

MARKE

trendtours



KPI

Gestützte Werbeerinnerung + 29 %

BRANCHE

Tourismus

trendtours bringt sein „Best-Preis-Versprechen“ ins Radio

Die schönsten Orte weltweit bereisen und dabei den Preis im Blick behalten – genau dieses Versprechen stellte trendtours Anfang 2026 in den Mittelpunkt einer Radiokampagne. Der 14-sekündige Spot machte den Reiseveranstalter als „Nummer 1 für Gruppenreisen“ bekannt, verwies auf das „Best-Preis-Versprechen“ und endete mit dem Slogan „Günstig hin, glücklich zurück“. trendtours gelang es mit dieser Radiokampagne, Aufmerksamkeit für sein Angebot zu schaffen und Lust auf neue Reiseerlebnisse zu wecken.

CASE

Eine kampagnenbegleitende Befragung von Personen ab 60 Jahren zeigt, dass die Radiokampagne Wirkung erzielt hat. Die gestützte Markenbekanntheit von trendtours wurde um 9 Prozent gesteigert. Das entspricht zusätzlich 1,1 Mio. Menschen aus der Zielgruppe, denen trendtours infolge der Kampagne als Anbieter für Gruppenreisen bekannt ist. 1,16 Mio. Personen aus der Zielgruppe zusätzlich erinnern sich gestützt an die Radiowerbung von trendtours (+ 29 %). Auch beim Image von trendtours zeigt sich ein positiver Effekt: 640.000 Menschen hat die Radiokampagne vermittelt, dass trendtours Reisen zu günstigen Preisen bietet (+ 13 %).

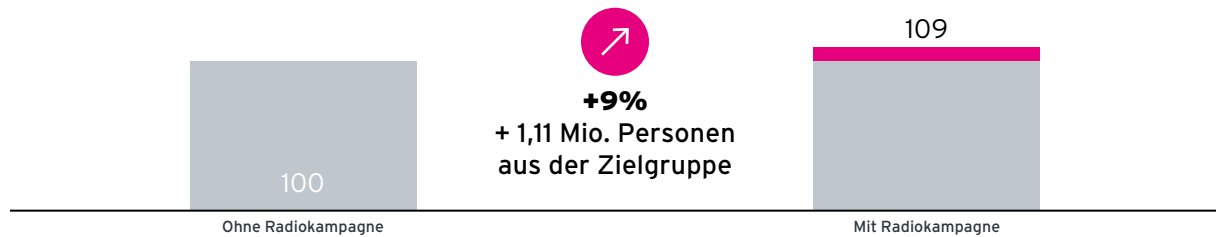
Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von trendtours:

- Steigerung der gestützten Markenbekanntheit um 9 Prozent
- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 29 Prozent
- Steigerung des Images um 13 Prozent („trendtours bietet Reisen zu günstigen Preisen“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Markenbekanntheit

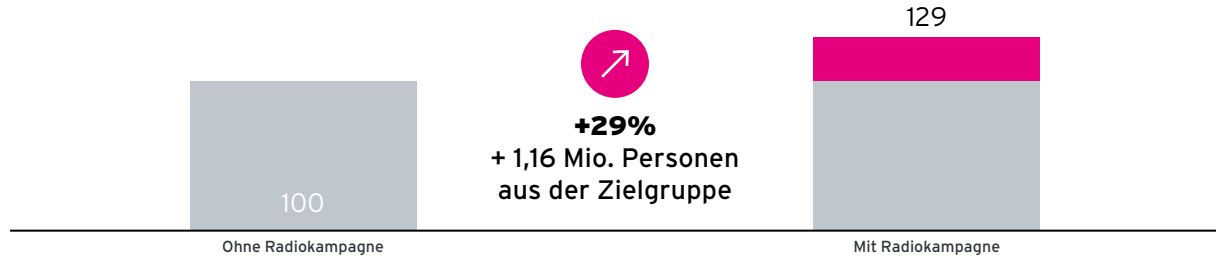
Kennen Sie trendtours, wenn auch nur dem Namen nach?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 808 | repräsentativ für Personen 60+ Jahre; bundesweit

Gestützte Werbeerinnerung

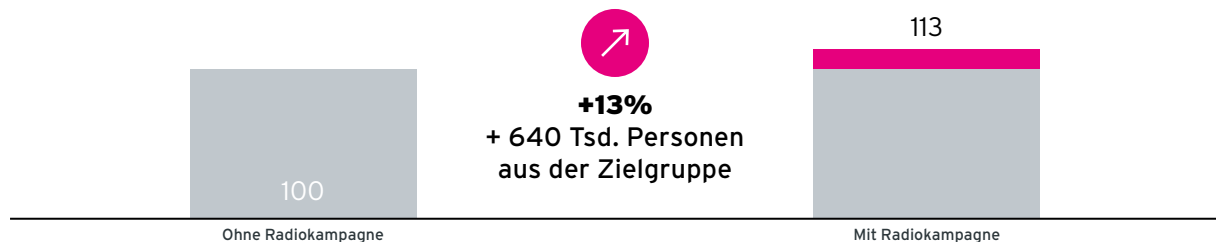
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für trendtours gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 808 | repräsentativ für Personen 60+ Jahre; bundesweit

Image

„trendtours bietet Reisen zu günstigen Preisen“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 808 | repräsentativ für Personen 60+ 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 trendtours wurden im Zeitraum vom 21. bis 25. Februar 2026 insgesamt 808 Personen ab 60 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

Die trendtours Touristik GmbH ist ein Direkt-Reiseveranstalter aus Deutschland, der Gruppen- und Rundreisen zu zahlreichen Reisezielen in Europa sowie weltweit anbietet. Zum Portfolio gehören unter anderem Flug-, Bus- und Schiffsreisen, Kultur- und Städtereisen sowie Erlebnisreisen. Seit der Gründung im Jahr 2005 haben bereits mehr als drei Millionen Reisende mit trendtours Destinationen in über 80 Ländern weltweit entdeckt.

ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

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