

SCHLAGKRÄFTIGES AUDIO ASSET: „CARGLASS REPARIERT, CARGLASS TAUSCHT AUS“

Die Marke Carglass ist mittlerweile nicht mehr aus dem Radio wegzudenken. Der markante Slogan ist fester Bestandteil jeder Spotkreation und allen Hörern vertraut. Ein derartiges Audio Asset zahlt sich nachhaltig aus, weil es eine starke Markenbildung ermöglicht, an die man immer wieder anknüpfen kann.

Als besonderen Vorteil des Mediums sieht der Kunde zum einen die Flexibilität, mit der auch kurzfristige Buchungen möglich sind, und zum anderen die Möglichkeit, schnell eine hohe Reichweite zu erzielen.

Mit einer druckvollen, zweiwöchigen Kampagne Mitte November 2021 bewarb man in der ersten Kampagnenwoche die Expertise beim Kalibrieren der Kamera zur Steuerung der Fahrassistenzsysteme nach dem Austausch der Scheibe und in der zweiten Woche die Expertise beim Thema Steinschlagreparatur.

Eine Begleitforschung mit dem KARA-Tool zeigte die Erfolge der Kampagne deutlich auf:

- Steigerung der ungestützten Werbeerinnerung an Carglass um 35%
- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 33%
- Steigerung der Absicht, einen Steinschlag bei Carglass beheben zu lassen (+ 32%)
- Vermittlung zentraler Botschaften (z.B. „achtet beim Scheibentausch auf die Ausrichtung der Fahrassistenzsysteme (Kameras / Sensoren)“, „ist für Kaskoversicherte meist kostenlos“)



Marke: Carglass
KPI: Gestützte Werbeerinnerung +33%
Modul: Brand Effekt
Branche: Automotive

METHODIK/TOOL

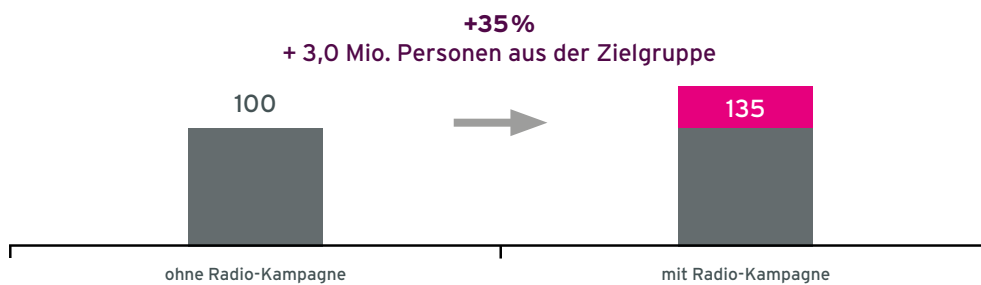
Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik (KARA = Kampagnenanalyse Radio). KARA belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungsbenchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radio-Kampagne eine Online-Befragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte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

Zur Kampagne von Carglass wurden im Zeitraum vom 18. bis 21. November 2021 insgesamt 528 Männer in der Altersspanne von 25 bis 59 Jahren online befragt. Durchführendes Institut war die Bonsai GmbH.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Werbeerinnerung

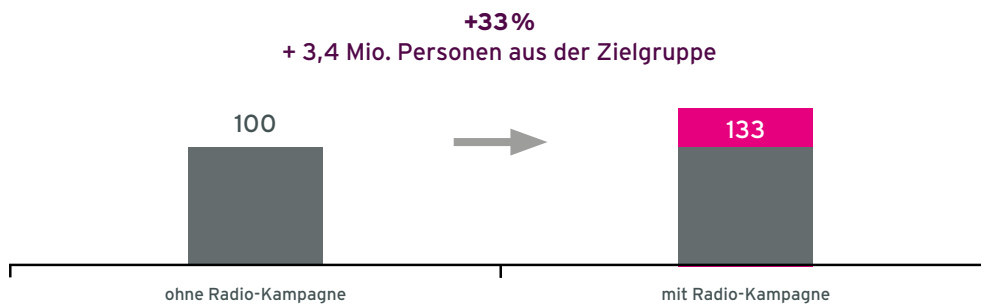
Für welche Anbieter zur Reparatur von Steinschlägen haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=528; repräsentativ für M25-59, bundesweit

Gestützte Werbeerinnerung

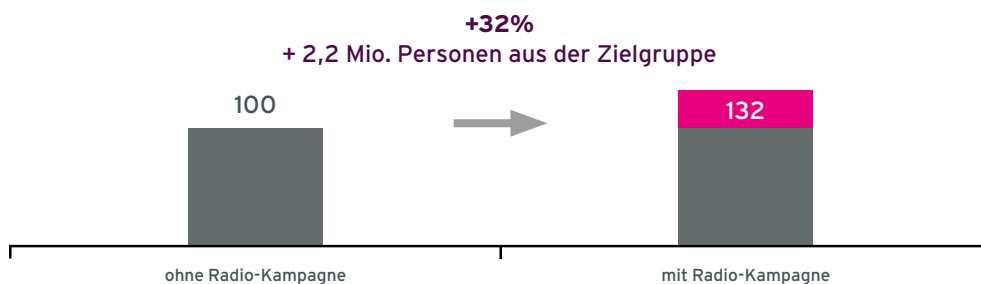
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für Carglass gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=528; repräsentativ für M25-59, bundesweit

Nutzungsabsicht

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie bei einem Steinschlag zu Carglass gehen werden, um den Schaden beheben zu lassen?



Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=528; repräsentativ für M25-59, bundesweit

ÜBER DEN KUNDEN

Carglass® in Deutschland ist Spezialist für die Reparatur und den Neueinbau von Fahrzeugglas. In Deutschland beschäftigt Carglass® rund 2.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon mehr als 1.400 in den 370 Service-Centern. Etwa 180 Mitarbeiter sind im Customer Contact Center (Call-Center) beschäftigt. Das Unternehmen bearbeitet rund 1,2 Mio. Kundenkontakte pro Jahr und hilft Autofahrern in ganz Deutschland stationär oder unterwegs mit mehr als 240 mobilen Einheiten.

Das Unternehmen gehört seit 1990 zur internationalen Belron-Familie und firmiert seit 1993 als Carglass® GmbH. Belron ist weltweit das größte auf die Behebung von Fahrzeugglasschäden spezialisierte Unternehmen. Die Gruppe beschäftigt weltweit in etwa 26.000 Mitarbeiter, von denen mehr als die Hälfte hochqualifizierte Monteure sind, und ist in 35 Ländern auf sechs Kontinenten aktiv. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen weltweit einen Umsatz von über 3,9 Milliarden Euro.

Weitere Informationen unter: <http://presse.carglass.de>

ANSPRECHPARTNER



MICHAEL OFENLOCH
Werbe- & Marktforschung
ARD MEDIA GmbH

Telefon: +49 69 15424127

E-Mail: michael.ofenloch@ard-werbung.de