

MARKE

Fressnapf



KPI

Ungestützte Werbeerinnerung: +21%

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Handel / E-Commerce

Fressnapf ködert Haustierhalterinnen und -halter mit „Preis-Kraller“-Angeboten

Erfolgreiche Radiokampagne für Angebotsaktion und App

„Krall Dir unsere tierisch günstigen Angebote!“ Mit dieser direkten Aufforderung war Europas Nummer Eins beim Heimtierbedarf im Sommer 2022 bundesweit on air. Beworben wurden zum einen wochenweise wechselnde „Preis-Kraller“-Angebote sowie durchgängig der fünf-prozentige „Friends-Rabatt“ mit der Fressnapf-App. Die interessante Botschaft für Herrchen und Frauchen wurde von einer freundlichen Frauenstimme verkündet. Eingerahmt waren die 20-Sekunden-Spots vom angenehm fröhlichen Fressnapf-Soundlogo.

CASE

Die Radio-Kampagne wurde forschersich mit einer bundesweiten Befragung von Personen zwischen 14 und 69 Jahren begleitet. Die Begleitforschung zeigt Uplifts in allen relevanten Bereichen. So konnte Fressnapf seine ungestützte Markenbekanntheit um 12 Prozent steigern, was einem Zuwachs um 3,28 Millionen Personen in der Zielgruppe entspricht. Die Werbeerinnerung stieg sogar um 21 Prozent. Die erfolgreiche Aktivierungsleistung der Kampagne zeigt sich gleich an mehreren Indikatoren. Zum einen gelangten 3,14 Millionen zusätzlich ins Relevant Set, d.h. für diese Personen kommt ein Einkauf bei Fressnapf bedingt durch die Radiowerbung in Frage. Darüber hinaus merkten die Hörerinnen und Hörer sich die beworbenen Vorteile wie den „Friends-Rabatt“. Und: Fressnapf konnte sich mit stets attraktiven Angeboten positionieren - ganze 6,82 Millionen merkten sich, dass Fressnapf wöchentlich wechselnde Angebote für Hunde, Katzen & Co. bietet.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radio-Kampagne von Fressnapf:

- Steigerung der ungestützten Bekanntheit um 12%
- Steigerung der ungestützten Werbeerinnerung um 21%
- Steigerung der Bekanntheit der Angebotsaktion um 39% („hat wöchentlich wechselnde Angebote“)

METHODIK/TOOL

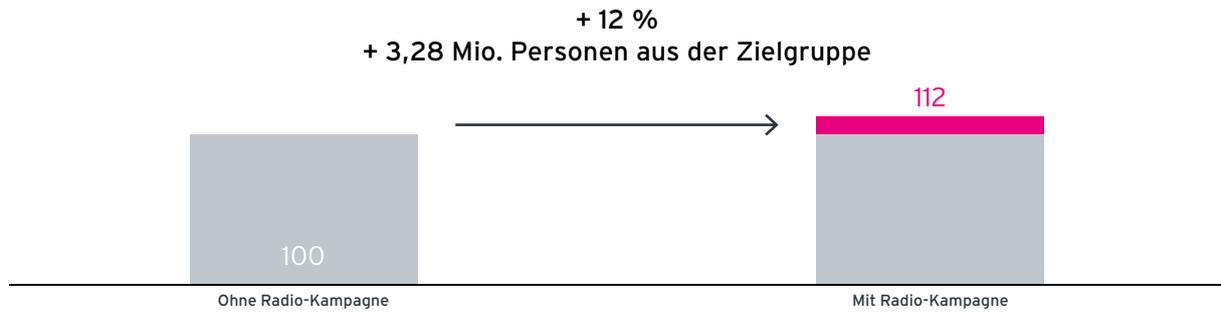
Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungs-Benchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radio-Kampagne eine Online-Befragung durchgeführt. Ergänzt um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

Zur Kampagne für Fressnapf wurden im Zeitraum vom 6. bis 10. August 2022 insgesamt 539 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war die Bonsai GmbH.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Markenbekanntheit

