

ADLER AKTIVIERT ERFOLGREICH VIA RADIO

Die Adler Modemärkte AG gehört zu den führenden Textileinzelhandelsketten in Deutschland. Um bestehende und neue Kunden zu gewinnen, warb das Unternehmen mit einer 30%-Herbstaktion. Die Audiokampagne wurde mittels Brand Effekt untersucht, um die Wirkung von Audiowerbung für ADLER zu analysieren. Die Ergebnisse belegen: Die Besuchsabsicht einer Filiale/ des Onlineshops und das Markenimage der Hörer steigen deutlich.



Marke: ADLER
KPI: Werbeerinnerung,
Aktivierung und Image
Modul: Brand Effekt
Branche: Handel

CASE

ADLER setzte mit einem angebotsorientierten Radio-Flight im Oktober 2019 auf die Aktivierungskraft des Mediums in der Kernzielgruppe Frauen 55+. Der Spot machte sich die Popularität der Fernsehmoderatorin Birgit Schrowange zu eigen.

KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

Birgit Schrowange beschert Kunden und ADLER „glückliche Momente“

Der durch den Radio-Flight realisierte Werbedruck ließ den Spot die intendierte Signalwirkung entfalten. Die preisbewusste Zielgruppe nahm die Angebotskommunikation der universell bekannten Marke mit Interesse auf.

Die begleitende Brand-Effekt-Studie bestätigt, dass die Kampagne in der Zielgruppe deutliche Aufmerksamkeit und Aktivierungsleistung erreichen konnte.

Die Erinnerung an Werbung der Marke ADLER lag bei Personen mit Radio-Kampagnenkontakt im Vergleich zu Personen ohne Kampagnenkontakt ungestützt wie gestützt auf doppelt so hohem Niveau (13% vs. 6%; 44% vs. 22%).

Die positiven Aufmerksamkeitseffekte bei der Werbeerinnerung sowie bei der Spot-Recognition lagen zudem deutlich über der Benchmark für Radio-Kampagnen. (Gestützte Werbeerinnerung bei fünf Kontakten bei 47% vs. 31% Benchmark-Niveau.)

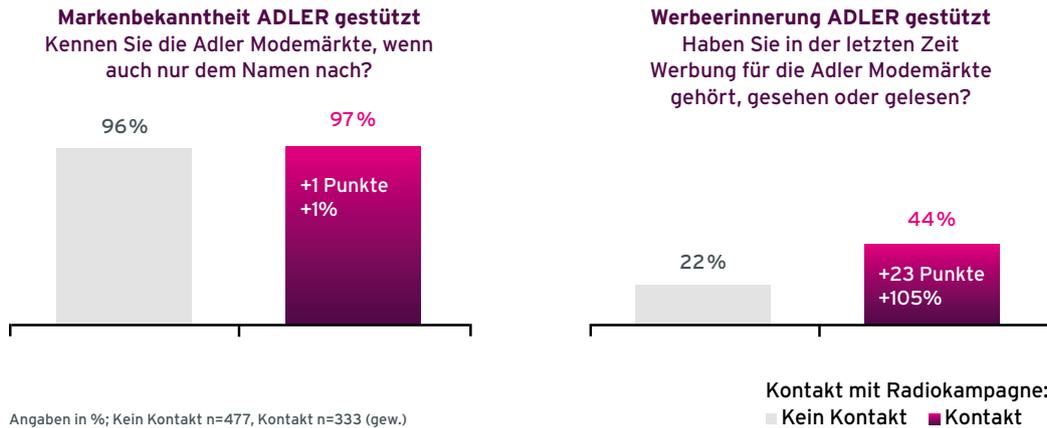
Neben der erfolgreichen Vermittlung der Preisaktion sorgte die Aufmerksamkeit für die Marke auch für eine Auffrischung der Markenwahrnehmung. So verbesserte sich die Wahrnehmung in Bezug auf die Originalität der Marke, die Einfachheit der Bestellung und die Passung des Mode-Stils.

Als Folge stieg die schwerer zu beeinflussende unmittelbare Besuchsabsicht von ADLER und dem ADLER Online-Shop von 16% auf 20%.

Der Spot wurde zudem von der Zielgruppe als besonders glaubwürdig und informativ bewertet (Index zur Benchmark: 133; 107).

