



Kampagnenbegleitung

ARAG

Köln, den 15. Dezember 2005



ARAG-Rechtsschutzversicherungen

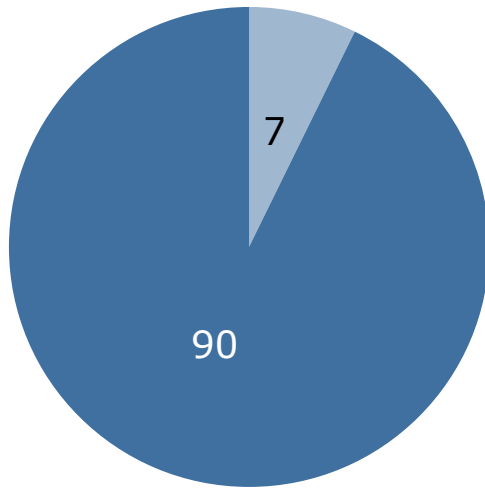
Wir haben die werberelevante Zielgruppe gefragt:

- Welche Versicherungsgesellschaften sind Ihnen bekannt?
- Welche Eigenschaften ordnen Sie der ARAG zu?
- An welche Werbung von ARAG erinnern Sie sich? Wie gefällt Ihnen der TV-Spot von ARAG?
- Würden Sie sich Informationen über Angebote und Leistungen der ARAG einholen?

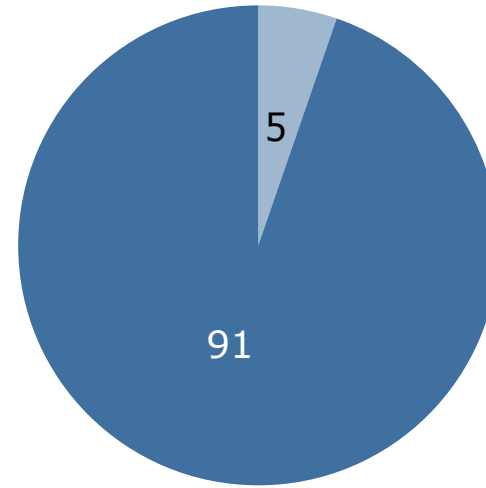


Besitz einer ARAG-Rechtsschutzversicherung in %

Nullmessung



Nachmessung



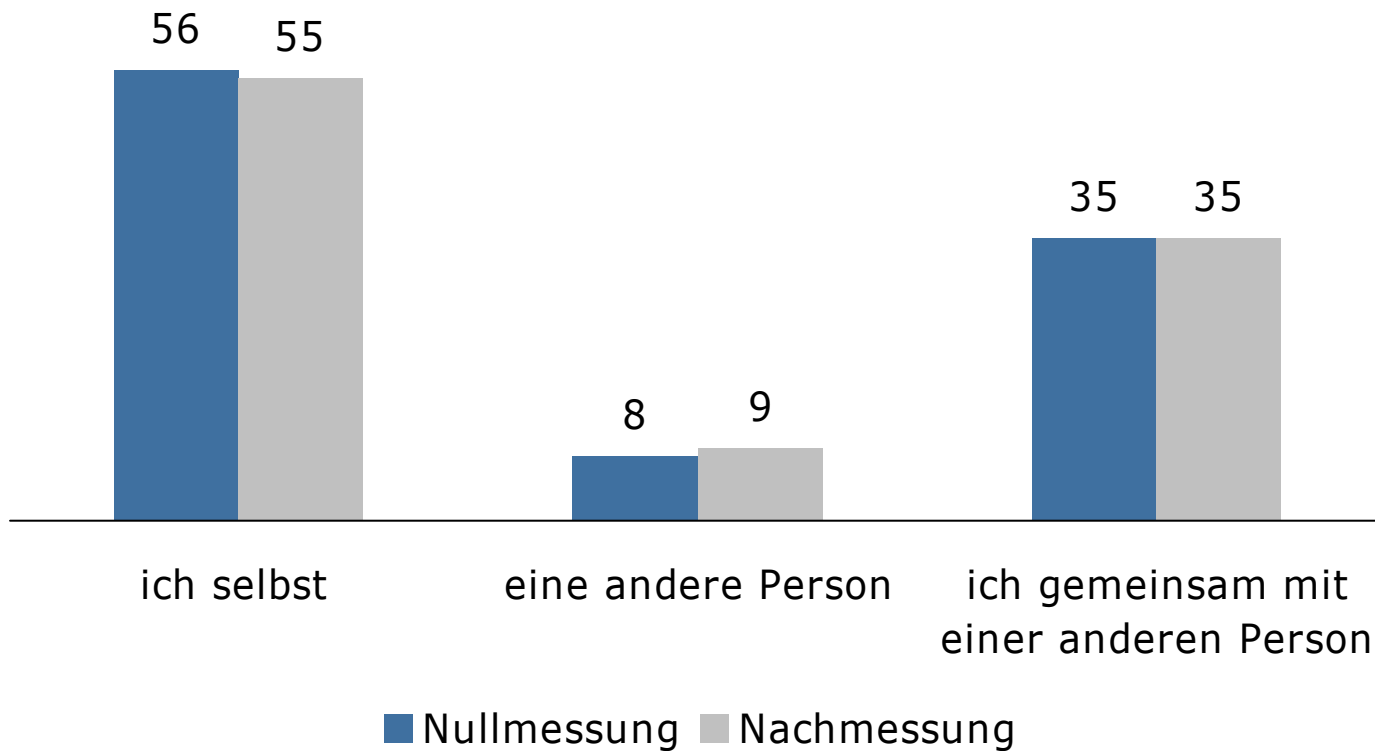
Basis: E 20-49 Juli (n=802), November 2005 (n=500)

