



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für Yakult 2020

Yakult

Funk-Flight sorgt für Aufmerksamkeit und Aktivierung

„Sag Ya zu 85 Jahren Wissenschaft, sag Ya zu 20 Milliarden Shirota-Bakterien... sag Ya zu Yakult“ - so klang es im Radio-Spot, mit dem das japanische Kultgetränk seinen 85. Geburtstag feierte. Dazu machte die Marke im Herbst 2020 eine Kampagne mit einem Werbedruck von 306 GRP in der Altersgruppe 14 – 69. Ein 20-Sekunden-Hauptspot gepaart mit einem 10-sekündigen Reminder vermittelten mit Nachdruck die positiven Effekte des Konsums Magermilchgetränks.

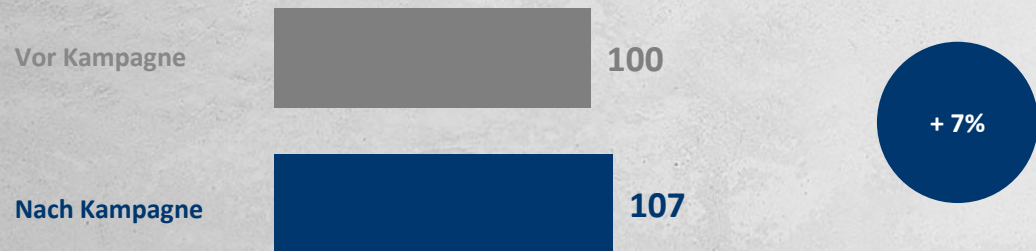
Die begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) zeigte: Werbung für Yakult blieb in Erinnerung und steigerte erfolgreich die Kaufabsicht. Somit konnten 800.000 zusätzliche Interessenten gewonnen werden.

Radio wirkt – Werbeeffekte für Yakult



- **Gesteigerte Werbeerinnerung**

Die Werbeerinnerung für Yakult konnte um 16 Prozent gesteigert werden.



- **Aktivierung und animiert zum Kauf**

Die Radiokampagne konnte rund 800.000 zusätzliche Interessenten generieren, die beabsichtigen, demnächst Yakult zu kaufen.

Darstellung als Index; Ausgangswert = 100
Quelle: KARA 2020; n=516; repräsentativ für E14-69, bundesweit

Ihr Ansprechpartner



Michael Ofenloch

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

michael.ofenloch@ard-werbung.de

