mafoScorecard®

mafo.de
Die Online Marktforscher

mafo 7,1 score

- **Plakatname:** AOK „Mutter & Kind“
- **Branche:** Gesundheit
- **Umfrageteilnehmer:** 301
- **Testzeitraum:** 05/2012
- **Teilnehmerstruktur:** 48 % männlich, 52 % weiblich

1 Ausstrahlungskraft

Gestützte und ungestützte Fragen zum Erinnerungsverhalten.

5,9

2 Wahrnehmbarkeit

Erhebung von Interesse, Wahrnehmung sowie Gefallen an den Plakaten und Produkten.

6,9

3 Emotionalität

Bewertung hinsichtlich Sympathie, Attraktivität, Einzigartigkeit, Glaubwürdigkeit und Überzeugung.

7,6

4 Verständlichkeit

Überprüfung der Hauptaussage und Produktverständnis des Plakates.

7,4

5 Markenrelation

Brandfit des Plakates zur beworbenen Marke.

7,7

6 Appellation

Abfrage des Handlungsimpuls der durch das Plakat ausgelöst wird.

6,8

mafoScorecard®

mafo.de
Die Online Marktforscher

mafo 7,1 Score

- **Plakatname:** AOK „Mutter & Kind“
- **Branche:** Gesundheit
- **Umfrageteilnehmer:** 301
- **Testzeitraum:** 05/2012
- **Teilnehmerstruktur:** 48 % männlich, 52 % weiblich

Zusammenfassung

- Das Plakat der AOK zur Hotline für Kindergesundheit erreicht einen mafoScore von 7,1 und damit ein sehr gutes Ergebnis über dem Benchmark-Level (6,3).
- Die Ausstrahlungskraft des Plakats liegt mit einem Score von 5,9 auf einem ordentlichen Niveau und erreicht beim gestützten Recall einen Wert von über 70 %. Das Plakat transportiert die Marke, durch die prägnante Platzierung des Logos und die Farbwahl demnach gut.
- Dies drückt sich auch im hohen Wert von 7,7 bei der Markenrelation aus. Das Plakat passt demnach überaus gut zur AOK. Auch in Puncto Verständlichkeit ist ein Wert von 7,4 ein gutes Ergebnis. Die Befragten können klar und deutlich erkennen, worum es bei dem Plakat geht und wer der Absender ist.
- Die Gestaltung des Plakats zur Kindergesundheit kommt mit einem Wert von 6,9 insgesamt gut an. Etwa Zweidrittel äußern sich positiv über die Gestaltung. Dies drückt sich in Statements aus, wie: „Das Kind mit dem Telefon in der Hand wirkt sympathisch“, „Ansprechend gestaltet, sagt alles aus“ oder „Das Titelbild, sieht sehr verantwortungsbewusst aus.“.
- Negativ wird von den Befragten angemerkt: „Viel zu viel Text besonders in Bezug auf das Kleingedruckte, welches unseriös wirkt“ oder „Die Schrift mitsamt Ballon wirkt sperrig und fügt sich nicht unbedingt ins Bild ein“
- Die guten Werte bei Markenrelation und Gestaltung, führen folgerichtig zu einem ebenfalls hohen Wert bei der Emotionalität von 7,6. Dabei werden insbesondere Überzeugungskraft (8,3) und Glaubwürdigkeit (8,0) herausragend bewertet. Aber auch die Einzelwerte der Dimensionen Sympathie (7,7), Einzigartigkeit (7,0) und Attraktivität (7,1) liegen auf überdurchschnittlichem Niveau.
- Der ermittelte Handlungsimpuls von 6,8 kann als überaus aktivierend eingestuft werden.

- Fazit: Das Plakat erhält in allen Dimensionen sehr gute Werte. Es gilt als verständlich, passgenau, überzeugend und erreicht auch bei der Gestaltung gute Noten. Kritisch wurde von einigen Befragten die „Überladung“ des Plakats angemerkt.