Frage: Sind Sie persönlich oder jemand anders in Ihrem Haushalt im Besitz einer Rechtsschutz-Versicherung von ARAG?



Entscheider beim Thema Versicherungen

in %



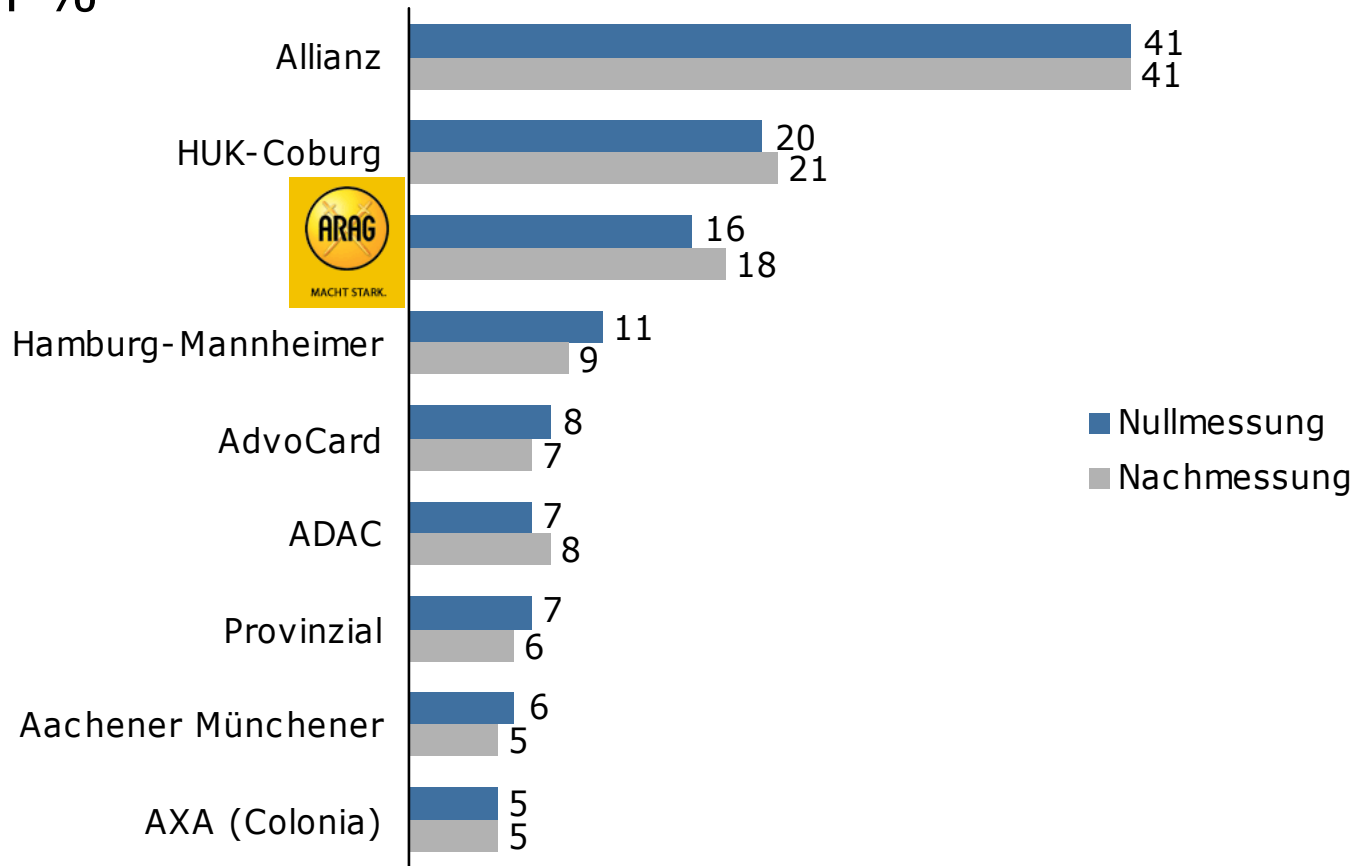
Basis: E 20-49 Juli (n=802), November 2005 (n=600)

Frage: Wer entscheidet in Ihrem Haushalt über das Thema Versicherungen? Sind Sie das selbst? Ist das eine andere Person oder entscheiden Sie gemeinsam mit einer anderen Person?



