

MARKE

ERGO

ERGO

KPI

Mental Penetration + 8 Prozent

BRANCHE

Finanzen / Versicherungen

Flexibel vorgesorgt, nah beraten - ERGO verankert sich mental übers Radio mental

Zwei Radiospots - ein Prinzip: Mit einer Radiokampagne im November 2025 inszenierte ERGO das Thema „Versicherungen“ nicht als starr und kompliziert, sondern als individuell anpassbar und flexibel. Die beiden Radiospots thematisierten abwechselnd die flexible Altersvorsorge und die persönliche Beratung bei ERGO. Beide Spots endeten mit dem wiedererkennbaren Slogan „Einfach, weil's wichtig ist. ERGO.“ - und unterstreichen den Anspruch, Versicherungen verständlich und zugänglich zu machen.

CASE

Die Radiokampagne von ERGO wurde von einem breiten Publikum erinnert. Die gestützte Werbeerinnerung stieg um 44 Prozent - das entspricht 6,3 Mio. Personen. Der Anteil derjenigen, die sich grundsätzlich vorstellen können, eine Versicherung bei ERGO abzuschließen, wuchs um 15 Prozent (+ 1,76 Mio. Personen). Auch der Slogan von ERGO blieb hängen: „Einfach, weil's wichtig ist“ wurde infolge der Radiokampagne von 38 Prozent mehr Menschen ERGO zugeschrieben - insgesamt 4,69 Mio. Personen.

Im Bereich der Mentalen Verfügbarkeit wurden alle Indikatoren gesteigert. Beispielsweise stieg die Mental Penetration um 8 Prozent, d.h. mehr Menschen assoziierten ERGO mit mindestens einer Bedarfssituation (Category Entry Point) im Versicherungsbereich.

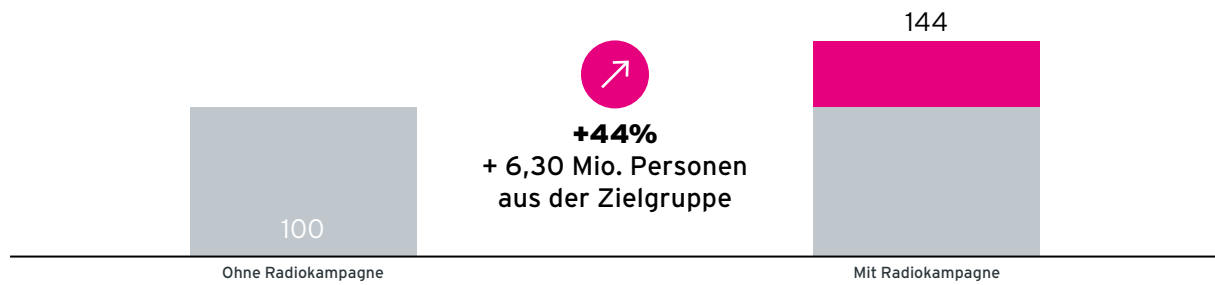
Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von ERGO:

- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 44 Prozent
- Steigerung im Relevant Set um 15 Prozent
- Steigerung der Slogan-Bekanntheit um 38 Prozent („Einfach, weil's wichtig ist“)
- Steigerung der Mental Penetration um 8 Prozent

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Werbeerinnerung

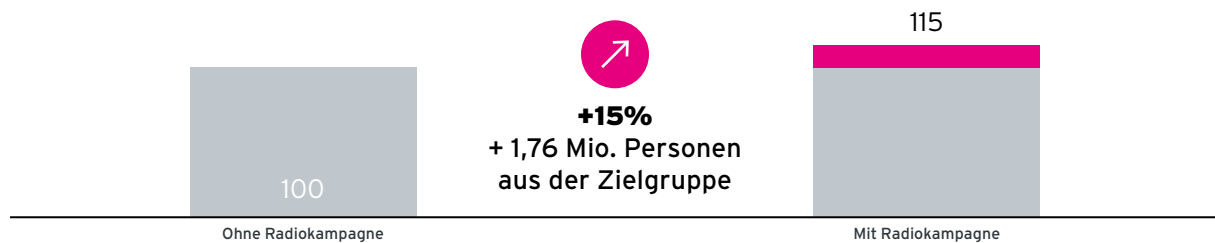
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für ERGO gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2025 | n = 1.065 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre; bundesweit

Relevant Set

Käme der Abschluss einer Versicherung bei ERGO für Sie grundsätzlich in Frage?

