



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für Vaillant 2020

Vaillant

Mit Radio zum Kauf klimafreundlicher Heizungen aktivieren

Vaillant, die renommierte und innovative Marke aus dem Bereich Heiz-, Lüftungs- und Klimatechnik, befasste sich in ihrer Herbst-Kampagne 2020 (310 GRP in der Altersgruppe 30 – 59 Jahre) mit den Auswirkungen des Klimawandels. In den beiden eingesetzten Spots wurde aufgezeigt und vermittelt, wieso genau jetzt der richtige Zeitpunkt sei, um sich ein neues klimafreundliches Heizungssystem anzuschaffen.

Eine begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) zeigte über alle KPIs hinweg positive Effekte – so konnte die Bekanntheit der Marke Vaillant sowie die Erinnerung an Werbung von Vaillant erfolgreich um 22 bzw. 34 Prozent gesteigert werden. Insgesamt brachte die Radiokampagne der Marke 27 Prozent mehr Kaufinteressenten.

Radio wirkt – Werbeeffekte für Vaillant



▪ Uplift der Markenbekanntheit

Die Bekanntheit der Marke Vaillant stieg aufgrund der Radiokampagne um ordentliche 22 Prozent an.



▪ Werbung bleibt im Kopf

Die Erinnerung an Werbung der Marke Vaillant konnte um 34 Prozent gesteigert werden.



▪ Verankerung im Relevant Set

Dank Radio kommt der Kauf eines Heizsystems von Vaillant verstärkt infrage:
Die Verankerung der Marke im Relevant Set konnte durch die Kampagne um 27 Prozent gesteigert werden.

Darstellung als Index; Ausgangswert = 100
Quelle: KARA 2020; n=531; repräsentativ für E30-59, bundesweit

Ihr Ansprechpartner



Michael Ofenloch

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

michael.ofenloch@ard-werbung.de

