MARKE

BYD

KPI

Ungestützte Werbeerinnerung: + 23 %

BRANCHE

Automotive

Auf der Überholspur: Radiowerbung bringt BYD voran

Mehr Reichweite im Alltag, moderne Plug-in-Hybrid-Technologie und ein attraktives Finanzierungsangebot: Mit diesen Themen warb der Automobilhersteller BYD im September 2026 im Radio. Konkreter Anlass war die Einführung des neuen BYD DOLPHIN G DM-i. Die Kampagne vermittelte Produktvorteile rund um Alltagstauglichkeit und Reichweite, verwies auf teilnehmende BYD Partner und setzte auf den Markenslogan „It's not a car. It's a BYD".

CASE

Die Radiokampagne erreichte bundesweit rund 40 Millionen Menschen ab 25 Jahren. Wie erfolgreich sie wirkte, zeigt die kampagnenbegleitende Befragung: Infolge der Radiowerbung ist BYD zusätzlich 1,0 Mio. Menschen ungestützt als Automarke bekannt. Das entspricht einer Steigerung um 7 Prozent. Auch die ungestützte Werbeerinnerung legte zu: 1,19 Mio. Personen zusätzlich erinnerten sich an Werbung für BYD (+ 23 %).

Auch die Wiedererkennung des konkreten Radiospots wurde gesteigert: 2,92 Mio. Menschen zusätzlich erkannten den Spot wieder. Im Relevant Set gewann BYD 990 Tsd. Personen hinzu, für die der Kauf eines Fahrzeugs der Marke grundsätzlich infrage kommt (+ 13 %). Darüber hinaus wurde der Slogan „It's not a car. It's a BYD" durch die Kampagne bei 2,50 Mio. Menschen zusätzlich verankert.

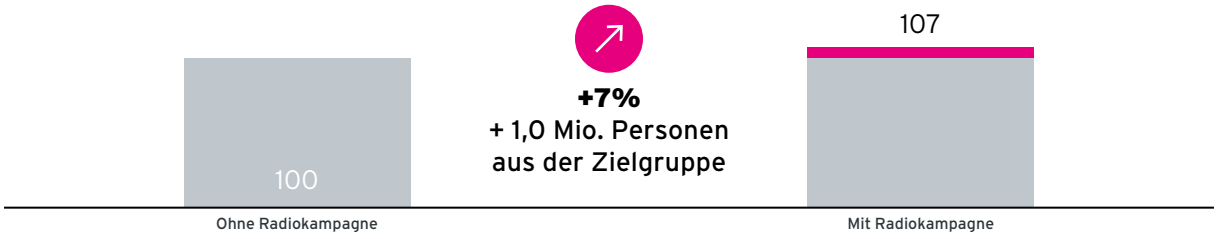
Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von BYD

- Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit um 7 Prozent
- Steigerung der ungestützten Werbeerinnerung um 23 Prozent
- Steigerung im Relevant Set um 13 Prozent

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Markenbekanntheit

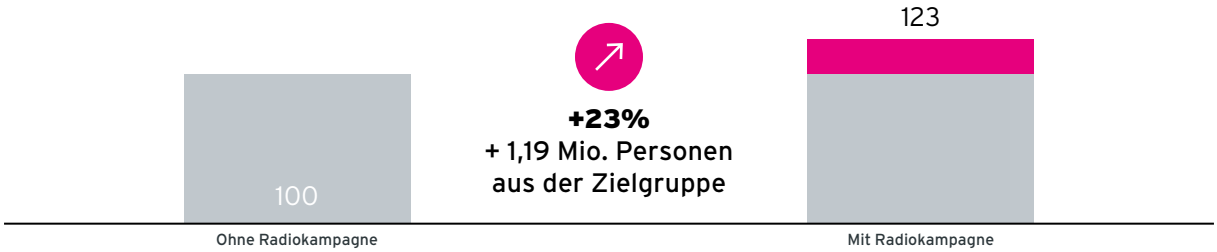
**Welche Automarken kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Denken Sie dabei auch an Hersteller von Elektroautos! Antwort: BYD**



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 1.094 | repräsentativ für Grundgesamtheit: Erwachsene 25+ Jahre, bundesweit

Ungestützte Werbeerinnerung

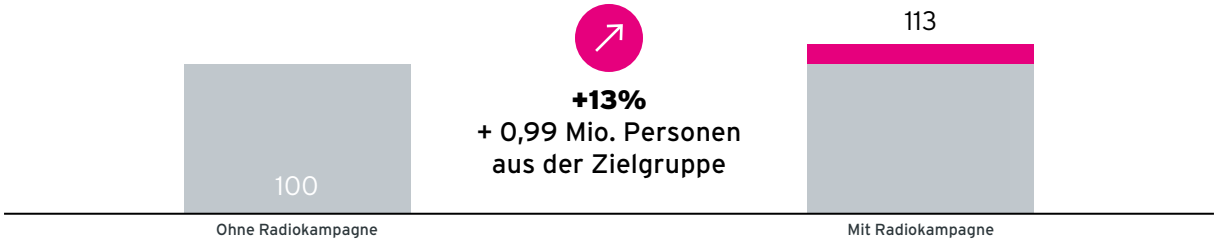
**Für welche Automarken haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen.
Denken Sie bitte wiederum auch an Hersteller von Elektroautos! Antwort: BYD**



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 1.094 | repräsentativ für Grundgesamtheit: Erwachsene 25+ Jahre, bundesweit

Relevant Set

Käme der Kauf eines Autos von BYD für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 1.094 | repräsentativ für Grundgesamtheit: Erwachsene 25+ 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 für BYD wurden im Zeitraum vom 30.09. bis 04.10.2026 insgesamt 1.094 Erwachsene ab 25 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

BYD wurde 1995 in Shenzhen gegründet und entwickelte sich vom Batteriehersteller zu einem international tätigen Technologie- und Automobilkonzern. Das Unternehmen ist in den Bereichen Automobile, Elektronik, erneuerbare Energien und Schienenverkehr aktiv. Im Automobilgeschäft konzentriert sich BYD insbesondere auf Elektrofahrzeuge und Plug-in-Hybride. Weltweit ist der Konzern in zahlreichen Märkten vertreten und beschäftigt nach eigenen Angaben rund eine Million Menschen.

ZUSTÄNDIGER REFERENT

Hans-Peter Gaßner
Advertising & Market Insights
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69/15424-137
E-Mail: hans-peter.gassner@ard-media.de