

MARKE

kununu

kununu 

KPI

Audio aktiviert zum Websitebesuch

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Sonstige

Audio-Push für den Gehaltscheck von kununu

Arbeitsklima und Work-Life-Balance passen. Aber wie sieht es mit dem Gehalt aus? Passt das auch? Mit dieser Frage warb kununu, eines der führenden Portale für Arbeitgeberbewertungen, für den kununu Gehaltscheck. Die Evaluation der umfassenden Mediamix-Kampagne zeigt: Audio ist es gelungen, Awareness für das Tool zu schaffen und Websitebesucher:innen zu aktivieren.

CASE

Audio liefert Awareness-Push für kununu

Um kununu als relevante Plattform für Gehaltsvergleiche zu positionieren, entschied sich das Unternehmen für eine Mediamix-Kampagne inklusive Bewegtbild (online), Online-Banner und Audio (UKW). Die Kampagne wurde im Oktober 2021 in ausgewählten Bundesländern ausgespielt und richtete sich an berufstätige Personen zwischen 25 bis 44 Jahren. Die anschließende Analyse belegte den Gesamterfolg der Kampagne und bewies, dass Audio einen entscheidenden Beitrag zur Erreichung der Kampagnenziele leistete.

Kampagnenbegleitende Aktivierungsmessung mit AUDIO BRAND TRACKING

Vom 29. Oktober bis 03. November 2021 wurden insgesamt 1.879 Personen der Zielgruppe befragt. Die Zielgruppe setzte sich aus Personen zwischen 25 und 44 Jahren, in den ausgewählten Bundesländern, zusammen. Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass sich die gesamte Mediakampagne, und insbesondere der Audioeinsatz, positiv auf das Markenimage von kununu auswirkte und zu zahlreichen Websitebesuchen aktivieren konnte.

KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

Audio erzielt starke Performance für kununu

Die Ergebnisse zeigen deutlich die positiven und statistisch signifikanten Wirkeffekte durch die Mediamix-Kampagne und Audio:

kununu ist eine feste Größe im Wettbewerbsumfeld

Die kampagnenbegleitende Analyse ergab, dass kununu mit medial sehr präsenten Mitbewerbern mithalten kann. Ungestützt ist kununu in der Zielgruppe die bekannteste Plattform für Arbeitgeberbewertungen. Durch die Kampagne konnte die gestützte Marken-Awareness gesteigert werden: die gestützte Bekanntheit bei Befragten, die von allen Werbemitteln der Kampagne erreicht wurden, beträgt 64 Prozent.

Mediamix steigert alle Werbewirkungsindikatoren

Die Ergebnisse des Audio Brand Tracking bestätigen insgesamt eine sehr gute Performance der Kampagne und zeigen, dass die Werbemittel im Mediamix am besten wirken. Über sämtliche Werbewirkungsindikatoren hinweg fallen die Werte bei Befragten, die vom gesamten Mediamix erreicht wurden, signifikant höher aus als bei Personen ohne Kampagnen-Recognition.