Spontane Markenbekanntheit

in %



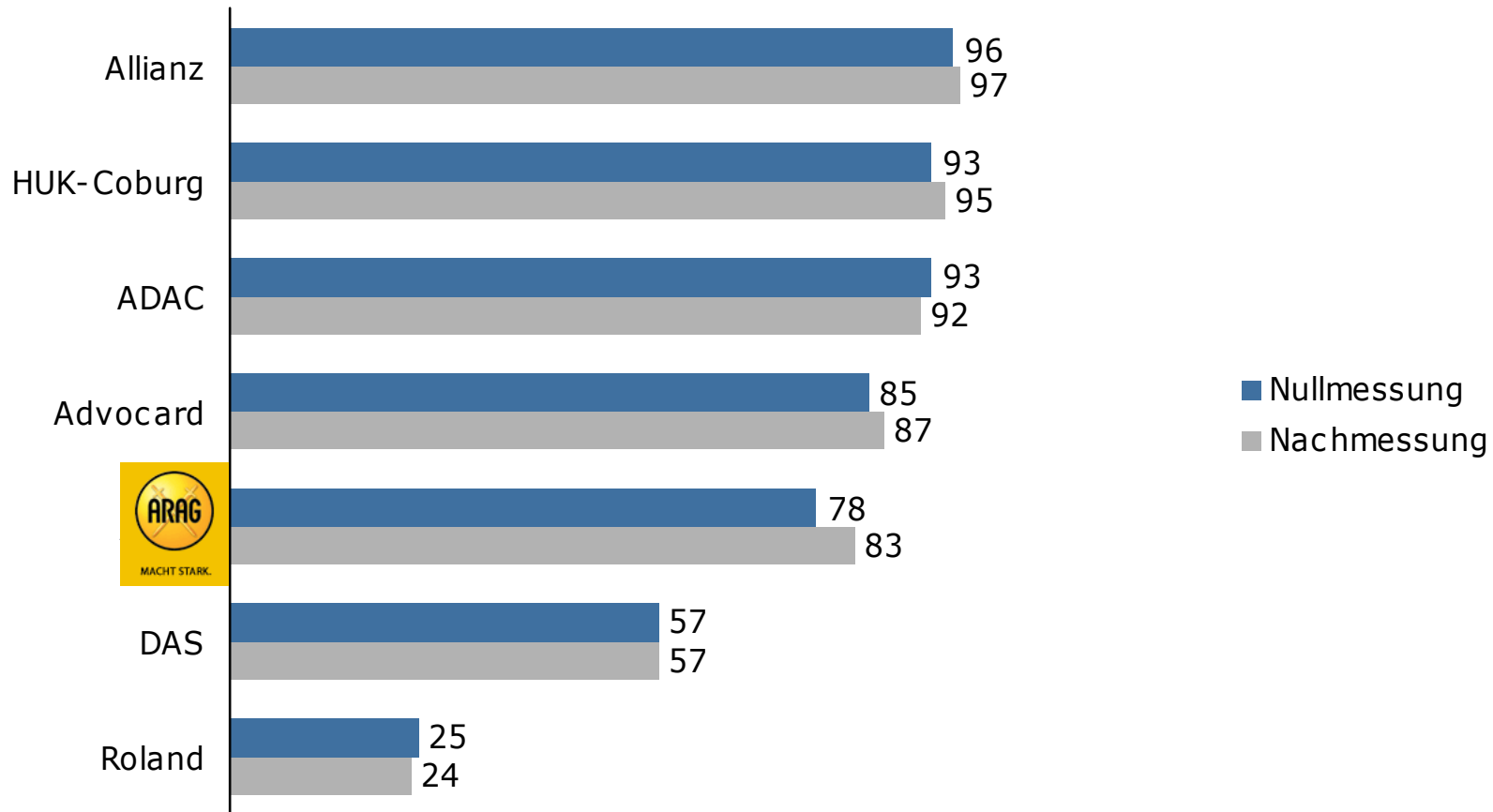
Basis: E 20-49 Juli (n=802), November 2005 (n=600)

Frage: Wenn Sie einmal an Versicherungsgesellschaften denken, bei denen man eine Rechtsschutzversicherung abschließen kann: Welche fallen Ihnen da spontan ein?



