



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für Hyundai 2020

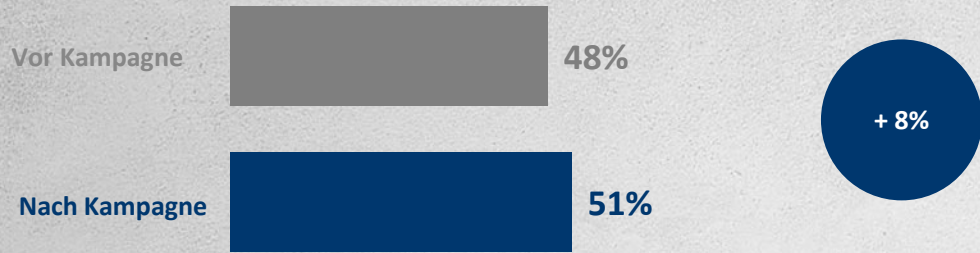
Hyundai

Radio zahlt auf Marke und Modell ein

Der koreanische Automobilhersteller Hyundai ging Mitte Juli 2020 mit einem kurzen Radio-Flight von 187 GRP on Air. Der 20-sekündige Spot bewarb eine Leasing-Aktion für Hyundai KONA Elektro.

Eine begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) zeigt über alle KPIS hinweg positive Effekte – so konnte sowohl die (ungestützte) Markenbekanntheit von Hyundai, (gestützte) Bekanntheit des Modells KONA Elektro sowie (gestützte und ungestützte) Werbeerinnerung für das Modell gesteigert werden. Ebenso kommt die Marke an sich für mehr Personen grundsätzlich in Frage.

Radio wirkt – Werbeeffekte für Hyundai



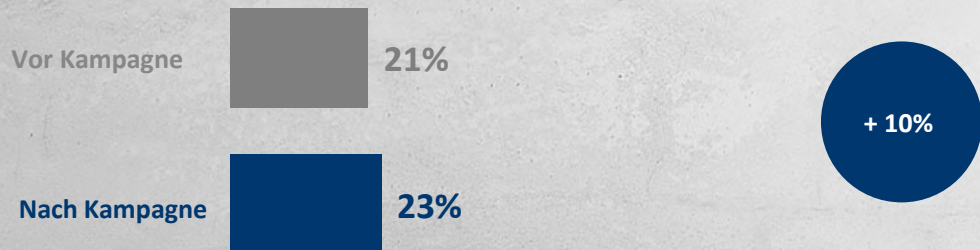
▪ Starke Effekte: Markenbekanntheit

Mithilfe der Radiokampagne von 187 GRP konnte die Bekanntheit der Marke KONA Elektro um 8 Prozent steigern. Dies entspricht einem Zuwachs von über 2 Millionen Personen.



▪ Werbung bleibt im Kopf

Die gestützte Werbeerinnerung steigerte sich aufgrund der Kampagne von 17% auf 19%.



▪ Steigerung der Nutzungsabsicht

Die Radiokampagne hat die Marke Hyundai bei zusätzlich rund 1,15 Millionen ins Relevant Set gebracht

Quelle: KARA 2020; n=534; repräsentativ für E14-69, bundesweit

Ihr Ansprechpartner



Hans-Peter Gassner

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-138

hans-peter.gassner@ard-werbung.de