Audio zahlt positiv auf die Imagewerte ein

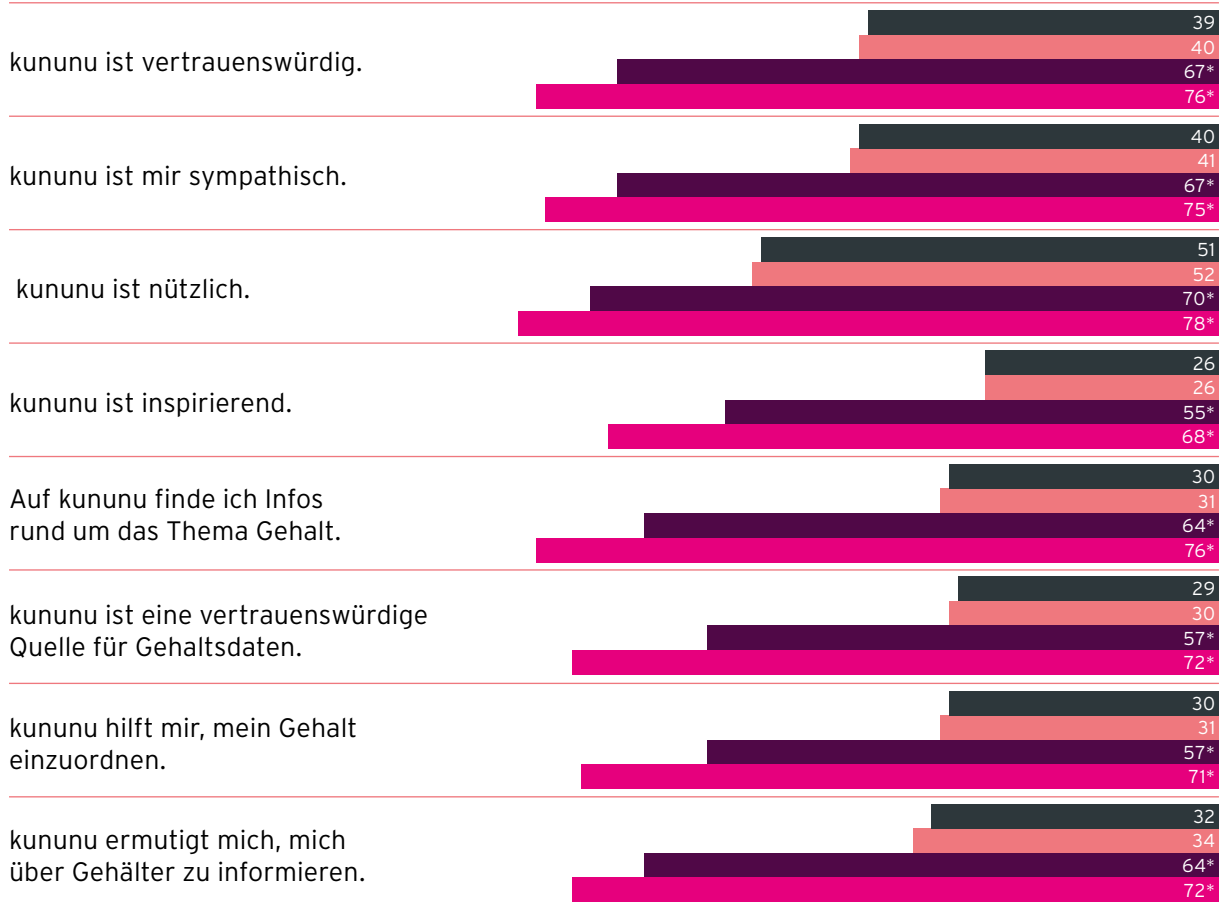
Alle relevanten Imagewerte rund um das Thema „Gehaltsdaten“ wurden bei Personen mit Audio-Recognition signifikant gesteigert - die Aussagen „kununu ist eine vertrauenswürdige Quelle für Gehaltsdaten“ und „kununu hilft mir, mein Gehalt einzuordnen“ gewinnen unter den Audio-Hörer:innen zum Beispiel deutlich mehr Zustimmung als bei Personen ohne Kampagnen-Erinnerung.

Starke Aktivierung durch Audiospot

Die Audiowerbung beeinflusste sämtliche Parameter des Aktivierungs-Funnels positiv beeinflussen. Für Personen, die via Audio erreicht wurden, kommt kununu deutlich eher als Informationsquelle in Frage (signifikant höherer Wert um 38 %). Mit Audio ist es kununu außerdem gelungen, Hörer:innen zum Websitebesuch zu aktivieren: 62 Prozent der Befragten mit Audio-Recognition geben an, dass sie kununu.com besuchen würden. Bei Personen ohne Kampagnen-Recognition sind es lediglich 28 Prozent.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Durch Audiorecognition signifikant höhere Imagewerte für kununu

