

GRILLZEIT IST BRUZZLER-ZEIT: AUDIOWERBUNG SORGT FÜR WELTMEISTERLICHEN MEHRUMSATZ

Sommer, Sonne, Bruzzler Zeit:

Wiesenhof beflügelte Fans vor, während und nach der Fußball Weltmeisterschaft 2018 mit Hilfe von Radio zum Anstoß der Grillsaison. Um auf den Bruzzler Schaschlik Style und andere Bruzzler-Produkte aufmerksam zu machen, setzte das Unternehmen im Zeitraum vom 05. April bis 07. Juli 2018 auf eine humorvolle Radiokampagne. Dank des eingesetzten Wettertargetings wurden Grillbegeisterte punktgenau erreicht. Mit Hilfe des Forschungsmoduls Sales Effekt wurde die Werbewirkung der Radiokampagne für Wiesenhof untersucht: Diese erzielte gegenüber dem Szenario ohne Radiowerbung einen deutlichen Mehrumsatz von 18,5 Prozent. Die Anzahl der verkauften Bruzzler Packungen steigerte sich durch den Einsatz von Radiowerbung signifikant. Zudem reaktivierten die Radiospots bestehende Wiesenhof Kunden zu einem erneuten Kauf.



Marke: Wiesenhof

KPI: 18,5 % Umsatz-Uplift

Modul: Sales Effekt

Branche: FMCG

CASE

Weltmeisterliche Bratwurst: Der neue Bruzzler Schaschlik Style

Von Anfang April 2018 bis Mitte Juni 2018 schaltete Wiesenhof im Rahmen der Fußball Weltmeisterschaft 2018 eine nationale Radiokampagne.

Hierzu wurden während des Kampagnenzeitraums vier unterschiedliche Radiospots ausgespielt. Zusätzlich kam Wettertargeting zum Einsatz, um während des Sommers bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. Die Spots mit Comedian Atze Schröder wiesen auf gewohnt unterhaltsame Art auf die Bruzzler-Bratwürste sowie den neuen Bruzzler Schaschlik Style von Wiesenhof hin. Zielsetzung der Kampagne war es, den Abverkauf der Produkte zu stärken. Ob die Radiokampagne erfolgreich war, wurde durch eine umfangreiche Marktforschungsanalyse untersucht.

Kampagnenbegleitende Aktivierungsmessung mit Sales Effekt

Zur Analyse der individuellen Abverkaufsleistung der Radiokampagne kam das Modul Sales Effekt zum Einsatz. Sales Effekt ist ein Single Source-Ansatz, bei dem die Radionutzung und das Einkaufsverhalten aus einer Quelle erhoben werden. Basis bildet das GfK-Panel ConsumerScan. Es erfasst die Einkaufsakte von mehr als 30.000 Haushalten, die repräsentativ für das Einkaufsverhalten aller privaten deutschen Haushalte stehen. Zudem wird die individuelle Radionutzung der Haushaltsführenden erhoben. Dadurch wird genau ermittelt, ob eine Person von der Radiokampagne erreicht wurde oder nicht. Es erfolgt eine Verknüpfung von Kaufakten, Radionutzung und Belegungsdaten aus der Nielsen Werbestatistik. Unter Anwendung eines Kausalmodells wird der Effekt auf den Abverkauf der beworbenen Marke - hier für die Grillbratwürste von Wiesenhof Bruzzler - valide berechnet.

KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

Kampagne aktiviert Kunden zum Kauf von Wiesenhof Produkten

Die zentrale Fragestellung: Wie stark hat die nationale Radiokampagne den Absatz für die Bruzzler-Produkte von Wiesenhof insgesamt gesteigert? Die Ergebnisse aus Sales Effekt zeigen deutlich die positiven Wirkungseffekte der Radiokampagne:

■ **Deutliche Umsatzsteigerung:**

Der Vergleich der Umsätze von Wiesenhof Bruzzler, die mit und ohne Radiowerbung realisiert wurden, zeigen einen deutlichen Mehrumsatz im Analysezeitraum auf. Dieser kann unmittelbar auf die Radiowerbung zurückgeführt werden. Der Uplift gegenüber dem Szenario ohne Radiowerbung beträgt 18,5 Prozent.

Aus dem Einsatz von Radio resultiert ein kurzfristiger ROI von 0,27 Euro.

Dieser Mehrumsatz lässt sich auf folgende Faktoren zurückführen:

■ **Deutliche Aktivierung von Käufern:**

Durch den Kontakt mit der Radiowerbung wurden deutlich mehr Kunden angesprochen: Die Anzahl der Käuferhaushalte konnte durch den Kontakt mit der Radiowerbung um insgesamt 12,4 Prozent erhöht werden, was eine deutliche Steigerung bedeutet. 71 Prozent des gesamten Zusatzumsatzes wurde durch diese (Re)Aktivierung von Käuferhaushalten generiert.

