

# AdVision KAMPAGNENREPORT:

Procter & Gamble #GemeinsamStärker  
Zeitraum: Kampagnenstart - 30.06.2022

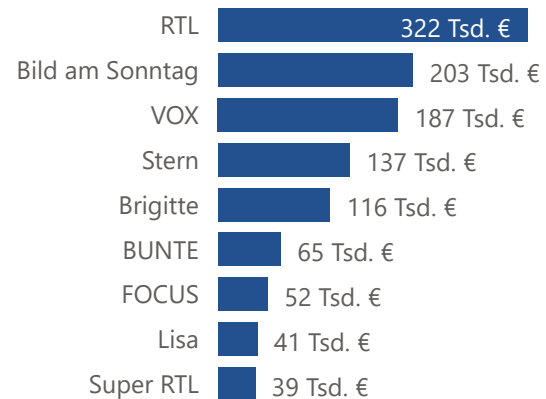
Kampagnenspendings

1,38 Mio.€

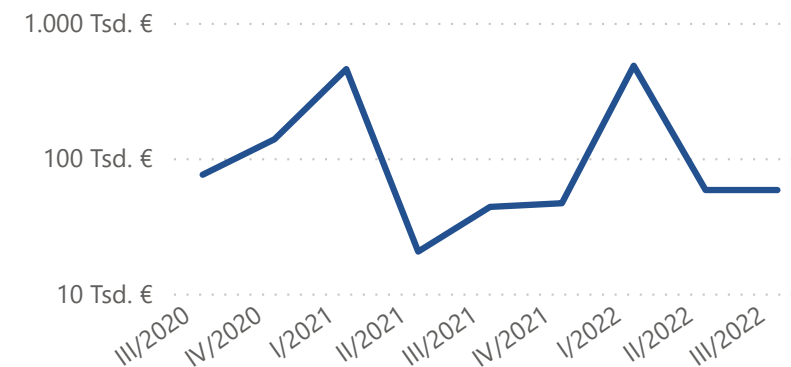
WA Brutto



## Top Werbeträger



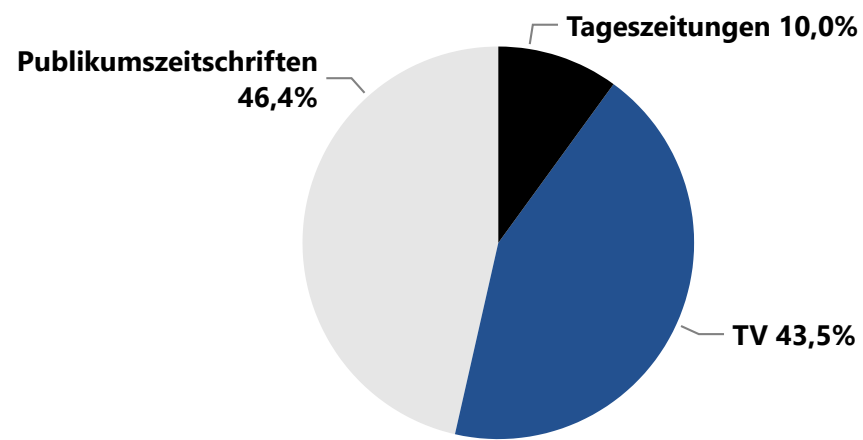
## Werbeausgaben im Zeitverlauf



## Top 10 P&G Marken 2022

Marke	WA Brutto	WA Brutto VJ	Diff. VJ in %
Oral-B	68,9 Mio.€	84,0 Mio.€	↓ -18,03%
Always	67,7 Mio.€	70,7 Mio.€	↓ -4,28%
Pampers Baby Dry	63,0 Mio.€	63,1 Mio.€	↓ -0,12%
Lenor	52,2 Mio.€	38,3 Mio.€	↑ 36,30%
Head & Shoulders	48,5 Mio.€	43,7 Mio.€	↑ 10,81%
Braun (Haarentfernung/-pflege)	41,4 Mio.€	67,5 Mio.€	↓ -38,68%
Pampers Premium Protection	39,3 Mio.€	21,4 Mio.€	↑ 83,91%
ZzzQuil	35,5 Mio.€	4,4 Mio.€	↑ 700,74%
Femibion	34,3 Mio.€	27,2 Mio.€	↑ 26,10%
Ariel	33,0 Mio.€	40,7 Mio.€	↓ -18,86%

## Mediensplit



#GemeinsamStärker

Setze mit uns Zeichen des Guten für ein besseres Miteinander.

Mach auch du mit und registriere dich in unserer #GemeinsamStärker Community auf [www.wirgemeinsamstaerker.de](http://www.wirgemeinsamstaerker.de).

Jedes neue Mitglied ist ein Zeichen des Guten und dafür spenden wir je 1 € an die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V.“

#GemeinsamStärker – eine Initiative von Procter & Gamble mit seinen Marken.