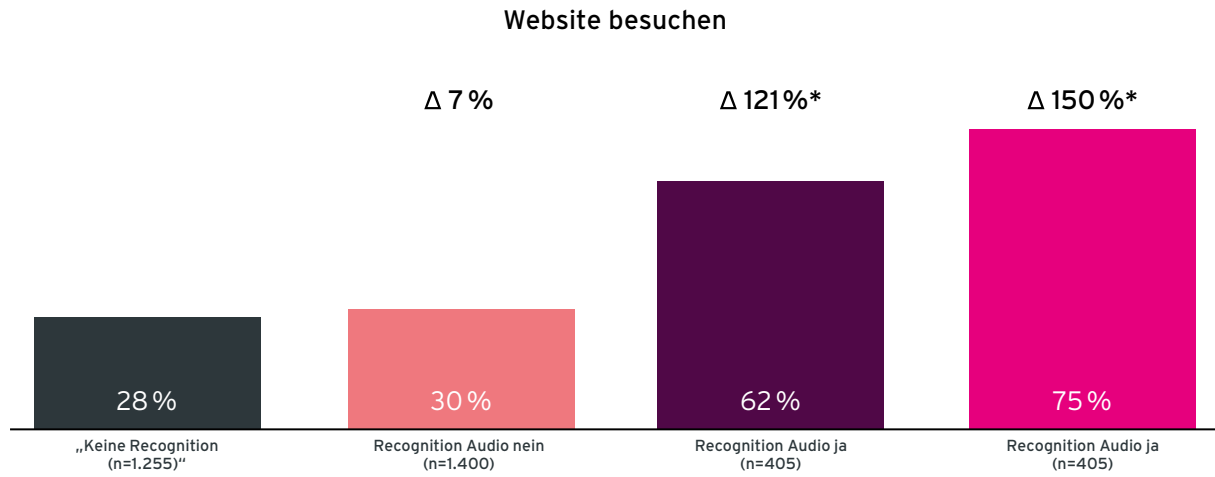


Keine Recognition (n=590)
 Audio-Recognition nein (n=689)
 Audio-Recognition Ja (n=242)
 Recognition alle (n=144)

*signifikant gegenüber der Gruppe „keine Recognition mit Kampagne“
Quelle: GapFish: Basis: Befragte, die kununu kennen (n=955) Frage: „Inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf kununu zu?“ Skala 1-6: 1 = voll und ganz, 6 = überhaupt nicht (Top 2)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Durch Kenntnis des Audiospots sehr starke Aktivierungsleistung



*signifikant gegenüber der Gruppe „keine Recognition mit Kampagne“

Quelle: Gapfish: n=1.879, Frage: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie demnächst die Website von kununu (kununu.com) besuchen werden?“

Lisa Prestel, Director Marketing, kununu:

„Mit unserer Mixkampagne ist es uns gelungen, kununu als relevantes Portal für alle Informationen rund ums Thema Gehalt zu positionieren. Die Ergebnisse des Audio Brand Trackings haben uns darin bestärkt, dass Audio im Mediamix eine hohe Relevanz hat.“

Über den Kunden

Kununu ist Europas führende Plattform für Arbeitgeberbewertungen und Informationen zu Gehalt und Unternehmenskultur. Mit mehr als 4,9 Millionen Bewertungen zu über einer Million Unternehmen macht kununu die Arbeitswelt transparenter und dadurch fairer. Was vor über zehn Jahren als Start-up in Wien begonnen hat, ist heute eine der wichtigsten Informationsplattformen für Jobsuchende geworden. Auf kununu sind Arbeitgeberbewertungen von Arbeitnehmern, Bewerbern und Azubis/Lehrlingen anonym und ohne Anmeldung für alle frei einsehbar. Darüber hinaus liefert der kununu Kulturkompass Insights zur gelebten Unternehmenskultur und Informationen zu den Gehältern. Zusätzlich bietet kununu Unternehmen vielseitige Möglichkeiten, die eigene Employer Brand zu präsentieren. So können Arbeitgeber die eigenen Stärken und Vorteile aktiv an Jobsuchende kommunizieren.

ANSPRECHPARTNER

Philipp Schulte

Leiter Markt- und Werbeforschung

RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG

Telefon: +49 40 23890-261

E-Mail: schulte@rms.de