

MARKE

Bitburger



KPI

Relevant Set: + 31 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

FMCG

Bitburger macht Kronkorken-Aktion zur EM übers Radio bekannt

Nach 36 Jahren fand die Fußball-Europameisterschaft 2024 wieder in Deutschland statt. Solche sportlichen Großereignisse sind ideale Möglichkeiten, um als Marke zu werben - umso mehr, wenn das Großereignis im eigenen Land stattfindet. Als offizielles Bier der UEFA-Europameisterschaft hat Bitburger diese Chance genutzt und im Radio für seine Kronkorken-Aktion geworben: „Einfach Flasche öffnen, QR-Code scannen und gewinnen“, beispielsweise Tickets zu den Spielen. Nicht zuletzt hat auch der bekannte Slogan „Bitte ein Bit“ diese Aktion in den Köpfen der Hörerinnen und Hörer mit Bitburger und der EM verbunden.

CASE

Eine begleitende Befragung zeigt, dass aufgrund der Kampagne 4,61 Mio. Menschen zusätzlich Bitburger als offizielles Bier der EM bekannt gemacht wurde (+ 40 %). Die Aktion haben infolge der Kampagne zusätzlich 5,12 Mio. Menschen Bitburger zugeordnet (+ 53 %). Darüber hinaus hat Bitburger mit der Kampagne nicht nur seine Markenbekanntheit und Werbeerinnerung gesteigert, sondern sich auch ins Relevant Set von 2,89 Mio. Menschen gebracht (+ 31 %).

Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radio-Kampagne von Bitburger:

- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung von Bitburger um 37 Prozent
- Steigerung des Relevant Set um 31 Prozent
- Verbesserung des Images um 40 Prozent („Bitburger ist das offizielle Bier der Fußball-Europameisterschaft 2024“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Werbeerinnerung

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



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 551 | repräsentativ für Personen 16-69 Jahre, bundesweit

Relevant Set

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie demnächst Bitburger einkaufen werden?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 551 | repräsentativ für Personen 16-69 Jahre, bundesweit

Image

„Bitburger ist das offizielle Bier der Fußball-Europameisterschaft 2024“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 551 | repräsentativ für Personen 16-69 Jahre, bundesweit

METHODIK/TOOL

Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) 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 für Bitburger wurden im Zeitraum vom 11. bis 15. Mai 2024 insgesamt 551 Personen in der Altersspanne von 16 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

Die Bitburger Braugruppe wurde 1817 als Brauerei in Bitburg gegründet und beschäftigt heute etwa 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Neben der Bitburger-Brauerei gehören auch die Brauereien König, Köstritzer Schwarzbier und Licher zur Braugruppe. Darüber hinaus bestehen Partnerschaften mit der Benediktiner Weißbräu GmbH und der CREW Republic.

ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

Saskia Stork
Werbeforschung & Medienforschung Audio
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69/15424-127
E-Mail: saskia.stork@ard-media.de