

MARKE

---

# musterhaus küchen



KPI

---

Gestützte Werbeerinnerung: + 31 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

---

Brand Effekt

BRANCHE

---

Handel

# Küchen, die zum Leben passen - musterhaus küchen mit neuem Jingle im Radio

Frühaufsteher oder Nachteule? Ganz egal - Hauptsache, die Küche passt zum Leben. Genau das war die zentrale Botschaft der Radiokampagne von musterhaus küchen, die im Frühjahr 2025 on air ging. Der Spot handelte davon, dass Küchenlösungen so individuell sein sollten wie das Leben selbst - verbunden mit der Einladung, einen persönlichen Beratungstermin bei musterhaus küchen zu vereinbaren. Besonders prägnant: der bekannte Jingle - 2025 verändert, aber weiterhin in der vertrauten Melodie. Eine subtile Auffrischung, die den Wiedererkennungswert erhält und gleichzeitig Modernität vermittelt.

## CASE

---

Dass die Radiokampagne musterhaus küchen nachhaltig ins Bewusstsein gebracht hat, zeigt eine begleitende Befragung, durchgeführt im April 2025. In der Zielgruppe der 14- bis 69-Jährigen stieg die gestützte Markenbekanntheit um 4 Prozent - das entspricht 1,1 Millionen zusätzlichen Personen. Auch die Werbeerinnerung legte zu: 1,02 Millionen Menschen mehr erinnerten sich gestützt an die Werbung von musterhaus küchen (+ 31 %). Der Anteil der Personen, für die ein Küchenkauf bei musterhaus küchen infrage kommt, wuchs um 11 Prozent (+ 0,84 Mio. Personen). Besonders stark schnitten auch die inhaltlichen Botschaften des Spots ab: 2,2 Millionen Personen gaben aufgrund der Radiokampagne an, beim Gedanken an musterhaus küchen direkt die Jingle-Melodie im Kopf zu haben (+ 23 %) - ein klarer Hinweis auf die starke akustische Wiedererkennbarkeit der Marke.

## Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von musterhaus küchen:

- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 31 Prozent
- Steigerung im Relevant Set um 11 Prozent
- Steigerung der Bekanntheit des Jingles um 23 Prozent („Wenn ich an musterhaus küchen denke, habe ich direkt den Jingle im Ohr“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

## Gestützte Werbeerinnerung

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



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2025 | n = 1.332 | repräsentativ für Personen 40-69 Jahre; bundesweit

## Relevant Set

Käme der Kauf einer Küche von musterhaus küchen für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2025 | n = 1.332 | repräsentativ für Personen 40-69 Jahre; bundesweit

## Bekanntheit des Jingles

„Wenn ich an musterhaus küchen denke, habe ich direkt den Jingle im Ohr“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2025 | n = 1.332 | repräsentativ für Personen 40-69 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 Radiokampagne eine Onlinebefragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte der ma Audio sowie um umfangreiche Benchmarks lässt sich die Kampagnenwirkung quantifizieren und einordnen.

Zur Kampagne von musterhaus küchen wurden im Zeitraum vom 24. bis 28. April 2025 insgesamt 1.332 Personen in der Altersspanne von 40 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

## ÜBER DEN KUNDEN

---

musterhaus küchen ist eine Marke für Einbauküchen und -geräte in Deutschland und Teil der MHK Group. musterhaus küchen wurde im Jahr 1980 gegründet. Inzwischen bieten hunderte inhabergeführte Küchenstudios deutschlandweit ihren Kunden persönliche Planung, umfassenden Service und den Zugang zu einer großen Auswahl bekannter Hersteller.

## ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

---

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