Gestützte Markenbekanntheit

in %



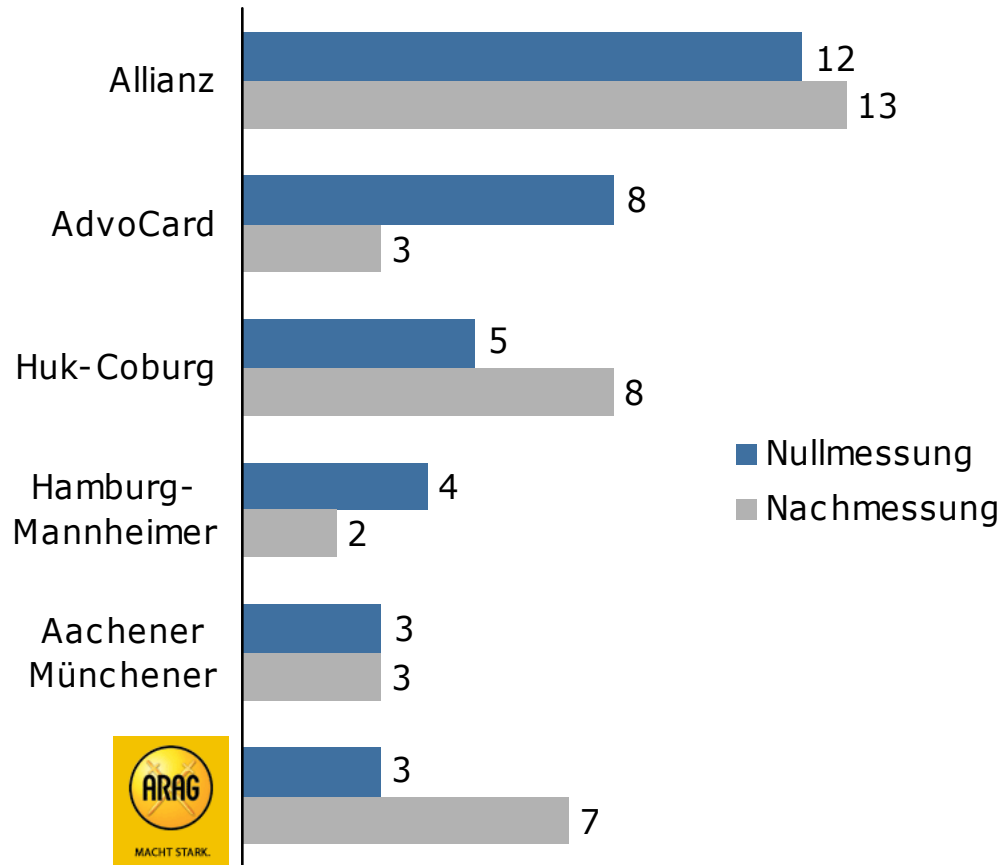
Basis: E 20-49 Juli (n=802), November 2005 (n=600)

Frage: Ich nenne Ihnen nun einige Versicherungsgesellschaften, die auch Rechtsschutzversicherungen anbieten. Sagen Sie mir bitte, welche davon Ihnen bekannt sind, wenn auch vielleicht nur dem Namen nach.



