

PRAKTISCHE HILFE GEGEN HALS- BESCHWERDEN: TANTUM VERDE MACHT SICH MIT RADIOKAMPAGNE BEMERKBAR

Es ist ein bekanntes und vertrautes Geräusch: Das Räuspern wie es zu Beginn des Radio-Spots für Tantum Verde zu hören ist. Denn gerade in den kalten Jahreszeiten gibt es kaum jemanden, dem Halsbeschwerden gänzlich unbekannt sind. Für den Arzneimittelhersteller Angelini Pharma also genau die richtige Saison, um mit einer vierwöchigen Radio-Kampagne im Februar 2022 für das Tantum Verde Spray gegen Halsbeschwerden zu werben. Der informative Radio-Spot empfiehlt das Spray mit seiner vierfachen Wirkung als praktische Hilfe gegen unterschiedliche Arten von Halsbeschwerden - und das „für die ganze Familie“.



Marke: Tantum Verde
KPI: Gestützte Marken-
bekanntheit +21%
Modul: Brand Effekt
Branche: OTC/Pharma

Die bundesweite Radio-Kampagne wurde durch eine Befragung der Zielgruppe der 30- bis 59-Jährigen begleitet. Die Ergebnisse zeigen, dass auf Grund der Radio-Kampagne die Bekanntheit von Tantum Verde deutlich gesteigert werden konnte. Außerdem zogen 1,5 Mio. Menschen zusätzlich einen Kauf von Tantum Verde in Erwägung. Die Radio-Kampagne hat folglich die Zahl an potenziellen Käuferinnen und Käufern bedeutend erhöht. Ebenso konnten die grundlegenden Produkteigenschaften von Tantum Verde Spray, beispielsweise die vierfache Wirksamkeit, durch den Spot vermittelt werden. Die Radio-Kampagne war demnach gleichfalls mehrfach wirksam: Sie hat nicht nur die Bekanntheit sowie die Käuferwägung von Tantum Verde erhöht, sondern auch die relevanten Charakteristika des Produktes vermittelt.

Die Forschungsergebnisse zeigen die Erfolge der Radio-Kampagne von Tantum Verde:

- Steigerung der gestützten Markenbekanntheit um 21%
- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 42%
- Verbesserung des Images um 35% („bietet praktische Hilfe bei Halsbeschwerden“)

METHODIK/TOOL

Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungs-Benchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radio-Kampagne eine Online-Befragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte der ma Audio sowie um umfangreiche Benchmarks lässt sich die Kampagnenwirkung quantifizieren und einordnen.

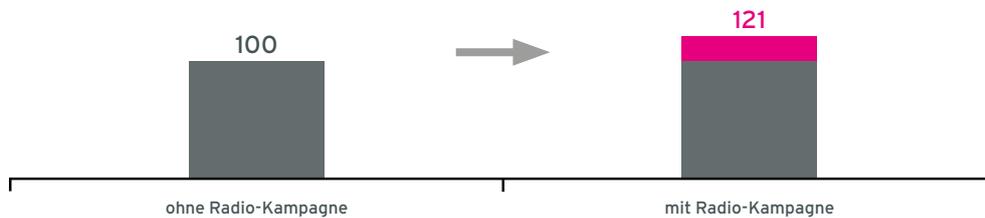
Zur Kampagne für Tantum Verde wurden im Zeitraum vom 24. bis 28. Februar 2022 insgesamt 532 Personen in der Altersspanne von 30 bis 59 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war die Bonsai GmbH.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Markenbekanntheit

Kennen Sie das Halsschmerzmittel Tantum Verde, wenn auch nur dem Namen nach?

+21%
+ 2,62 Mio. Personen aus der Zielgruppe

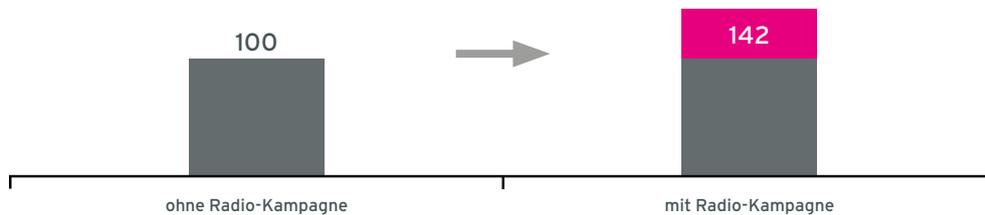


Darstellung als Index: Ausgangswert = 100 / Quelle: ARD MEDIA KARA 2022; n = 532; repräsentativ für E30-59, Bundesweit

Gestützte Werbeerinnerung

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

+42%
+ 1,06 Mio. Personen aus der Zielgruppe

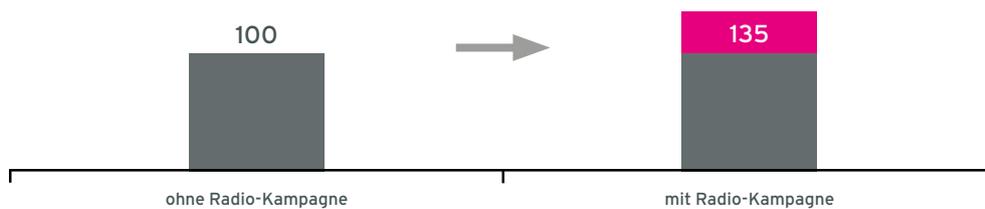


Darstellung als Index: Ausgangswert = 100 / Quelle: ARD MEDIA KARA 2022; n = 532; repräsentativ für E30-59, Bundesweit

Image

„bietet praktische Hilfe bei Halsbeschwerden“

+35%
+ 2,14 Mio. Personen aus der Zielgruppe



Darstellung als Index: Ausgangswert = 100 / Quelle: ARD MEDIA KARA 2022; n = 532; repräsentativ für E30-59, Bundesweit

ÜBER DEN KUNDEN

Angelini Pharma ist die Pharmasparte der Angelini Industries, deren Erfolgsgeschichte vor mehr als 100 Jahren begann. Das anfänglich kleine pharmazeutische Labor entwickelte sich über die Jahre hinweg zu einer international führenden Unternehmensgruppe im Gesundheitswesen. Angelini Pharma zählt zu den Marktführern und zeichnet sich durch seine besondere Kompetenz und Erfahrung in den Therapiegebieten Zentralnervensystem, psychische Gesundheit, Schmerzen und seltene Krankheiten aus. Auch im Bereich Consumer Health nimmt das Unternehmen mit seinen weltweit äußerst erfolgreichen rezeptfrei erhältlichen Marken wie z.B. Tantum Verde eine führende Position ein. Die Produkte von Angelini werden in mehr als 70 Ländern vertrieben.

ANSPRECHPARTNER



HANS-PETER GASSNER
Werbe- und Marktforschung
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69 15 42 4-137
E-Mail: hans-peter.gassner@ard-media.de