

# MIT RADIO GAS GEBEN: TAKTISCHE JAGUAR KAMPAGNE AKTIVIERT ZIELGRUPPE

## JAGUAR FLIGHT SORGT FÜR AUFMERKSAMKEIT, AKTIVIERUNG UND IMAGE-AUFFRISCHUNG

Mit einem angebotsorientierten Radio-Flight im November und Dezember 2016 hat Jaguar die Verleihung des „Goldenen Lenkrads“ für das Modell XF in der Mittel- und Oberklasse zum kommunikativen Aufhänger gemacht sowie einen kostenfreien Allradantrieb für alle Modelle beworben. Zudem wurde mit künstlicher Verknappung des Allrad-Angebots ein Handlungsanreiz gesetzt.

Der Werbeerfolg wurde mittels einer Brand-Effekt-Studie untersucht - dazu wurden rund 1.000 Männer im Alter von 30 bis 65 Jahren bundesweit befragt. Die Studie zeigt, dass sich die Entscheidung für Radio gelohnt hat.

Personen, welche durch die Radio-Kampagne erreicht wurden, konnten sich deutlich häufiger an Werbung für Jaguar als Dachmarke (+129 %) sowie speziell für den Jaguar XF erinnern (+114 %) und erkannten den Spot auch deutlich eher wieder (+89 %). Die Kampagne hat somit starke Aufmerksamkeit generiert. Diese Effekte lassen sich durch die statistischen Analysen von Brand Effekt auch tatsächlich auf Radio zurückführen. Sie zeigen somit den Einzelbeitrag des Mediums. Zielgruppenunterschiede zwischen Erreichten und Nicht-Erreichten sind dabei ausbalanciert.

Zur Aktivierungsleistung der Kampagne: Das Allrad-Angebot konnte erfolgreich in der Zielgruppe vermittelt werden. Wer den Spot im Radio gehört hatte, war sich der Allrad-Aktion deutlich eher bewusst (+43 %). Auch eine Auffrischung des Markenimages von Jaguar als Premiummarke konnte festgestellt werden. Personen mit Radio-Werbekontakt schrieben Jaguar viel eher die Attribute „Tradition“ (+15 %), „Leistung“ (+19 %) und „anspruchsvolles Design“ (+16 %) zu.

Der Spot wurde von den Befragten als überdurchschnittlich glaubwürdig und fantasieanregend bewertet.



**Marke:** Jaguar

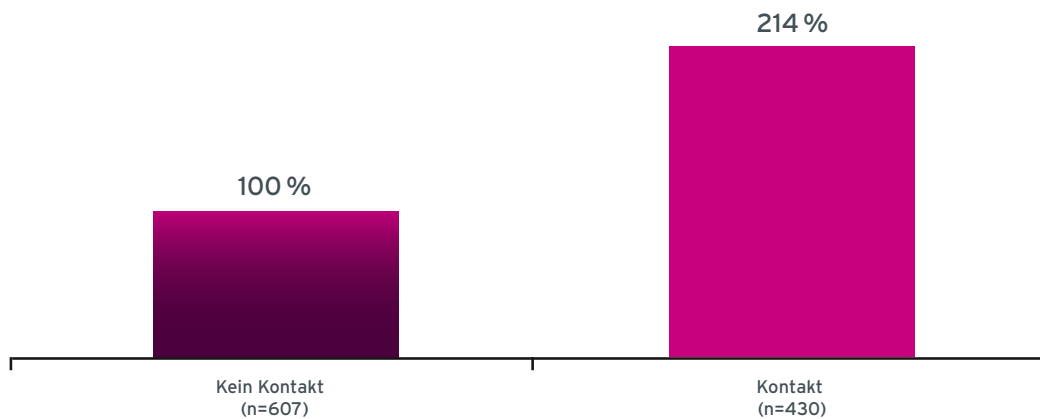
**KPI:** Aufmerksamkeit, Aktivierung zur Allrad-Sonderaktion und Aktualisierung des Markenimages