Spontane Werbeerinnerung

in %

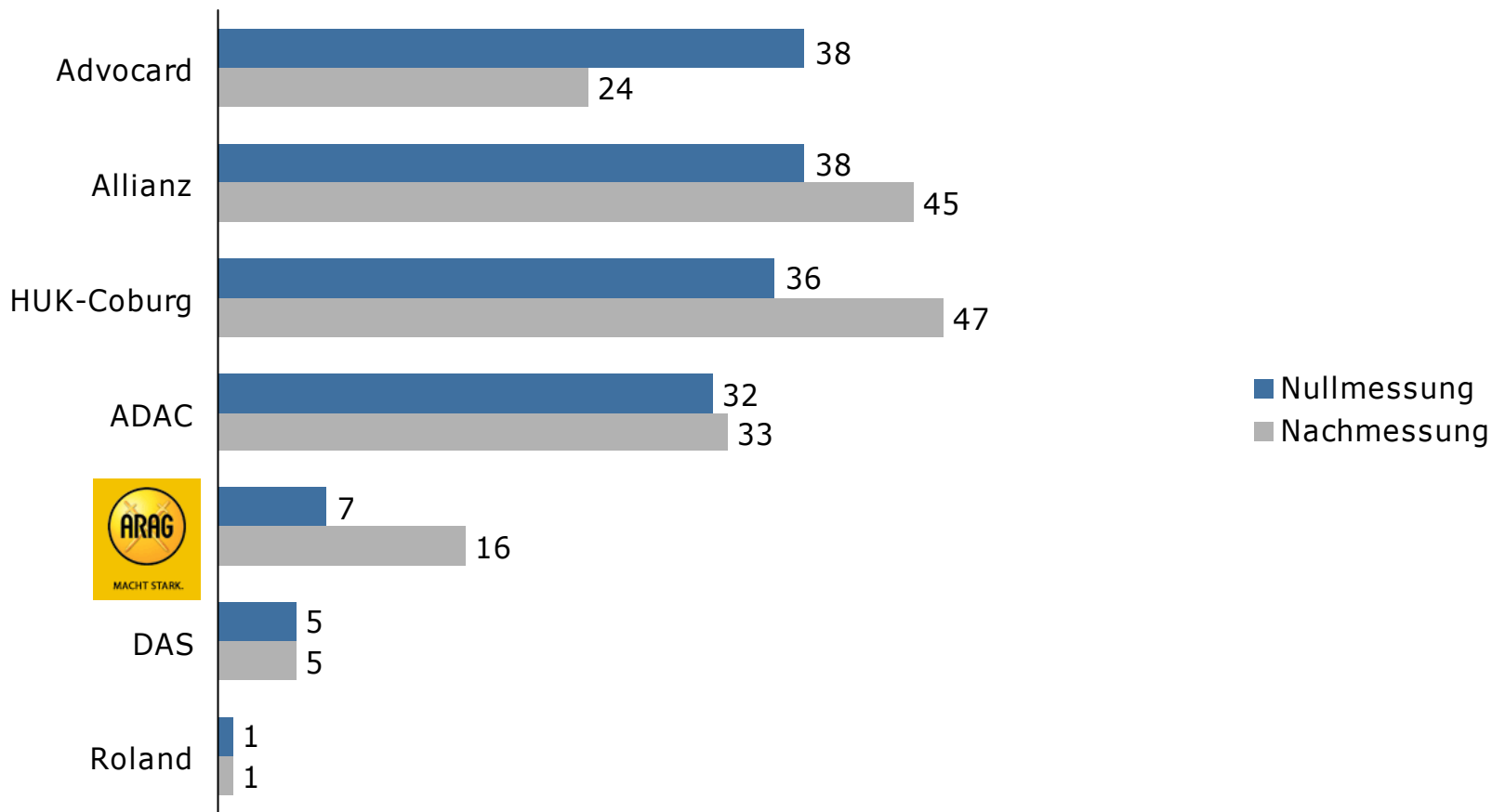


Basis: E 20-49 Juli (n=802), November 2005 (n=600)

Frage: Und für welche Versicherungsgesellschaften, bei denen man eine Rechtsschutzversicherung abschließen kann, haben Sie in der letzten Zeit Werbung im Fernsehen gesehen?

Gestützte Werbeerinnerung

in %



Basis: E 20-49 Juli (n=802), November 2005 (n=600)

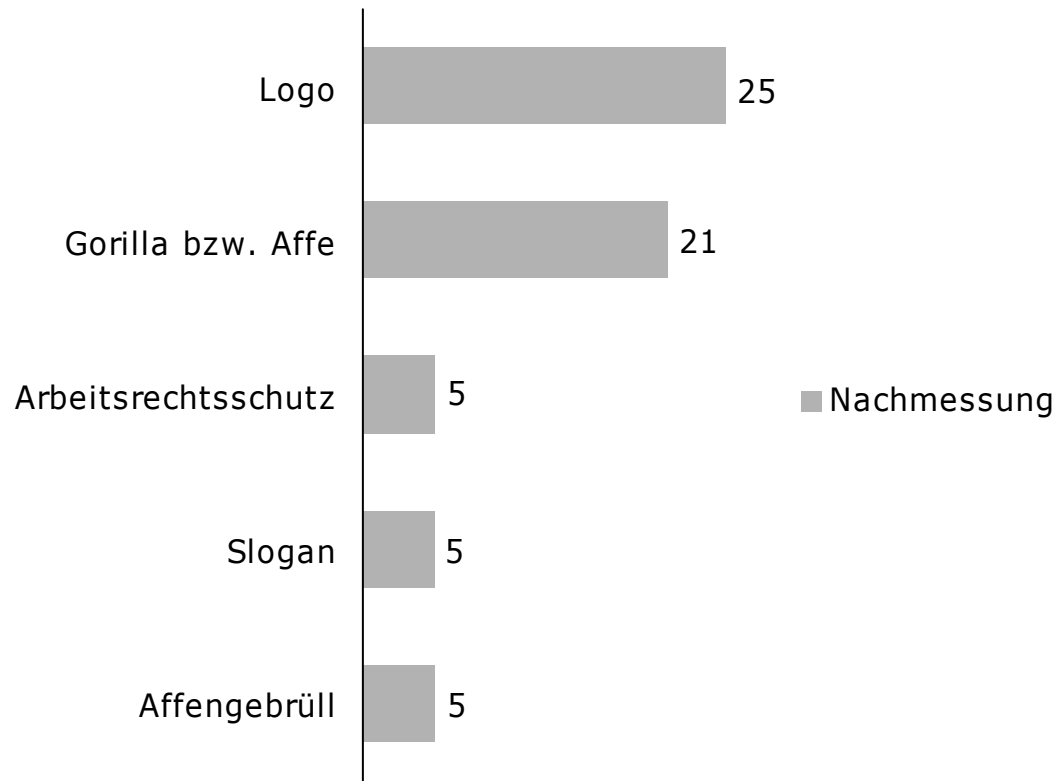
Frage: Und für welche dieser Versicherungsgesellschaften haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen? Ich lese Ihnen dazu die Liste noch einmal vor.

