

# „LEGENDÄR LECKER“: KFC SETZT BEI AKTIONSWERBUNG AUF KONTINUITÄT

Niemand lässt sich gerne sagen, was er zu tun hat - bei der Werbung von KFC schon. Denn wenn die bekannte markig, maskuline Stimme zur Aktion auffordert („Müsst Ihr probieren!“), muss man unweigerlich schmunzeln. Mit dieser Stimme und diesem verschmitzt dominanten Schema bewirbt KFC immer wieder aktuelle Aktionen, sei es der „Bucket to Go“, der „Hot Wings Tuesday“ oder wie im November 2021 die „Chicken Deals“. Dieser Flight mit Fokus auf den alten Bundesländern inklusive Berlin wurde forschersich begleitet. Neben einer Steigerung aller relevanten Kennwerte zeigte sich, dass die KFC-typische Art der Ansprache gut ankommt. Ganze 1,76 Millionen Personen, die die Marke sympathisch finden, konnte KFC hinzugewinnen. Viel Zeit brauchte es dazu nicht - in dem gerade mal 10 Sekunden langen Spot waren alle für Identifikation und Image relevanten Audiomerkmale enthalten. Die Kampagne hingegen lief - die Chicken Deals-Aktion begleitend - über den ganzen November hinweg.

## Unsere Begleitforschung zeigt die Erfolge der Kampagne deutlich auf:

- Steigerung der ungestützten Werbeerinnerung von KFC um 42%
- Steigerung des Relevant Set um 8%
- Verbesserung von Markensympathie („ist sympathisch“) und Vermittlung des Markenimages („legendär lecker“)
- Vermittlung des Kommunikationskanals („die aktuellen Angebote gibt es in der App und auf kfc.de“)



**Marke:** KFC -  
Kentucky Fried Chicken  
**KPI:** Ungestützte Werbeerinnerung +42%  
**Modul:** Brand Effekt  
**Branche:** Schnellrestaurants

## METHODIK/TOOL

Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungs-Benchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radio-Kampagne eine Online-Befragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte der ma Audio sowie um umfangreiche Benchmarks lässt sich die Kampagnenwirkung quantifizieren und einordnen.

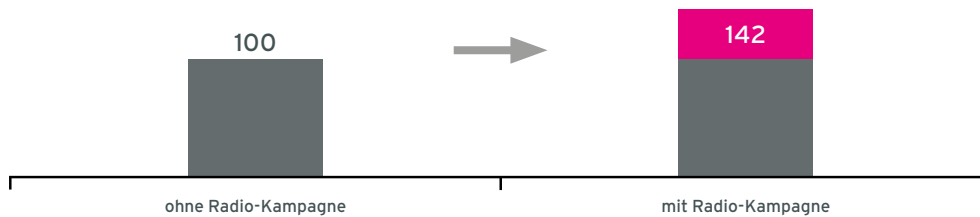
Zur Kampagne von KFC wurden im Zeitraum vom 24. bis 28. November 2021 insgesamt 543 Personen in der Altersspanne von 16 bis 49 Jahren in den alten Bundesländern inkl. Berlin online befragt. Durchführendes Institut war die Bonsai GmbH.

## FAKTEN IM ÜBERBLICK

### Ungestützte Werbeerinnerung

Für welche Schnellrestaurants haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?

**+42%**  
+ 700 TSD Personen aus der Zielgruppe

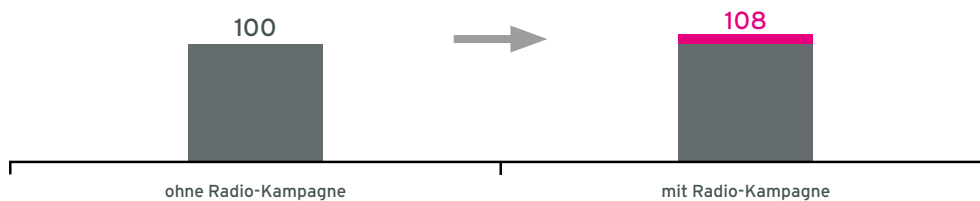


Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=543; repräsentativ für E16-49, BRD-West inkl. Berlin

### Relevant Set

Kommt ein Besuch von KFC - Kentucky Fried Chicken für Sie grundsätzlich in Frage?

**+8%**  
+ 1 Mio. Personen aus der Zielgruppe

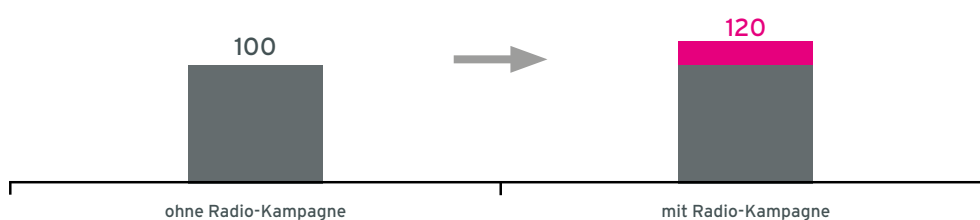


Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=543; repräsentativ für E16-49, BRD-West inkl. Berlin

### Zentrale Botschaft

„Wirbt mit dem Slogan ‚Legendär lecker‘“

**+20%**  
+ 1,3 Mio. Personen aus der Zielgruppe



Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=543; repräsentativ für E16-49, BRD-West inkl. Berlin

## ÜBER DEN KUNDEN

KFC, eine Tochtergesellschaft von Yum! Brands, ist eine global agierende Systemgastronomie-Marke mit einer jahrzehntelangen Erfolgs- und Innovationsgeschichte. Ihren Anfang nahm sie mit dem Gründer Colonel Harland Sanders, der vor über 80 Jahren ein „legendär leckeres“ Rezept kreierte. Noch heute folgt KFC seinem Erfolgsrezept: In mehr als 23.000 Restaurants in über 140 Ländern. In Deutschland, mit Sitz in Ratingen, ist KFC seit 1968 vertreten und umfasst heute mehr als 180 Restaurants.

## ANSPRECHPARTNER



**HANS-PETER GASSNER**  
**Werbe- und Marktforschung**  
**ARD MEDIA GmbH**  
Telefon: +49 69 15 42 4-137  
E-Mail: [hans-peter.gassner@ard-media.de](mailto:hans-peter.gassner@ard-media.de)