

SPOTANALYSE RADIO

für Luxembourg for Tourism

Im Radio für spontane Kurztrips trommeln

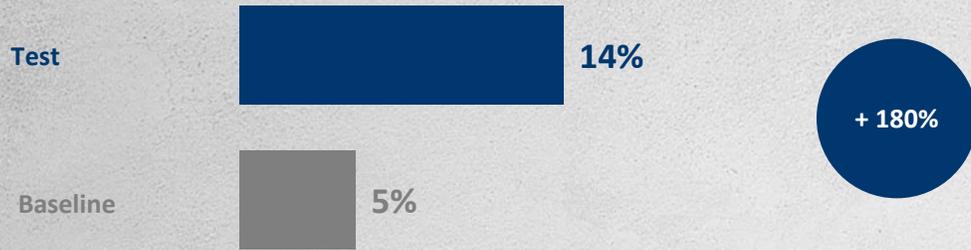
Luxemburg als attraktives Reiseziel in der europäischen Nachbarschaft

Mit dem Frühling beginnt auch die Reisezeit. Viele Feiertage und verlängerte Wochenenden laden zu Kurzurlaube in europäischen Nachbarländern ein. Der Mai 2022 war somit für Luxembourg for Tourism ein idealer Zeitraum, um mit einem Radiospot in den angrenzenden Regionen in Deutschland für einen Kurzurlaub in Luxemburg zu werben.

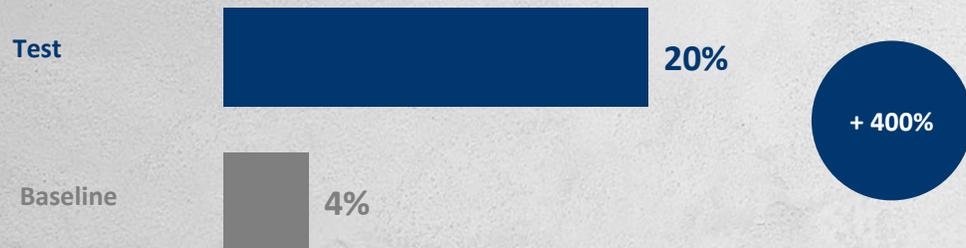
Und es hat sich gelohnt, wie die Spotanalyse Radio (SARA) belegt. Der Spot hat die spontane Bekanntheit von Luxemburg als Reiseziel um 180 Prozent gesteigert. Außerdem ist der Spot im Gedächtnis der Menschen „hängengeblieben“, denn auch für die Werbeerinnerung ist ein beachtlicher Uplift zu verzeichnen. Und letztlich wurde ein Urlaub in Luxemburg deutlich häufiger in Erwägung gezogen: Das spontane Consideration Set ist um 250 Prozent gestiegen, d.h. Luxemburg kommt für mehr Menschen als Reiseziel für einen Kurztrip „grundsätzlich in Frage“.

Mit seinem Spot hat Luxembourg for Tourism es geschafft, Luxemburg als Reiseziel in den Köpfen potenzieller Urlauber zu verankern. Es zeigt sich, dass das Medium Radio ein effektiver Kanal ist, um Urlauber auf eine Destination aufmerksam zu machen und die Reiseplanung in die gewünschte Richtung zu lenken. Durch die Möglichkeit der regionalen Aussteuerung sind solche Kampagnen zudem extrem effizient.

Der Spot funktioniert – Effekte für Luxembourg for Tourism



- **Spontane Bekanntheit: Luxemburg auf dem Zettel**
Ohne den „Stupser“ durch Radiowerbung hat nur eine kleine Gruppe Luxemburg als Destination auf dem Zettel. Nicht aber, wenn der Radiospot von Luxembourg for Tourism gehört wurde: Die spontane Bekanntheit von Luxemburg stieg um 180 Prozent.



- **Gestützte Werbeerinnerung: Luxemburg ist präsent**
Der Spot hat die gestützte Werbeerinnerung um 400 Prozent gesteigert. Er blieb also hängen und verankerte sich in den Köpfen der Menschen. Das ist eine wichtige Voraussetzung, um dann auch tatsächlich als Reiseziel gewählt zu werden.



- **Spontanes Consideration Set: Luxemburg als Reiseziel**
Die Steigerung beim Consideration Set betrug 250 Prozent, d.h. Luxemburg kommt durch den Spot für mehr Menschen als Reiseziel für einen Kurztrip „grundsätzlich in Frage“.

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

ANSPRECHPARTNER



Hans-Peter Gaßner

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-137

hans-peter.gassner@ard-media.de