ARAG TV-Spots



Spontane Motiverinnerung

in %



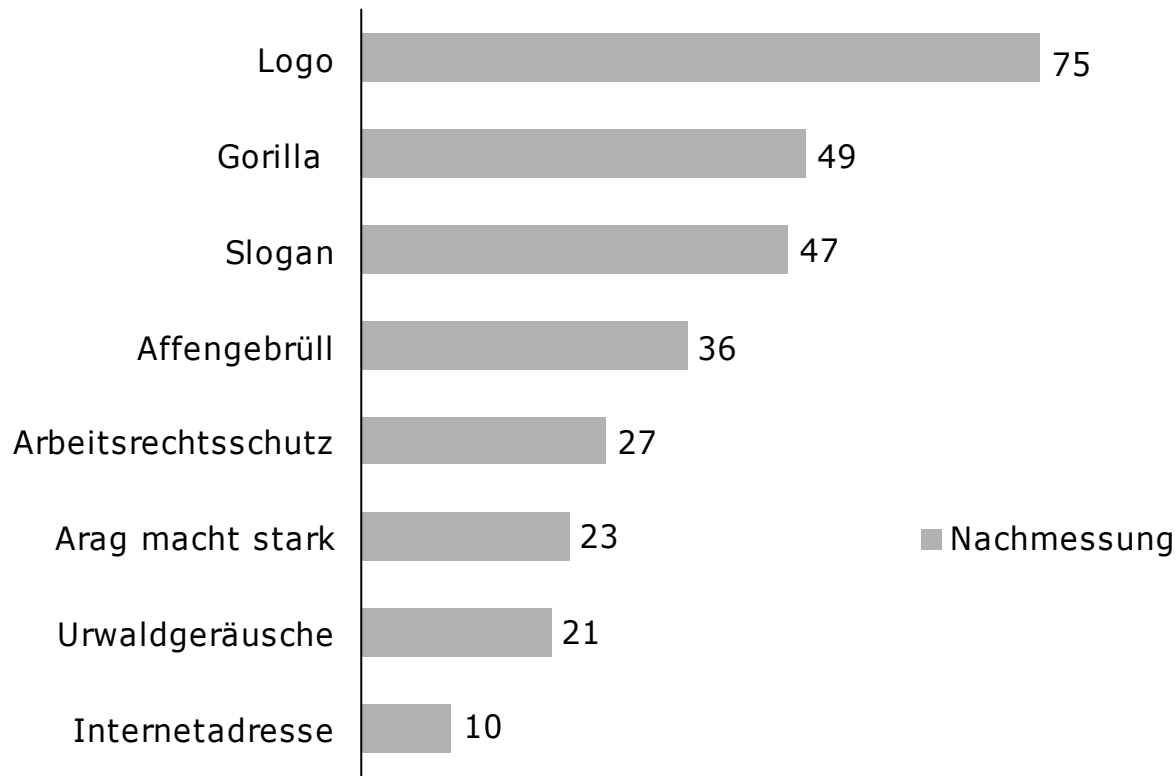
Basis: E 20-49, Fernseh-Werbung von ARAG bekannt, November 2005 (n=97)

Frage: Sie sagten eben, dass Sie Werbung von ARAG im Fernsehen gesehen haben. An welche Details der Werbung können Sie sich erinnern?



Gestützte Motiverinnerung

in %



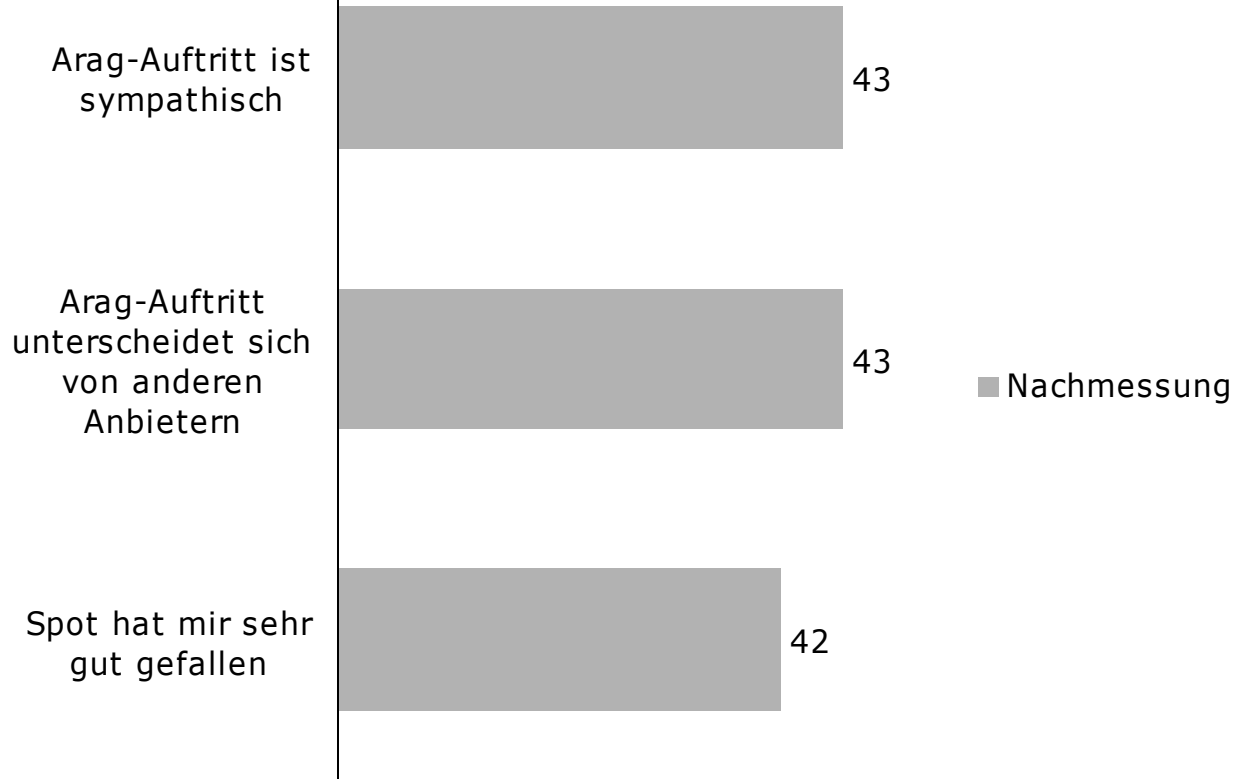
Basis: E 20-49 Juli, Fernseh-Werbung von ARAG bekannt, November 2005 (n=97)

