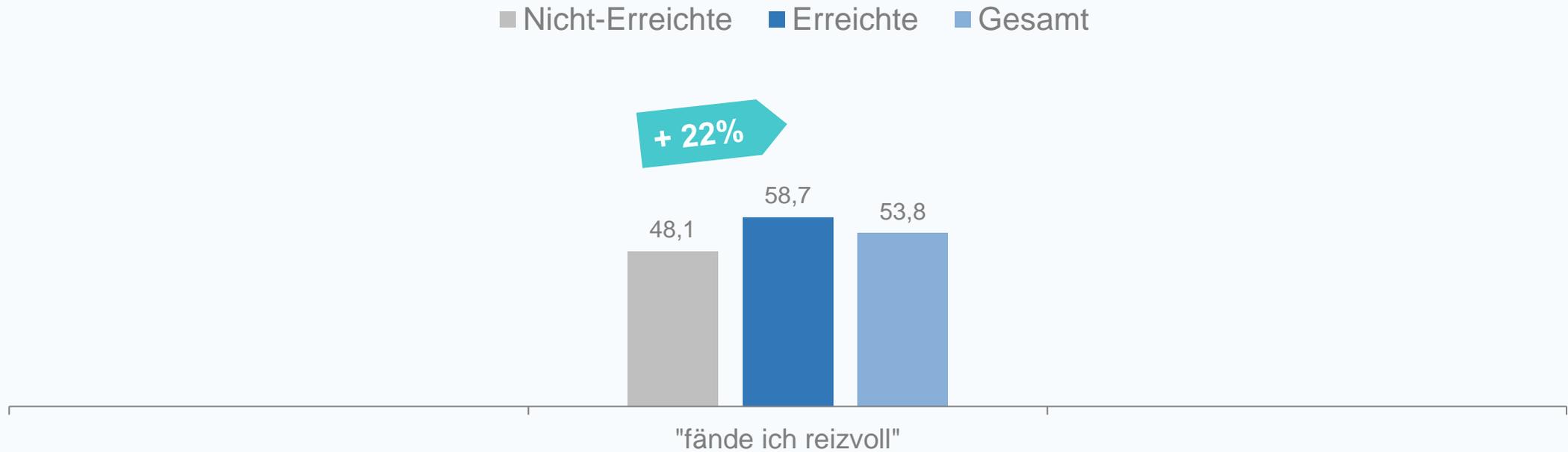
Gestützte Werbeerinnerung („HX Hurtigruten Expeditions“): Anstieg um **4,3 Pp** = ca. 1,2 Mio. Personen\*

(%) Für welche dieser Anbieter von Schiffsreisen haben Sie in letzter Zeit Werbung im Fernsehen gesehen?

Basis: 1.047 Personen 40-75 Jahre mit Urlaubsreise in den letzten 2 Jahren | \* Potenzial 40-75 Jahre = 39,116 Mio. Personen, davon ca. 70% mit Urlaubsreise

# INTERESSE

Top-2 Zustimmung auf 5er-Skala



Interesse: Anstieg um **5,7 Pp** = ca. 1,6 Mio. Personen\*

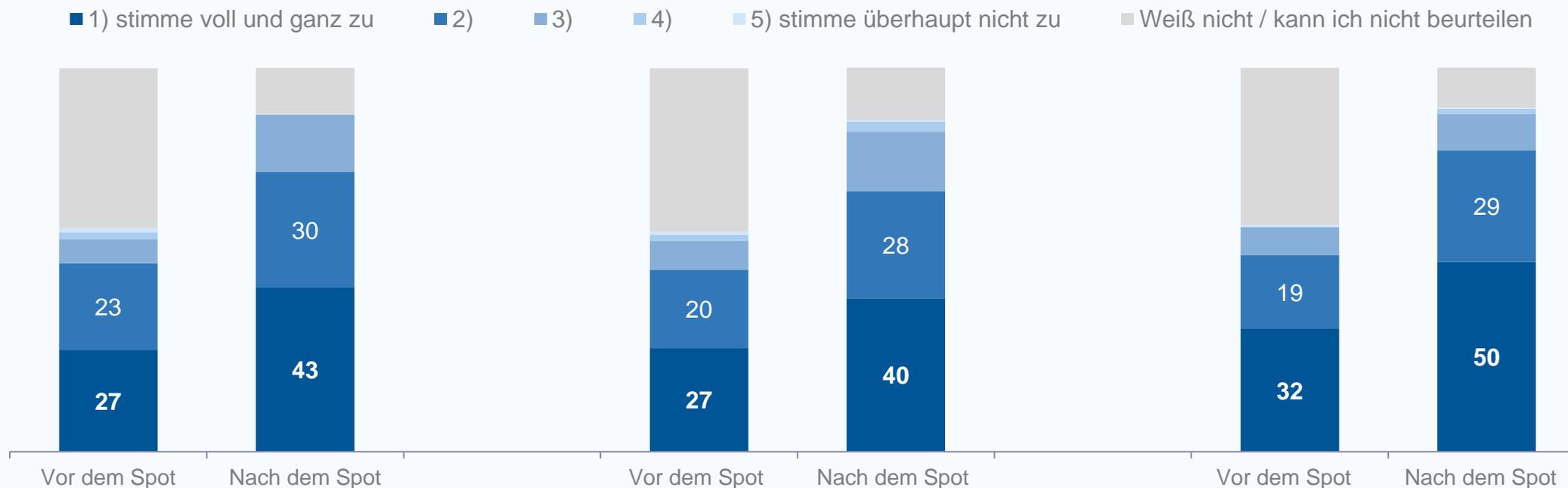
(%) **Top-2 Zustimmung** | Fänden Sie eine Reise mit X grundsätzlich reizvoll oder eher nicht?

X = Hurtigruten oder HX Hurtigruten Expeditions (je nach Split)

**Basis:** 1.047 Personen 40-75 Jahre mit Urlaubsreise in den letzten 2 Jahren | \* Potenzial 40-75 Jahre = 39,116 Mio. Personen, davon ca. 70% mit Urlaubsreise

# MARKENIMAGE

## Vorher/Nachher-Vergleich



*Eine Schiffsreise mit X bietet Aktivitäten, Erlebnisse und Abenteuer*

*Eine Schiffsreise mit X ist einzigartig und nicht mit einer klassischen Kreuzfahrt zu vergleichen*

*Mit X erlebt man beeindruckende Naturlandschaften und Tierwelten*

(%) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen über den Anbieter X zu?

X = Hurtigruten oder HX Hurtigruten Expeditions (je nach Split)

Basis: 1.047 Personen 40-75 Jahre mit Urlaubsreise in den letzten 2 Jahren

# ARD MEDIA TV-TRACKING

## Eckdaten

- Kampagnenbegleitforschung mittels Online-Befragung
- Deutschlandweit
- Institut: KANTAR

- Je Kampagne 1.000 Interviews

Für Hurgigruten: 1.047 Interviews in KW 4 & 5

- Personen im Alter von 16-69 Jahren (Onliner Gesamt)

Für Hurgigruten: 40-75 Jahre mit Urlaubsreise in den letzten 2 Jahren

# IHR ANSPRECHPARTNER



Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

[christian.bayer@ard-media.de](mailto:christian.bayer@ard-media.de)