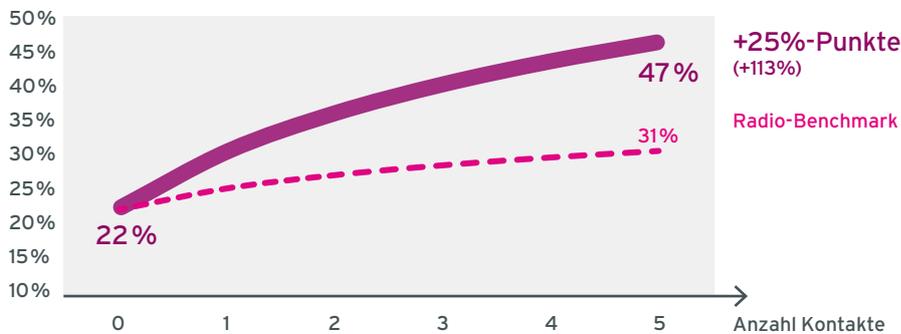
FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Erinnerung & Bekanntheit nach Radio-Werbekontakt



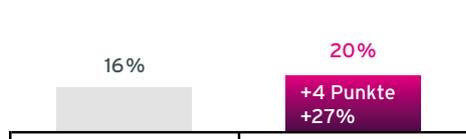
Angaben in %; Kein Kontakt n=477, Kontakt n=333 (gew.)

Wirkungsaufbau von Radiokontakten auf die gestützte Werbeerinnerung



n= 810 (gew.)

Besuchsabsicht ADLER



Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie demnächst einen Adler Modemarkt oder den Adler Onlineshop besuchen werden?

Kontakt mit Radiokampagne:
■ Kein Kontakt ■ Kontakt

Angaben in %; Kein Kontakt n=477, Kontakt n=333 (gew.)

METHODIK/TOOL

AUDIOEFFEKT ist eine gemeinsame Forschungsinitiative von AS&S Radio und RMS. In AUDIOEFFEKT bündeln sich die Erfahrungen aus bisher über 250 Case-Studies für Radiokampagnen aus den Modulen Sales Effekt, Sales Effekt Webtraffic und Brand Effekt. AUDIOEFFEKT ist zudem Mitglied der Qualitätsinitiative Werbewirkungsforschung, der gattungsübergreifenden Initiative für mehr Transparenz und Qualität in der Werbewirkungsforschung.

Für die kampagnenbegleitende Forschung wurden im Oktober 2019 online über 800 Frauen im Alter von 50 bis 69 Jahren bundesweit befragt. Brand Effekt analysiert die Wirkung der Radiokampagne auf Werbeerinnerung, Bekanntheit und Image. Zugleich wird identifiziert, welche Personen Kontakt mit der Radiokampagne hatten und welche nicht. Dies geschieht auf Grundlage einer Radionutzungsabfrage bei den Befragten und konkreten Belegungsdaten.

ÜBER DEN KUNDEN

- **Firmenname** Adler Modemärkte AG
- **Firmensitz** 63808 Haibach
- **Gründungsjahr** 1948
- **Unternehmensbeschreibung** Die Adler Modemärkte AG mit Sitz in Haibach bei Aschaffenburg gehört zu den größten und bedeutendsten Textileinzelhändlern in Deutschland. ADLER beschäftigt rund 3.600 Mitarbeiter und betreibt derzeit 171 Filialen in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz sowie einen Online-Shop. Das Unternehmen konzentriert sich auf Großflächenkonzepte über 1.400 m² Verkaufsfläche und bietet mit zahlreichen Eigenmarken und ausgesuchten Fremddmarken ein breitgefächertes Warensortiment an. ADLER ist dank seiner über 70-jährigen Tradition mit hoher Kundenbindung nach eigenen Erhebungen der Marktführer in dem kaufkraftstarken Segment der Altersgruppe ab 55 Jahre. Birgit Schrowange ist seit Jahren die Markenbotschafterin des Filialisten.

ANSPRECHPARTNER

MICHAEL OFENLOCH
Werbe- & Marktforschung ARD-Werbung
SALES & SERVICES GmbH
Telefon: +49 69 154241127
E-Mail: michael.ofenloch@ard-werbung

