

HEISSES UMSATZPLUS IN DER GRILL- SAISON BEI MEGGLE DANK AUDIO

Sommer heißt immer auch Grillsaison. Um passend zum Start in den Köpfen der Verbraucher:innen präsent zu sein, setzte MEGGLE auf eine nationale Kampagne inklusive Audiowerbung. Der aufmerksamkeitsstarke Audiospot, der von April bis Juli 2021 - via Wettertargeting gezielt an Schönwettertagen - gesendet wurde, machte Appetit auf das knusprige Kräuterbaguette von MEGGLE und einen leckeren Grillabend. „Wann wirst du zum Gourmeggle?“ fragt der Sprecher am Ende des Spots und aktivierte damit nicht nur Bestandskund:innen, sondern auch neue MEGGLE-Käufer:innen. Außerdem beweisen die Ergebnisse des Forschungsmoduls Sales Effekt, dass die Radiokampagne zu einem deutlichen Mehrumsatz bei MEGGLE führte.



Marke: MEGGLE

KPI: Starker kurzfristiger
ROI durch Audio von 2,01€

Modul: Sales Effekt

Branche: FMCG

CASE

Audio erzeugt Bilder im Kopf und macht Lust auf Grillen mit MEGGLE

Die national ausgestrahlte Audiokampagne lief 2021 in ausgewählten Wochen je nach Grill-Wetterlage - in der Zeit ab dem 1. April bis Anfang Juli. Der kreative Audiospot mit genussvoller Message richtete sich an alle haushaltsführenden Personen in Deutschland zwischen 20 und 59 Jahren. Die gesamte Kampagne setzte das MEGGLE Kräuterbaguette in den Fokus, sollte allerdings nicht nur den Abverkauf und den Umsatz dieses Produkts steigern, sondern auch auf weitere MEGGLE-Produkte ausstrahlen. Im Rahmen einer umfangreichen Analyse mit dem Marktforschungsmodul Sales Effekt wurde die Performance der Audiokampagne untersucht und evaluiert.

Kampagnenbegleitende Erfolgsmessung mit Sales Effekt

Die Abverkaufsleistung des nationalen Audioeinsatzes für die MEGGLE Produktpalette wurde mithilfe des Forschungsmoduls Sales Effekt analysiert. Das Forschungsmodul basiert auf dem Haushaltspanel GfK ConsumerScan - dort werden täglich die Einkaufsakte von 30.000 privaten Haushalten erfasst. Zusätzlich wird erhoben, welche Haushalte durch die Audiokampagne erreicht wurden und welche nicht. Die Analyse erstreckte sich über die Radio-Kampagnenzeiträume von KW13 und KW19-26, plus jeweils einer Woche Nachwirkzeitraum. Das Einkaufsverhalten von erreichten und strukturgleichen nicht-erreichten Haushalten wird gegenübergestellt und mittels eines Kausalmodell-Ansatzes wird der Wirkungsbeitrag auf Grund der Radiowerbung hinsichtlich des Abverkaufs valide berechnet.

KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

Audio weckt den Hunger: MEGGLE erzielt mit Radiowerbung deutliches Umsatzplus

Positive Wirkeffekte - die Ergebnisse der Sales Effekt Analyse belegen den Erfolg der Audiokampagne:

■ Starker Umsatz-Uplift für MEGGLE-Produkte

Audio konnte im Analysezeitraum einen deutlichen Mehrumsatz für MEGGLE generieren. Verglichen mit dem simulierten Szenario ohne Radiowerbung, beträgt der mit Audio tatsächlich realisierte Umsatz für die MEGGLE-Produkte über 3 Millionen Euro mehr. Auch der Uplift-Faktor von 12,7 Prozent belegt den positiven Umsatzeffekt.

■ Audiokampagne erzielt sehr guten ROI

Die Radiowerbung überzeugt zudem mit einem starken kurzfristigen ROI von 2,01 Euro je eingesetztem Werbeeuro in Audio. Im Vergleich zu anderen FMCG-Kampagnen liegt der ROI damit deutlich über dem Durchschnitt.

■ Radio aktiviert und intensiviert das Einkaufsverhalten

Die Audiokampagne wirkte sich sowohl aktivierend als auch intensivierend auf das Verhalten der Käufer:innen aus. Zum einen stieg die Zahl der Käuferhaushalte durch den Kontakt zur Radiowerbung um 7,2 Prozent an, zum anderen erzielte Audio auch eine Steigerung der durchschnittlich getätigten Ausgaben der Käuferhaushalte um 5,1 Prozent - jeweils im Vergleich zum Szenario ohne Radiowerbung. Insbesondere der Käuferanteil des beworbenen MEGGLE-Kräuterbaguettes konnte überproportional stark gesteigert werden.