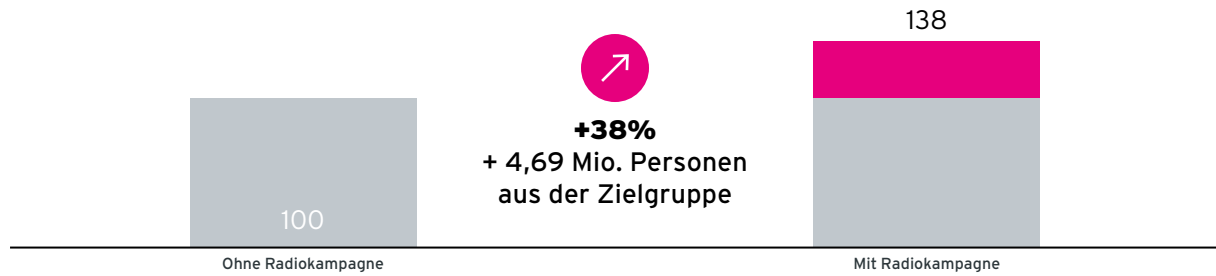


Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2025 | n = 1.065 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre; bundesweit

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Image

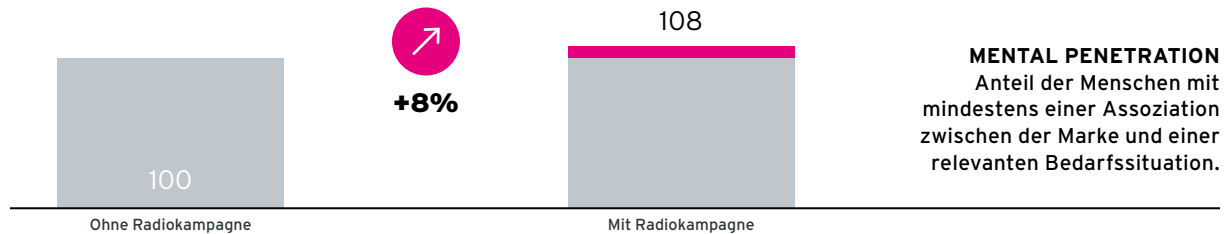
ERGO wirbt mit dem Slogan ‚Einfach, weil’s wichtig ist‘



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2025 | n = 1.065 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre; bundesweit

Mental Penetration

Mentale Reichweite von ERGO



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2025 | n = 1.065 | repräsentativ für Personen 14-69 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 Onlinebefragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte der ma Audio sowie um umfangreiche Benchmarks lässt sich die Kampagnenwirkung quantifizieren und einordnen.

Zur Kampagne von ERGO wurden im Zeitraum vom 23. bis 29. November 2025 insgesamt 1.065 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

ERGO ist eine der großen Versicherungsgruppen in Deutschland und Europa. Weltweit ist die Gruppe in über 20 Ländern vertreten und konzentriert sich auf die Regionen Europa und Asien. ERGO bietet ihren Privat- und Firmenkunden ein breites Produktportfolio in allen wesentlichen Versicherungssparten sowie vollumfängliche Assistance- und Serviceleistungen. Unter dem Dach der ERGO Group AG steuern mit der ERGO Deutschland AG, ERGO International AG und ERGO Technology & Services Management AG drei Einheiten die Geschäfte und Aktivitäten der ERGO Group. Rund 38.700 Menschen arbeiten als angestellte Mitarbeiter oder als hauptberufliche selbstständige Vermittler für die Gruppe.

ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

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