



SPOTANALYSE RADIO

für Das Telefonbuch

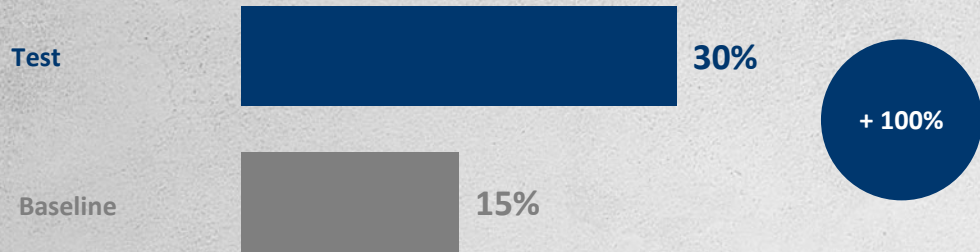
Das Telefonbuch als vielseitiger Helfer im Alltag

Radiowerbung inspiriert zur smarten Benzinpreissuche

In Zeiten von Inflation und Spritpreissteigerungen ging Das Telefonbuch erneut mit einem zum Zeitgeschehen passenden Radiospot on air. Der Spot behandelt ein weithin bekanntes Szenario: Das Volltanken des Autos treibt einer Autofahrerin auf Grund der aktuellen Benzin- und Dieselpreise die Tränen in die Augen. Die Stimme aus dem Off weiß Rat: Wer das umgehen will, informiert sich in der App von Das Telefonbuch über die aktuellen Preise an den Tankstellen. Ein humorvoller Twist – dass bei tränenden Augen auch Augenärzte und Optiker über die App gefunden werden können – rundet den Spot ab und qualifiziert Das Telefonbuch über einen einzelnen Bereich hinaus als vielseitigen Helfer im Alltag.

Bereits zum zweiten Mal belegt die Spotanalyse Radio (SARA) die Wirksamkeit der Radiowerbung von Das Telefonbuch. Es zeigt sich: Die spontane Markenbekanntheit wurde verdoppelt (+100 Prozent) und die Werbung von den Menschen extrem gut erinnert (+575 Prozent). Und auch das Angebot als vielseitiger Helfer im Alltag verfängt: Das spontane Consideration Set ist um 138 Prozent gestiegen, d.h. die Nutzung von Das Telefonbuch kommt für mehr Menschen „grundsätzlich in Frage“. Kurzum: Der Einsatz von Radio hat sich für Das Telefonbuch in jeder Hinsicht gelohnt! Und das Intro „Neues von Das Telefonbuch“ ist prädestiniert, die nächste Botschaft zum dann aktuellen Thema einzuleiten.

Der Spot funktioniert – Effekte für Das Telefonbuch



- **Spontane Bekanntheit: Spot macht Das Telefonbuch bekannter**

Der Spot hat die Bekanntheit von Das Telefonbuch als Telefon- und Adressverzeichnis verdoppelt.



- **Gestützte Werbeerinnerung: Das Telefonbuch bleibt im Kopf**

Der Spot steigert die gestützte Werbeerinnerung um 575 Prozent. Die Botschaft bleibt also „hängen“ und Das Telefonbuch verankert sich im Kopf der potenziellen Nutzer.



- **Spontanes Consideration Set: Das Telefonbuch kommt in Frage**

Die Steigerung beim Consideration Set beträgt 138 Prozent, d.h. die Nutzung von Das Telefonbuch als Adressverzeichnis kommt durch den Spot für mehr Menschen „grundsätzlich in Frage“.

Quelle: SARA 2022; Testgruppe: n = 506, Baseline: n = 506

ANSPRECHPARTNERIN



Saskia Stork

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

saskia.stork@ard-media.de

