

MARKE

ABOUT YOU

ABOUT YOU®

KPI

+74% höhere Kaufaktivierung

BRANCHE

Handel/E-Commerce

Mehr Aktivierung, bessere Markenemotion: Audio verstärkt die Wirkung der ABOUT YOU Wintersale-Kampagne

Sales gehören zu den wichtigsten Aktivierungsphasen im Fashion-E-Commerce. Für die Bewerbung des Wintersales setzte ABOUT YOU auf einen crossmedialen Media-Mix inklusive Audio. Ziel der Kampagne war es, Konsument:innen kurzfristig zu aktivieren und die Kaufwahrscheinlichkeit für ABOUT YOU zu steigern. Audio lieferte dafür den größten Impact.

CASE

Der Aktivierungsmotor Audio ist legendär - und wieder deutlich belegt bei der ABOUT YOU Wintersale-Kampagne. Die begleitende Brand-Lift-Studie zeigt deutlich: Audio leistete einen besonders starken Beitrag zur Gesamtwirkung der Kampagne. In der Gruppe mit Erinnerung an den Audiospot stieg die Kaufaktivierung signifikant an, die Markenemotion verbesserte sich deutlich und auch die mentale Reichweite der Marke wurde klar ausgebaut.

Im Zeitraum vom 15. bis 31. Januar 2026 bewarb ABOUT YOU in einer Media-Mix Kampagne aus Audio (Radio), Bewegtbild-Werbung (TV/Online-Video) sowie Social- und Online-Werbemitteln seinen Wintersale in Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein und Hamburg.

Ergebnisse im Detail:

Deutlich höhere Kaufaktivierung durch Audio

Die Kampagne schaffte es, über Audio einen besonders starken Impuls auf die konkrete Kaufabsicht auszulösen - ein entscheidender Faktor für kurzfristige Sales-Aktivierung. In der Gruppe ohne Erinnerung an die Kampagne lag die Kaufwahrscheinlichkeit für ABOUT YOU noch bei 31 Prozent. Wird hingegen der Audiospot erinnert, lag der Wert bei 54 Prozent (74 % höher). In der Gruppe, die ausschließlich andere Kampagnenbestandteile wie TV- oder Online-Werbemitteln erinnerten, fehlte der Audioeffekt merklich: Hier lag die Aktivierung bei 45 Prozent und damit deutlich unter dem Wert der Audio-Gruppe.

Audio aktiviert auch bisherige Nicht-Kund:innen

Besonders relevant für Wachstum ist die Wirkung auf Personen, die bisher noch keine aktive Beziehung zur Marke hatten. Auch in dieser Gruppe zeigte sich die Aktivierungsleistung von Audio: Bei Befragten ohne Kampagnenerinnerung lag die Kaufwahrscheinlichkeit bei 23 Prozent. Wurde jedoch der Audiospot erinnert, erreichte der Wert 41 Prozent (82 % höher). Audio schaffte es somit nicht nur bestehende Kund:innen zu aktivieren, sondern auch zusätzliche Potenziale für ABOUT YOU zu erschließen.

