



# KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für Magnum, 2021



# Magnum Classic

## Hörbarer Genuss

Das Knacken der Schokolade, die soulig-dramatische Musik, die verführerische Stimme... Wer's hört, weiß sofort: Hier geht es um Magnum. Denn das Hörbare ist essenzieller Bestandteil der Marke und ihres Genuss-Erlebnisses.

Mit derlei starken Audio Assets ausgestattet, ging Magnum im Februar 2021 on Air. Der Radio-Flight umfasste zwei Wochen mit hohem GRP-Niveau. Beworben wurde die Variante „Classic“, und der Spot spielt damit, dass man an ihrer „idealen Mischung von Schokolade und Eiscreme“ seit 30 Jahren partout nichts mehr verbessern konnte.

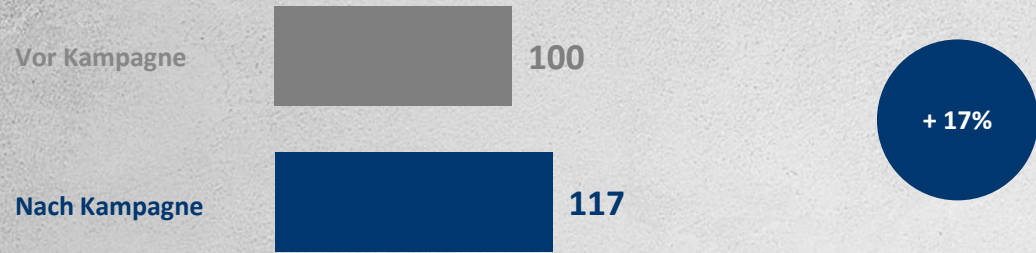
Das ebenfalls „klassische“ Medium Radio zeigte hierbei seine bewährte Wirkungskraft. Eine begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) belegt positive Effekte über alle KPIs hinweg.

So konnte die Kampagne nicht nur die Werbeerinnerung und die spontane Markenbekanntheit steigern, sondern offenbar auch Lust auf ein Magnum wecken: Die Kaufbereitschaft verbesserte sich deutlich.

Zudem rundet ein vertieftes Markenverständnis die erzielte Wirkung ab: Nach Ablauf der Kampagne stimmten deutlich mehr Befragte zu, Magnum sei ihr Lieblingseis und habe die ideale Mischung von Schokolade und Eiscreme.

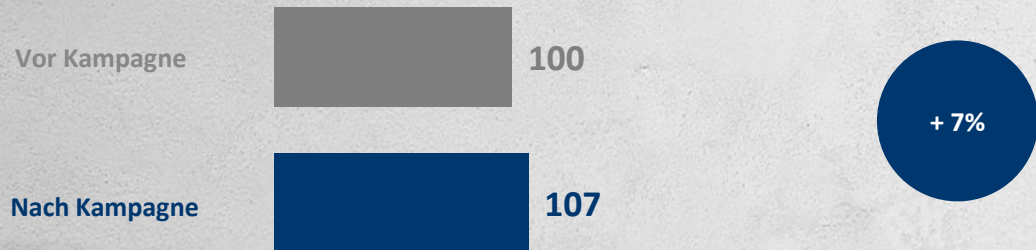


# Radio wirkt – Werbeeffekte für Magnum Classic



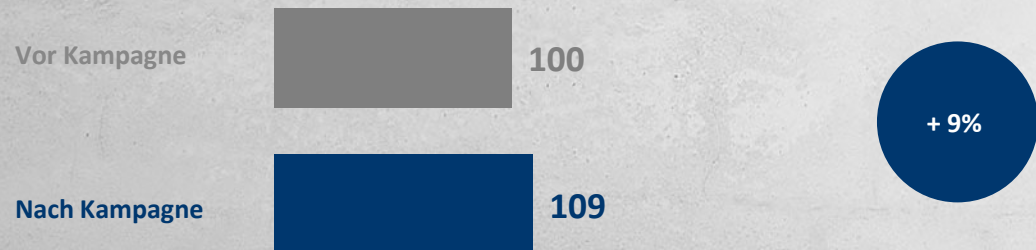
- **Werbung bleibt im Kopf**

Die Erinnerung an Werbung der Marke Magnum stieg um 17 Prozent.



- **Kaufbereitschaft steigt**

7 Prozent mehr Befragte sagten, es sei wahrscheinlich, dass sie demnächst ein Magnum-Eis kaufen werden.



- **Markenverständnis wird vertieft**

Die Zustimmung zur Aussage „Magnum hat die ideale Mischung von Schokolade und Eiscreme“ konnte um 9 Prozent gesteigert werden.

Darstellung als Index; Ausgangswert = 100  
Quelle: KARA 2021; n=527; repräsentativ für E14-69, bundesweit

# Ihr Ansprechpartner



## Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

[christian.bayer@ard-werbung.de](mailto:christian.bayer@ard-werbung.de)

