



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für Baur Versand, 2020

Baur Versand

Frauen haben dank Radio-Kampagne "nur noch Baur im Kopf"

Baur Versand, der bekannte Onlinehändler aus Bayern, entschied sich im Herbst/ Winter 2020 nach längerer Zeit wieder für den Einsatz von Radio im Mediamix. Hierfür schuf man eine Vielzahl von humorvollen Spots mit Wortspielen rund um den Markennamen Baur.

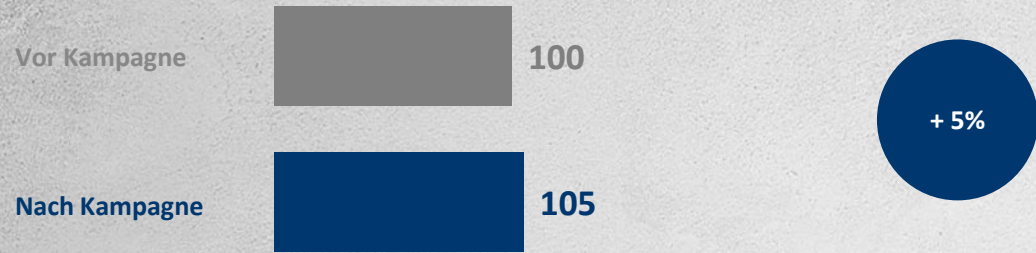
Das Vertrauen in die Aktivierungskraft von Radio wurde nicht enttäuscht: Eine begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) zeigt über alle KPIs hinweg positive Effekte.

So konnte die Werbeerinnerung der Marke Baur um satte 87 Prozent gesteigert werden. Ebenso stieg die ohnehin schon sehr hohe Markenbekanntheit um solide 5 Prozent.

Besonders erfreulich ist das verbesserte Markenverständnis. Nach Ablauf der Kampagne stimmten deutlich mehr Befragte diesen Aussagen zu: „Baur führt bekannte Marken“, „Baur ist sympathisch“ und „Baur bietet eine große Auswahl“.

Und ja, Baur schreibt man ohne e.

Radio wirkt – Werbeeffekte für Baur Versand



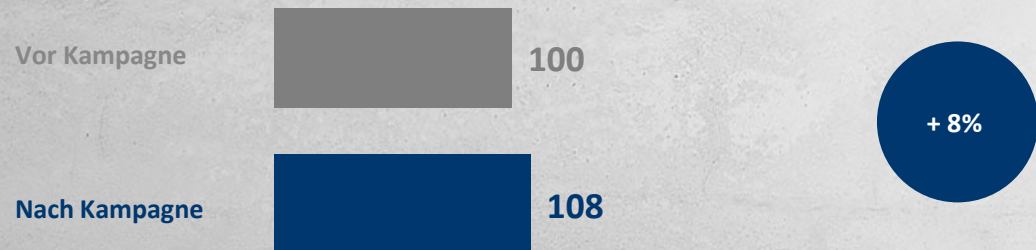
▪ Uplift der Markenbekanntheit

Die ohnehin hohe Bekanntheit der Marke Baur stieg aufgrund der Radio-kampagne um weitere 5 Prozent an.



▪ Werbung bleibt im Kopf

Die Erinnerung an Werbung der Marke Baur konnte um sagenhafte 87 Prozent gesteigert werden.



▪ Verankerung im Relevant Set

Dank Radio kommt der Einkauf beim Versandhändler Baur verstärkt infrage: Die Verankerung der Marke im Relevant Set konnte durch die Kampagne um 8 Prozent gesteigert werden.

Darstellung als Index; Ausgangswert = 100

Quelle: KARA 2020; n=521; repräsentativ für E14-69, Bundesland: Bayern

Ihr Ansprechpartner



Michael Ofenloch

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

michael.ofenloch@ard-werbung.de