Deutlich positivere Markenemotion Dank Audio

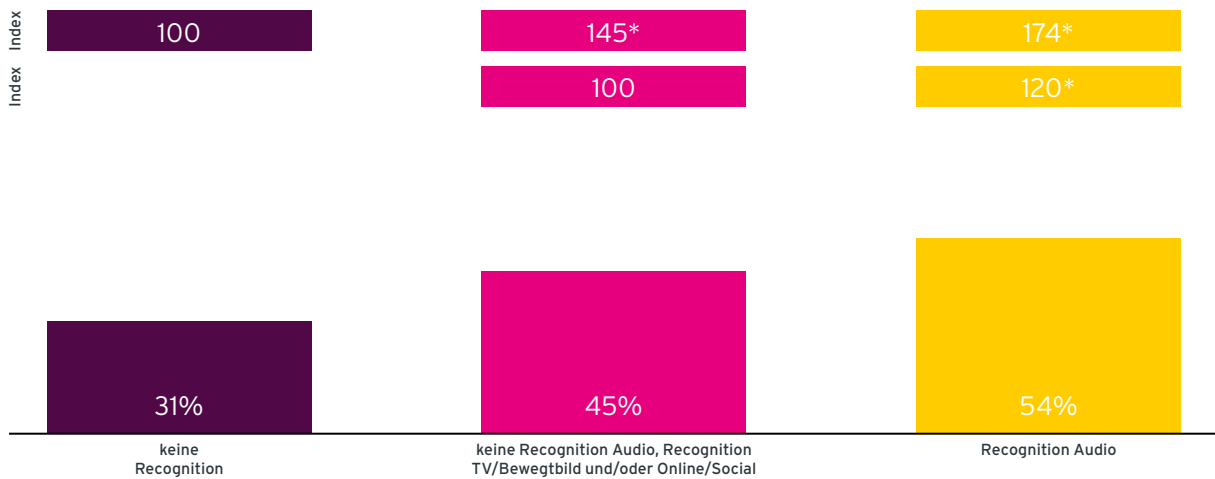
Die Werbekampagne wirkte auf die emotionale Wahrnehmung der Marke. Befragte ohne Recognition bewerteten ABOUT YOU im Durchschnitt mit einem Wert von 2,62 auf einer sechsstufigen Emotionsskala zwischen Begeisterung (1) und Enttäuschung (6). Bei Befragten, die alle Werbemittel bis auf Audio erinnerten, lag der Wert bei 2,2. Und bei Personen mit Erinnerung an den Audiospot wurde mit 1,86 der beste Wert gemessen. Damit wurde ABOUT YOU von Personen mit Audio-Wahrnehmung signifikant positiver bewertet.

Audio stärkt die mentale Reichweite der Marke

Auch die mentale Verfügbarkeit der Marke profitierte von der Kampagne. Die Analyse zeigt, dass der Anteil der Personen, die ABOUT YOU mit mindestens einer relevanten Markenassoziation verbanden, in Gruppen mit Kampagnenerinnerung deutlich höher war als bei Befragten ohne Recognition. Sowohl in der Audio-Gruppe (64,5%) als auch in der Gruppe mit Erinnerungen an die anderen Werbemittel (64,3%) lag die mentale Reichweite um 39 Prozent höher als bei Personen ohne Kampagnenerinnerung (46,4%). So trug Audio dazu bei, dass ABOUT YOU häufiger in den Köpfen der Zielgruppe präsent war - ein ausschlaggebender Faktor für zukünftige Kaufentscheidungen.