■ **Intensiveres Kaufverhalten:**

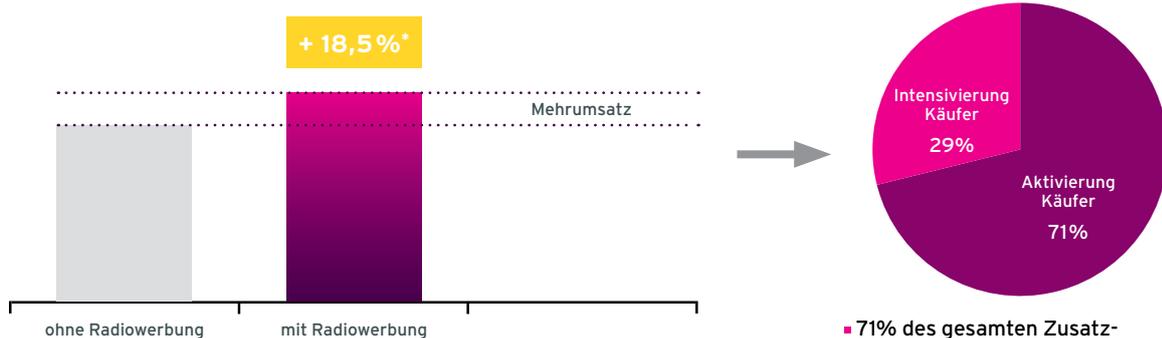
Zudem konnte im Analysezeitraum durch die Intensivierung des Einkaufsverhaltens 29 Prozent des Zusatzumsatzes erzielt werden. Die Ausgaben für Bruzzler-Produkte der kaufenden Haushalte haben sich also gesteigert.

■ **Gestiegener Absatz von Bruzzler-Packungen:**

Durch die Radiowerbung wurden rund 170 Tsd. mehr Einkäufe von Wiesenhof Bruzzlern getätigt, als es ohne Radiowerbung der Fall gewesen wäre. Zudem ist die Anzahl der verkauften Bruzzler-Produkte um signifikante 250 Tsd. Packungen gestiegen.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Radiokampagne führt zu starker Aktivierung und so zu deutlichem Mehrumsatz

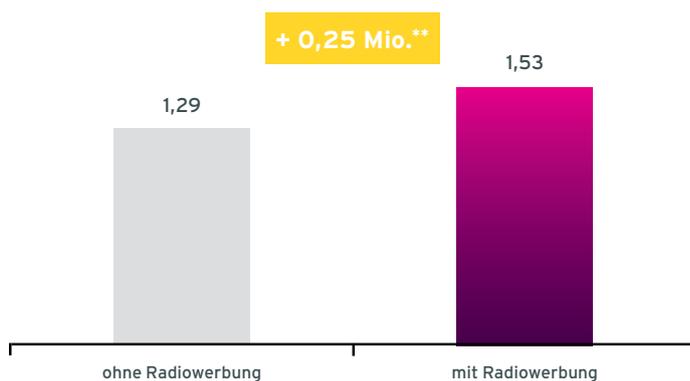


*Effekt statistisch signifikant bei $\alpha=0,05$

Basis: GfK Consumer Scan n=30.000 Haushalte
Analysezeitraum: 05.04.2018 - 14.07.2018

- 71% des gesamten Zusatzumsatz entsteht durch die Aktivierung zusätzlicher Wiesenhof Bruzzler Käufer.
- Durch Intensivierung des Einkaufsverhaltens werden im Analysezeitraum 29% des Zusatzumsatzes erzielt.

Eine Viertel Mio. mehr gekaufte Bruzzler-Packungen mit Radiowerbung



**Effekt signifikant bei $D=0,05$

Basis: GfK Consumer Scan n=30.000 Haushalte
Analysezeitraum: 05.04.2018 - 14.07.2018

- Insgesamt steigt die Anzahl der verkauften Packungen von Wiesenhof Bruzzler durch den Radioeinsatz im Vergleich zum simulierten Szenario ohne Radiowerbung, um 250 Tsd. Stück.

Dr. Ingo Stryck, Geschäftsführer Marketing bei der Wiesenhof Geflügel-Kontor GmbH:

„Die Kampagne hat uns wieder darin bestätigt, mit Radio auf das passende Medium gesetzt zu haben. Wie auch in den vergangenen Kampagnen fungiert Radio als idealer Hebel für den Abverkauf zur Grillzeit - insbesondere durch die Möglichkeit die Kampagne via Wettertargeting auf die Gebiete mit Grillwetter auszusteuern.“

ÜBER DEN KUNDEN

Wiesenhof ist als Teil der PHW-Gruppe Deutschlands bekannteste Geflügelmarke und Marktführer in diesem Segment. Die PHW-Gruppe mit Sitz in Visbek hat ca. 7000 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2017/2018 einen Umsatz von rund 2,58 Milliarden Euro. Wiesenhof bietet seinen Kunden eine breite Produktpalette an Geflügel-, vegetarischen- und veganen Produkten.

ANSPRECHPARTNER

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

