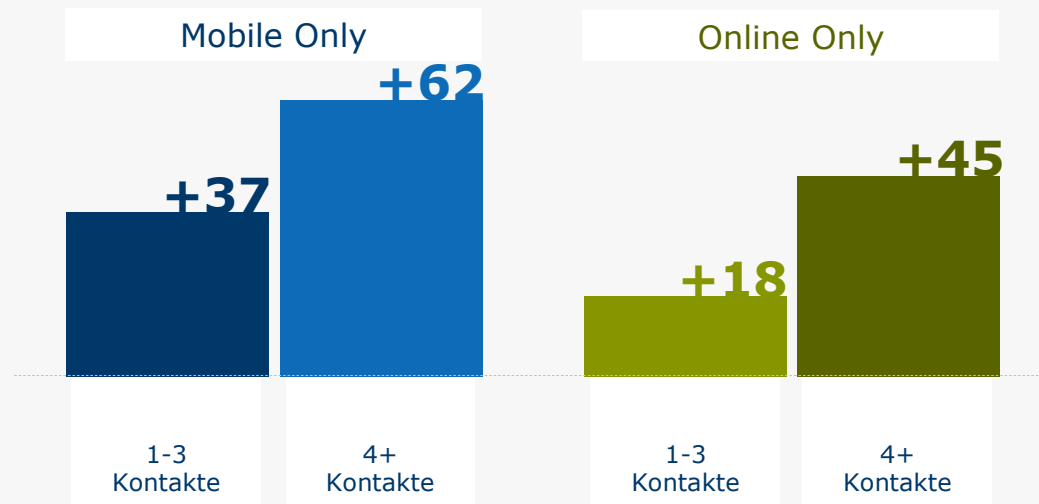


Dabei ist es ganz plausibel: Je mehr Druck, desto bekannter das neue Produkt nach der Kampagne ...

PRODUCT
AWARENESS
(UPLIFT IN %)



Basis: Alle Befragten (Kontrollgruppe: n=207, Mobile : n=218/1-3 Kontakte: n=108/4+ Kontakte: n=110, Online : n=219/1-3 Kontakte: n=109/4+ Kontakte: n=110); * Signifikant (Signifikanzniveau 5%); Angaben in %; Frage: Welche Zahncremes kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? – Odol med 3 Night Repair