■ Aktivierungsleistung in allen Käufergruppen

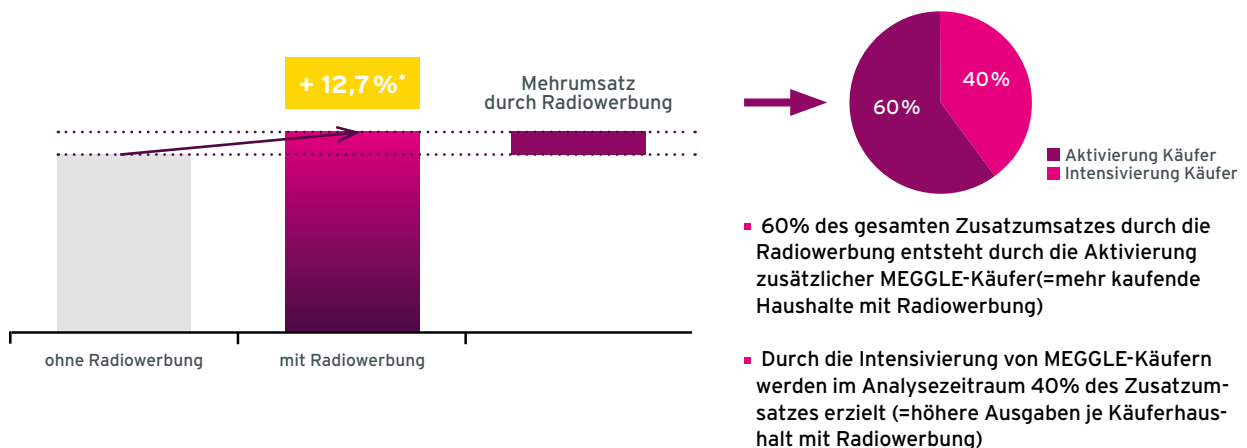
Der ausgestrahlte Radiospot wirkte sich in allen Käufergruppen positiv auf den Umsatz aus. Der errechnete Umsatzzuwachs lässt sich zu 65 Prozent auf das Einkaufsverhalten bisheriger Nichtkäufer:innen* zurückführen und zu 35 Prozent auf jenes von loyalen Käufer:innen**. Dementsprechend bewirkte Audio die Aktivierung und Reaktivierung illoyaler und loyaler MEGGLE-Käufer:innen.

* Haushalte, die im 6-monatigen Vorzeitraum der Radiokampagne keine Meggle-Produkte gekauft haben.

** Haushalte, die im Vorzeitraum mindestens einen Kauf von Meggle-Produkten getätigt haben.

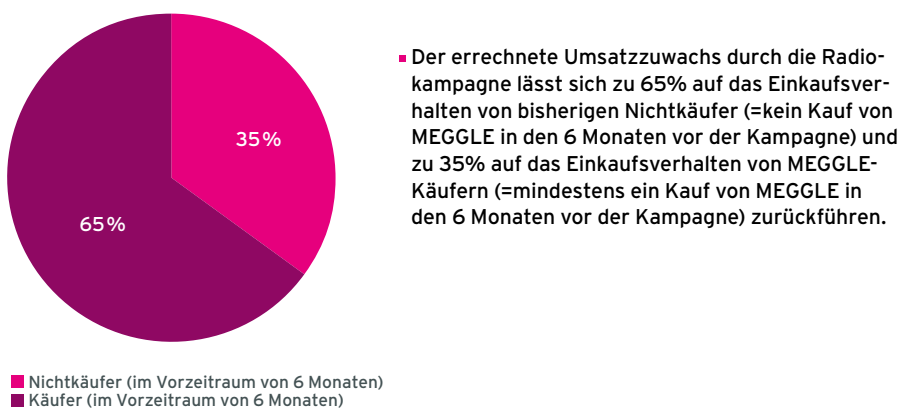
FAKTEN IM ÜBERBLICK

Radiokampagne mit aktivierender und intensivierender Wirkung auf Käuferhaushalte und generiert so starken Mehrumsatz für MEGGLE



Basis: GfK ConsumerScan n=30.000 Haushalte
Analysezeitraum: 01.04.2021-10.07.2021 | * Effekt statistisch signifikant bei $\epsilon=0,05$

Umsatzzuwachs durch Radioeinsatz nach Loyalitätsstufen für MEGGLE



Basis: GfK ConsumerScan 30.000 Haushalte, die einer Loyalitätsstufe zugeordnet wurden
Nichtkäufer n=27.049 | Käufer n=2.951 | Analysezeitraum: 01.04.2021-10.07.2021

Ulrike Fiedler, Marketingleitung MEGGLE:

„Sales Effekt hat den Erfolg unserer Audiokampagne mit validen Daten und Fakten bestätigt. Durch die Audiowerbung konnte der Umsatz von MEGGLE-Produkten am Point of Sale maßgeblich gesteigert werden, womit wir einen überdurchschnittlichen ROI erzielt haben. Besonders erfreut hat uns die hohe Aktivierungsleistung von Audio bei bisherigen Nichtkäufer:innen sowie die Steigerung der durchschnittlichen Ausgaben für MEGGLE-Produkte pro Käuferhaushalt. Wir sind mit den Ergebnissen der Kampagne rundum zufrieden.“

MEGGLE

Das Erfolgsrezept von MEGGLE lautet seit über 130 Jahren: Tradition, Qualität und ständige Innovationen. Als kleine Käserei wurde das Unternehmen von Josef Anton Meggle I. bei Wasserburg in der Nähe von München gegründet und zählt heute zu den renommiertesten Herstellern von Milcherzeugnissen in Europa. Die Markenprodukte werden auch in Nord- und Südamerika und im asiatischen Raum vertrieben. Mit ca. 2.500 Mitarbeitern, darunter ca. 1.000 in Wasserburg, produziert die MEGGLE-Gruppe qualitativ hochwertige Milch-, Käse-, Sahne und Joghurtprodukte sowie Butter, Butterspezialitäten und gefüllte Baguettes für End- und Großverbraucher. Darüber hinaus werden Milchtrockenprodukte als Spezialerzeugnisse für die internationale Pharma- und Lebensmittelindustrie hergestellt. Stets dem Fortschritt verpflichtet, konnte MEGGLE 2020 einen Umsatz von über 950 Millionen Euro erwirtschaften. Trotz des internationalen Erfolgs zählt die Heimat: Der Hauptfirmensitz von MEGGLE befindet sich nach wie vor im oberbayerischen Wasserburg am Inn.

ANSPRECHPARTNER

MICHELA VÖDISCH-LO
Werbe- und Marktforschung RMS
Telefon: +49 40 23890-265
E-Mail: voedisch-lo@rms.de