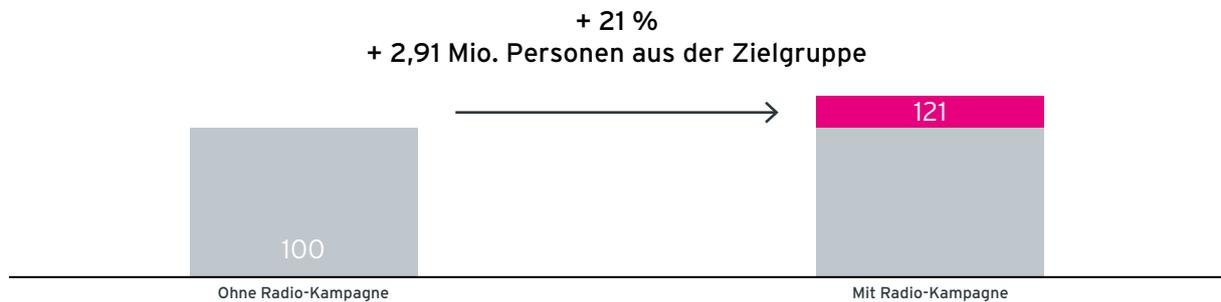
Welche Anbieter von Tiernahrung und Heimtierbedarf kennen Sie zumindest dem Namen nach?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100; Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 539 | repräsentativ für Personen 14-69, bundesweit

Ungestützte Werbeerinnerung

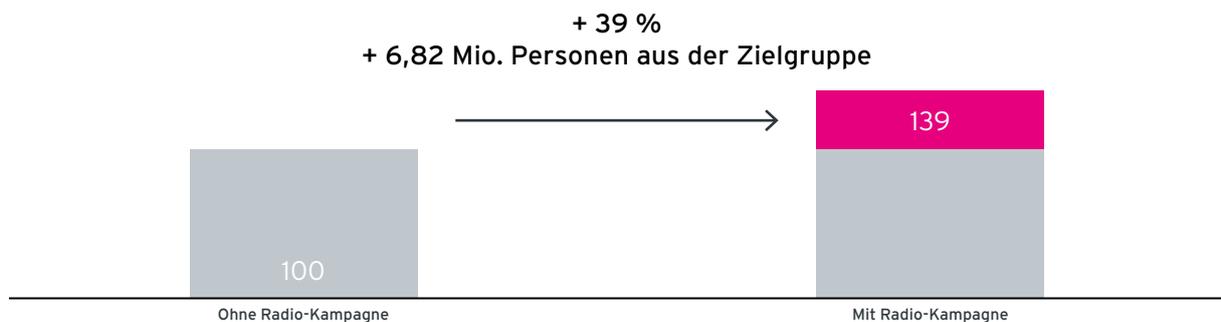
Für welche Anbieter von Tiernahrung und Heimtierbedarf haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100; Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 539 | repräsentativ für Personen 14-69, bundesweit

Image

„Fressnapf hat wöchentlich wechselnde Angebote“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100; Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 539 | repräsentativ für Personen 14-69, bundesweit

ÜBER DEN KUNDEN

Fressnapf ist Europas führender Anbieter von Heimtierbedarf. Der erste Markt wurde 1990 in Erkelenz in Nordrhein-Westfalen eröffnet, die Unternehmenszentrale befindet sich in Krefeld in NRW. Derzeit ist Fressnapf mit über 1.600 Märkten in elf Ländern in Europa vertreten und hat mehr als 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - und in der Zentrale in Krefeld auch 130 Bürohunde. Fressnapf bietet Tierfutter und -bedarf für Hunde, Katzen, Kleintiere, Vögel, Fische, Terrarientiere, aber auch für Wild- und Bauernhof-Tiere.

ANSPRECHPARTNERIN

Saskia Stork
Werbe- und Marktforschung
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69 15424-127
saskia.stork@ard-media.de