KAMPAGNEN-ANALYSE

KAMPAGNENANALYSE RADIO (KARA)
HALSSCHMERZTABLETTEN, 2024

ARD MEDIA

KARA FÜR HALSSCHMERZTABLETTEN

KLARE STIMME, STARKER AUFTRITT

Radiokampagne wirbt für Hals-schmerztabletten

HALSSCHMERZEN UND HEISERKEIT BRAUCHT KEIN MENSCH!

Noch härter trifft es in der Erkältungssaison allerdings all jene, die berufsmäßig auf ihre Stimme angewiesen sind. Dazu zählen – quasi auf der Spitze der Betroffenenpyramide – professionelle Sängerinnen und Sänger. Wie diese von der Wirksamkeit ihres Produktes profitieren können, demonstrierte eine Halsschmerztabletten-Marke im Herbst 2024 mit einer Radiokampagne – inklusive geglückter Gesangseinlage dank rascher Linderung.

Den Erfolg der Kampagne dokumentiert eine kampagnenbegleitende Befragung von Personen zwischen 14 und 69 Jahren. 1,38 Millionen Personen zusätzlich haben die zentrale Botschaft der Kampagne mitgenommen, dass die Halsschmerztabletten der werbenden Marke schnell und zuverlässig helfen (+ 13 %). Es konnten ferner 2,27 Millionen Personen hinzugewonnen werden, die sich vorstellen können, die betreffende Marke zu kaufen (+ 13 %). Ihre ungestützte Markenbekanntheit konnte die Marke um 30 Prozent steigern, was absolut 730 Tausend Personen entspricht.

ARD MEDIA

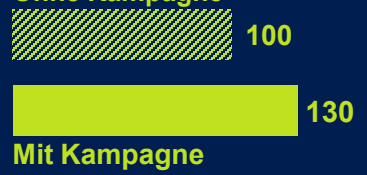
RADIO WIRKT

WERBEEFFEKT FÜR HALSSCHMERZTABLETTEN

#1 MARKEN-BEKANNTHEIT

„Welche Halstabletten-Marken zur Linderung dieser Beschwerden kennen Sie zumindest dem Namen nach?“

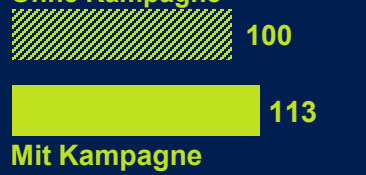
+730 Tsd.



#2 RELEVANT SET

„Käme der Kauf von … für Sie grundsätzlich in Frage?“

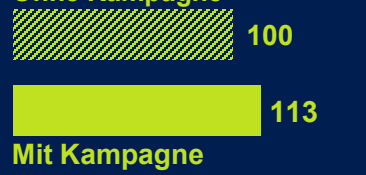
+2,27 Mio.



#3 IMAGE

Zustimmung „… hilft schnell und zuverlässig“

+1,38 Mio.



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100
Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 763 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre; bundesweit

KARA für Halsschmerztabletten, 2024

ARD MEDIA

DEIN ANSPRECHPARTNER

Hans-Peter Gaßner
Advertising & Market Insights
Telefon: +49 (0)69 / 15424-137
Mobil: +49 (0)160 / 5833664
hans-peter.gassner@ard-media.de

ARD MEDIA