Frage: Man erinnert sich ja nicht immer an alle Details. Ich lese Ihnen nun einige Dinge vor, die in dem Spot von ARAG zu sehen und zu hören waren. An welche davon erinnern Sie sich?



Spotgefallen ARAG

Top-2-Werte in %



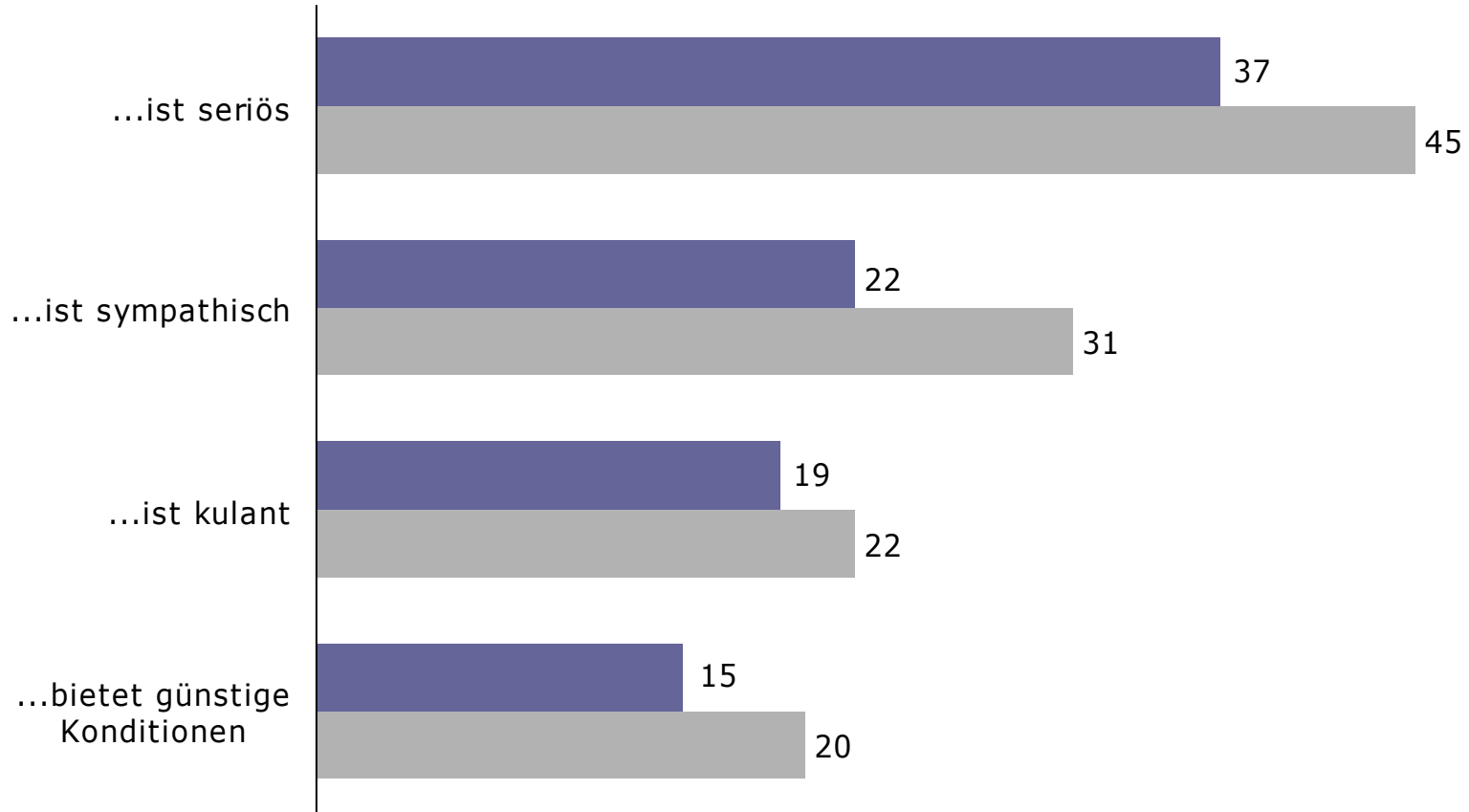
Basis: E 20-49, Fernseh-Werbung von ARAG bekannt, November 2005 (n=97)

