KAMPAGNEN-ANALYSE

KAMPAGNENANALYSE RADIO (KARA)
TCHIBO, 2023

ARD MEDIA

KARA FÜR TCHIBO

TCHIBO LOCKT IM RADIO MIT SAISONARTIKELN

Tchibo bringt Frühlingsgefühle ins Radio

OBWOHL DAS WETTER IM APRIL DIESEN JAHRES NOCH NICHT VIEL FRÜHLING ERAHNEN LIEß, SCHUF TCHIBO FRÜHLINGSHAFTE STIMMUNG ÜBER DAS RADIO.

Mit einer vierwöchigen Kampagne warb Tchibo unter anderem für Frühlingsmode, Gartenutensilien und Produkte zu Ostern. Jeder der vier Spots wurde eingerahmt durch den Slogan „Smart gespart bei Tchibo“. Außerdem Bestandteil jedes Spots: Tchibo bietet „gute Qualität zum fairen Preis“.

Eine bundesweite Befragung von Personen zwischen 14 und 69 Jahren hat die Kampagne von Tchibo begleitet. Die Ergebnisse zeigen, dass die ungestützte Bekanntheit von Tchibo als Anbieter von Alltagsgegenständen, wie sie in den Spots beworben wurden, um 19 Prozent gesteigert wurde (+ 2,75 Mio. Personen). Ein Einkauf bei Tchibo kam auf Grund der Kampagne für 5,6 Mio. Personen zusätzlich in Frage (+ 21 %). Auch die Inhalte der Spots wurden erfolgreich vermittelt: 3,21 Mio. Menschen zusätzlich waren der Meinung, dass Tchibo qualitativ hochwertige Waren bietet. 4,43 Mio. Menschen zusätzlich fanden, dass Tchibo ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis hat.

KARA für Tchibo, 2023

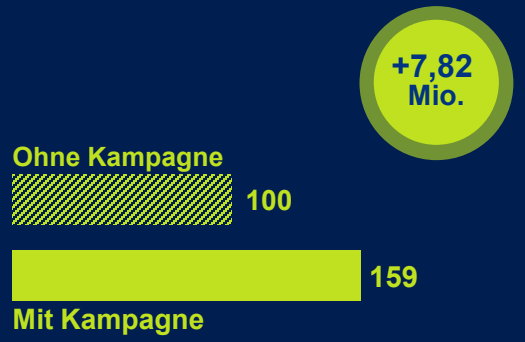
ARD MEDIA

RADIO WIRKT

WERBEEFFEKT FÜR TCHIBO

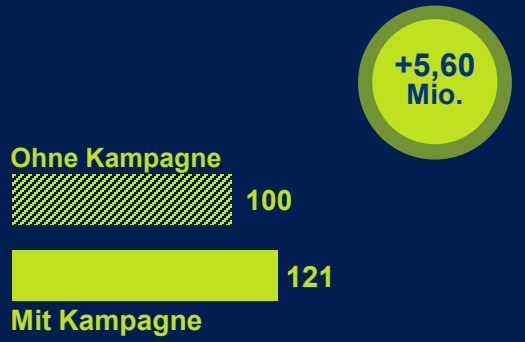
#1 WERBEERINNERUNG

„Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für Tchibo gehört, gesehen oder gelesen?“



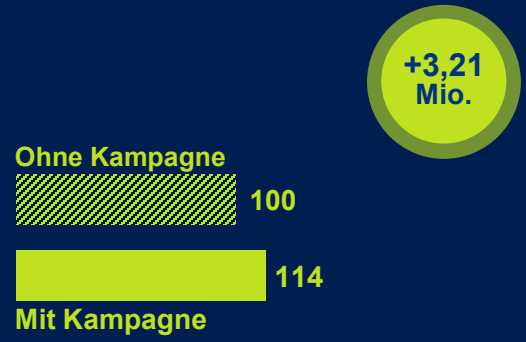
#2 RELEVANT SET

„Käme der Einkauf bei Tchibo für Sie grundsätzlich in Frage?“



#3 IMAGE

Zustimmung „Tchibo bietet qualitativ hochwertige Waren“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100
Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 536 | repräsentativ für Personen 14-69, bundesweit

ARD MEDIA

DEINE ANSPRECHPARTNERIN

Saskia Stork
Advertising & Market Insights
Telefon: +49 (0)69 / 15424-127
Mobil: +49 (0)171 / 9960310
saskia.stork@ard-media.de

ARD MEDIA