**Modul:** Brand Effekt

**Branche:** Pkw

## AUFMERKSAMKEIT FÜR BEWORBENES PKW-MODELL

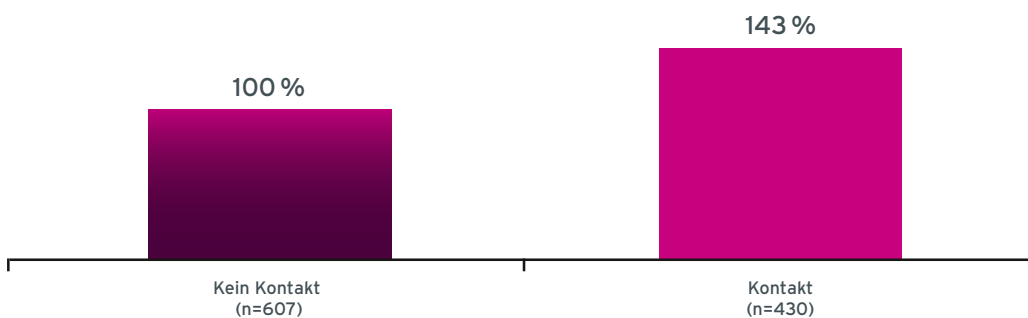
Gestützte Werbeerinnerung an das Modell Jaguar XF



Quelle: Brand Effekt für Jaguar, 2016

## AKTIVIERUNGSPULSE DURCH FUNK

Zustimmung zu Statement: „Jaguar bietet derzeit kostenfreien Allradantrieb für alle Modelle“



Quelle: Brand Effekt für Jaguar, 2016

## **BRAND EFFEKT - DAS INSTRUMENT**

Brand Effekt analysiert die Wirkung der Radiokampagne auf Werbeerinnerung, Bekanntheit, Produktverständnis und Image. Brand Effekt misst die Kontakte mit der Kampagne „objektiv“, d. h. die Befragten tragen in einem Kalender ihr Radionutzungsverhalten ein. Diesen Daten werden die Schaltpläne hinterlegt und somit die tatsächlichen Kontakte ermittelt. Sämtliche Kontakte über öffentlich-rechtliche und private Radiosender werden dabei berücksichtigt.

## **FAKTEN ZUR FORSCHUNG**

Für die kampagnenbegleitende Forschung wurden im November und Dezember 2016 über 1.000 Personen befragt. Die Datenerhebung wurde von dem unabhängigen Institut Kantar TNS durchgeführt. Die Stichprobe ist repräsentativ für die männliche Online-Bevölkerung im Alter von 30 bis 65 Jahren.

## ÜBER DEN KUNDEN

Jaguar Land Rover ist der größte Automobilhersteller Großbritanniens, der zwei ikonische Marken vereint: Land Rover als führender Produzent von SUV und Geländewagen der Premiumklasse und Jaguar als Premiumhersteller luxuriöser Limousinen, Sportwagen und Crossover. Seit mehr als acht Jahrzehnten steht der Name Jaguar in der Automobilwelt für elegantes Design ebenso wie für atemberaubende Leistung. Das heutige Modellportfolio mit dem Jaguar Signet verkörpert „The Art of Performance“ in herausragender Weise: Dazu zählen die erfolgreichen und vielfach prämierten Limousinen-Baureihen XE, XF und XJ ebenso wie der rassige Sportwagen F-TYPE oder der neue Performance-Crossover F-PACE, von dem Jaguar in kurzer Zeit so viele Fahrzeuge verkauft hat wie noch nie in seiner Geschichte. Erst kürzlich erhielt der F-PACE zwei Auszeichnungen beim „World Car Award“ 2017.

In den letzten sechs Jahren hat Jaguar Land Rover seinen Absatz und seine Belegschaft verdoppelt, den Umsatz mehr als verdreifacht und über 15 Milliarden GBP (über 17,5 Milliarden Euro) in neue Produkte und Kapitalaufwendungen investiert. Im Geschäftsjahr 2016/2017 erzielte Jaguar Land Rover das beste Jahresergebnis der Unternehmensgeschichte und verkaufte in fast 160 Weltmärkten 604.009 Fahrzeuge.

## ANSPRECHPARTNER

**BERNARD DOMENICHINI**  
**ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH**  
**Werbe- und Marktforschung**

Telefon: +49 69 15424-138  
PC-Fax: +49 69 15424-7138  
E-Mail: [bernard.domenichini@ard-werbung.de](mailto:bernard.domenichini@ard-werbung.de)