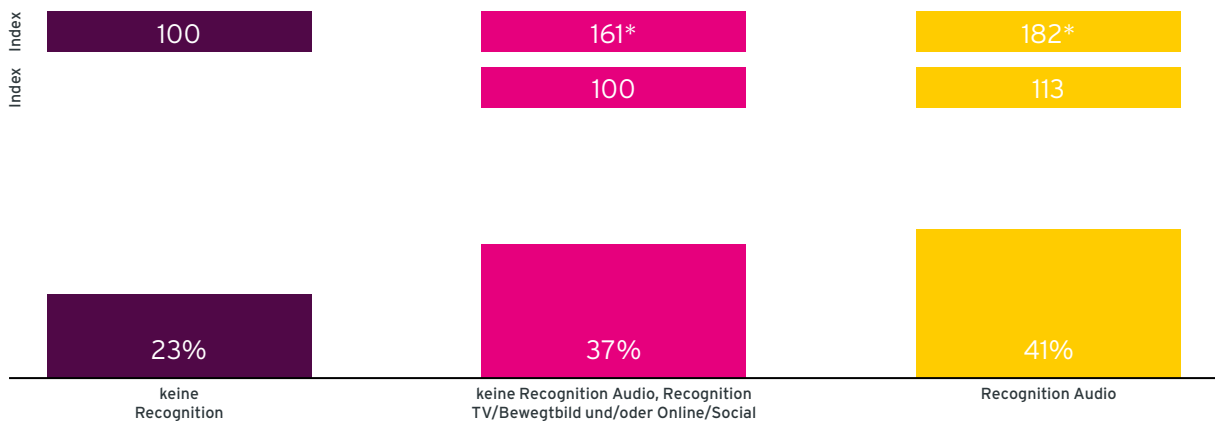
FAKTEN IM ÜBERBLICK

Befragte, die sich an den Audio Spot erinnern, werden deutlich stärker aktiviert



Quelle: IfaD, Basis: n=1.648 (gewichtet); keine Rec. n=870; keine Rec. Audio, Rec. TV/Bewegtild u/o Online/Social n=228; Rec. Audio n=176
Fragen: „Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie demnächst etwas bei ABOUT YOU kaufen werden?“ | *signifikant (95%)

Kampagnenkontakt stärkt die Aktivierung auch bei den Non-Usern

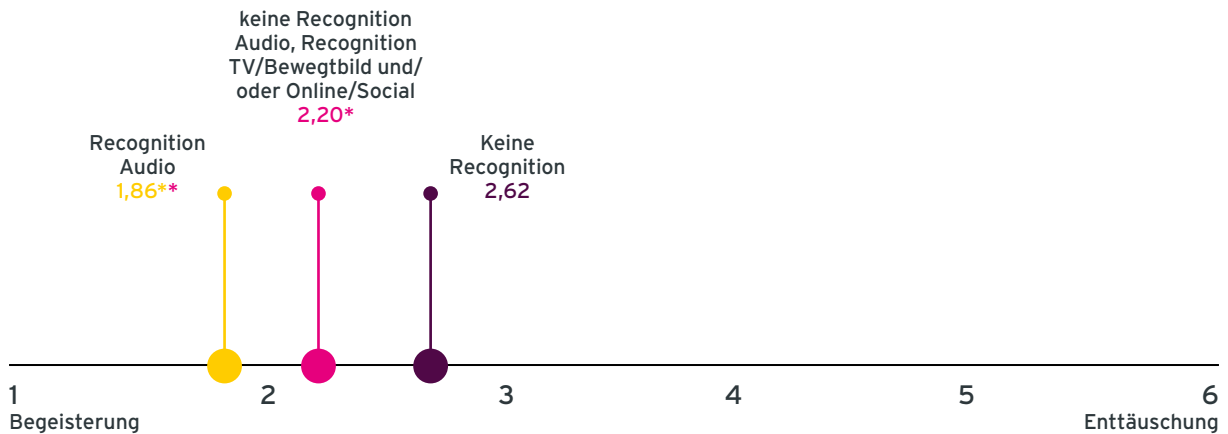


Quelle: IfaD, Basis: n= 1.152 (gewichtet); keine Rec. n=620; keine Rec. Audio, Rec. TV/Bewegtild u/o Online/Social n=144; Rec. Audio n=107
Fragen: „Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie demnächst etwas bei ABOUT YOU kaufen werden?“ | *signifikant (95%)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Deutlich positive Entwicklung der Brand Emotion