Frage: Ich lese Ihnen nun einige Aussagen über den Werbefilm vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage inwieweit Sie ihr zustimmen. Bitte sagen Sie mir es anhand einer Skala von 1 bis 4. Die „1“ bedeutet dabei, Sie stimmen der Aussage überhaupt nicht zu und die „4“ bedeutet, Sie stimmen ihr voll und ganz zu. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.



Image ARAG

Top-2-Werte in %



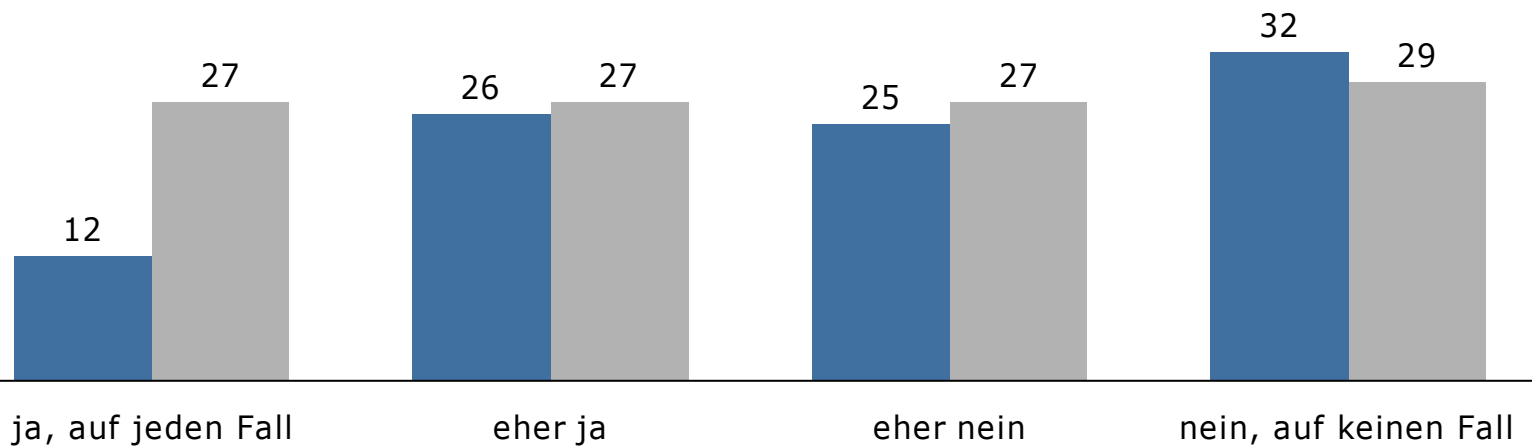
Basis: E 20-49, ARAG Bekannt; Juli (n=802), November 2005 (n=500)

Frage: Ich lese Ihnen nun einige Aussagen über ARAG vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage inwieweit Sie ihr zustimmen. Bitte sagen Sie mir es anhand einer Skala von 1 bis 4. Die „1“ bedeutet dabei, Sie stimmen der Aussage überhaupt nicht zu und die „4“ bedeutet, Sie stimmen ihr voll und ganz zu. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.



Informationsinteresse an ARAG-Produkten

in %



Basis: Erwachsene 20-49, ARAG bekannt, Juli 2005 (n=622), November 2005 (n=600)

Frage: Stellen Sie sich einmal vor, Sie haben ein konkretes Interesse an einer Versicherung. Würden Sie sich an die ARAG wenden, um mehr Informationen über die Leistungen und Angebote von ARAG einzuholen?



ARAG - laut gebrüllt mit Erfolg

Der TV-Flight hat erfolgreich Markenbekanntheit und Werbeerinnerung gesteigert.

ARAG wird nach dem TV-Flight von einem Drittel als sympathisches und seriöses Versicherungsunternehmen wahrgenommen.

Insbesondere das Interesse an den Produkten und Leistungen von ARAG verzeichnet einen deutlichen Anstieg. 27 Prozent würden auf jeden Fall - bei konkretem Versicherungsinteresse- Informationen bei ARAG einholen. Vor dem Flight waren es noch 12 Prozent.



Danke für Ihre Aufmerksamkeit



Ansprechpartner

Maren Boecker

Senior-Projektleiterin Werbewirkung

Mediaforschung & Services

Tel.: 0221-5886-465

Email: maren.boecker@ip-deutschland.de