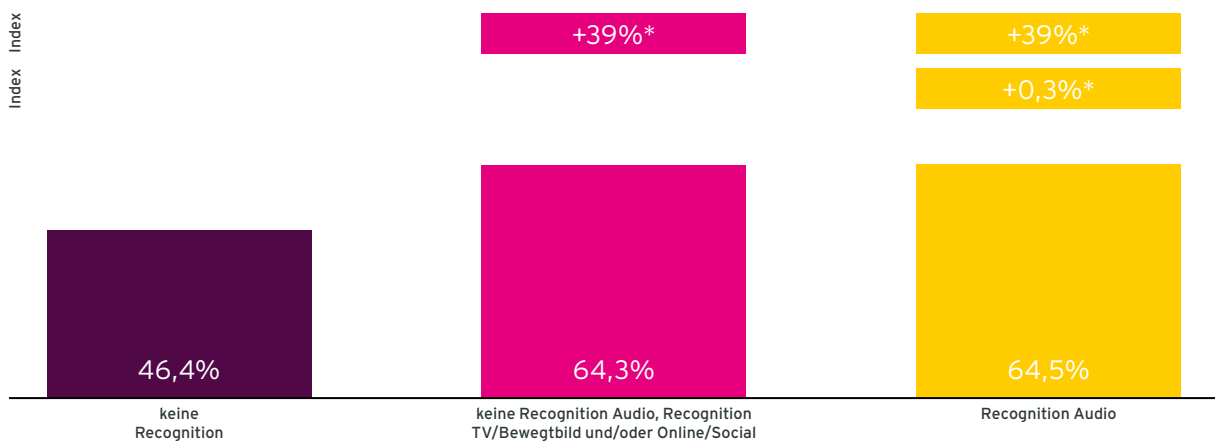
Befragte, die sich an Audio erinnern, bewerten ABOUT YOU signifikant positiver.



Quelle: IfaD, hier Basis: ABOUT YOU ist bekannt n=1.327; keine Rec. n=719; keine Rec. Audio, Rec. TV/Bewegtbild u/o Online/Social n=190; Rec. Audio n=133 | Frage: „Bitte geben Sie an, welches der folgenden Gefühle bei Ihnen am ehesten geweckt wird, wenn Sie an ABOUT YOU denken?“ | hier: Mittelwert über 60er-Skala, vercodet auf 1-6 mit 1 = Begeisterung bis 6 = Enttäuschung

Mentale Reichweite

Der Anteil an Personen mit mindestens einer Kategorie-relevanten Eigenschaft zu ABOUT YOU wird mit Kampagnen-Kontakt erhöht und liegt in beiden Gruppen mit Recognition um 39% höher als in der Gruppe ohne Recognition.



Quelle: IfaD, Basis: n=1.648; keine Rec. n=870; keine Rec. Audio, Rec. TV/Bewegtbild u/o Online/Social n=228; Rec. Audio n=176
Anteil an Befragten mit mindestens einer Assoziation mit ABOUT YOU

CELINE LOTZE, SENIOR MEDIA MANAGER, ABOUT YOU

„Die Ergebnisse verdeutlichen den potenziellen Beitrag von Audio innerhalb der Wintersale-Kampagne. Der Audiospot gab nicht nur einen kurzfristigen Impuls zum Shoppen, sondern verbesserte gleichzeitig die emotionale Wahrnehmung unserer Marke und erweiterte die mentale Reichweite in der Zielgruppe.“

METHODIK/TOOL

Zur Untersuchung der Kampagnenwirkung wurde eine Brand-Lift-Studie durchgeführt. Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum vom 29. Januar bis 2. Februar 2026 mittels CAWI-Befragung. Grundlage der Analyse waren 1.648 Personen aus der relevanten Zielgruppe der 20- bis 49-Jährigen sowie Nicht-Ablehner von Online-Shopping in Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein und Hamburg. Für die Auswertung wurden verschiedene Recognition-Gruppen miteinander verglichen.

ÜBER DEN KUNDEN

ABOUT YOU ist mit über 13 Mio. aktiven Kund*innen einer der größten Onlinehändler für Fashion und Lifestyle in Europa und der führende Anbieter eines personalisierten Einkaufserlebnisses auf dem Smartphone. In der ausgezeichneten App und auf aboutyou.com finden die Kund*innen neben Inspiration ein Sortiment mit rund 750.000 Artikeln von nahezu 4.000 Marken.

ANSPRECHPARTNERIN

Katrin Wallacher
Research Consultant
RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG
Telefon: +49 40 23890262
E-Mail: wallacher@rms.de