

MARKE

Ford



KPI

Gestützte Werbeerinnerung: +51 %

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Automotive

Klare Ansage an Autokäufer Ford gibt via Radio Lieferversprechen für Kuga Plug-in Hybrid

Wer umweltfreundlich unterwegs sein will, muss angesichts der aktuellen Lieferzeiten im PKW-Markt leider lange warten. Diese Situation spricht die Radiokampagne von Ford im Frühsommer 2022 direkt an und gibt neben dem Lieferversprechen für das laufende Kalenderjahr sogar eine Umweltbonus-Garantie. Die zupackende Stimme des Sprechers vermittelt Engagement, das Intro „Jetzt mal Klartext!“ signalisiert Transparenz und Glaubwürdigkeit. Und das Versprechen, noch 2022 in den neuen Kuga Plug-in Hybrid einsteigen zu können, hören Autofahrer selbstverständlich gern.

CASE

Die Radio-Kampagne wurde forschersich mit einer bundesweiten Befragung von Personen zwischen 30 und 59 Jahren begleitet. Die Erinnerung an Werbung für den Kuga lag bei Personen mit Kampagnenkontakt um beachtliche 51 Prozent höher als bei Personen ohne Kontakt. 1,48 Millionen konnten zudem als potenzielle Kunden gewonnen werden („PKW-Marke Ford kommt grundsätzlich infrage“), was einer Steigerung von 17 Prozent entspricht. Weiterhin konnten die verschiedenen Einzelinformationen des Angebots erfolgreich vermittelt werden. 2,08 Millionen zusätzlich merkten sich das Versprechen, dass der Kuga in 2022 auch wirklich ausgeliefert wird, und 2,78 Millionen erinnerten sich aufgrund des Radiospots an die Umweltbonus-Garantie.

Schlüssel für den Erfolg der Kampagne dürfte gewesen sein, dass die Qualitäten des Radios als Alltagsmedium geschickt genutzt wurden. Das für viele Autokäufer ärgerliche Problem langer Wartezeiten („Lieferzeiten für einen modernen Plug-in Hybrid - aktuell der Wahnsinn!“) wird aufgegriffen und die Lösung in Form von Lieferversprechen und Umweltbonus-Garantie direkt angeboten. So einfach kann es gehen!

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

- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 51 %
- Steigerung des Relevant Set um 17 %
- Verbesserung des Images um 60 % („bietet aktuell eine Umweltbonus-Garantie“)

METHODIK/TOOL

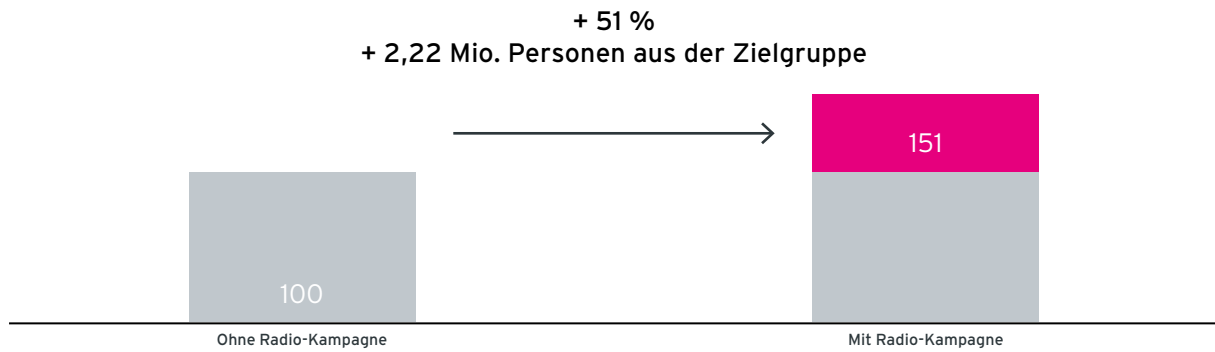
Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungs-Benchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radio-Kampagne eine Online-Befragung durchgeführt. Ergänzt um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

Zur Kampagne für Ford wurden im Zeitraum vom 3. bis 7. Juni 2022 insgesamt 533 Personen in der Altersspanne von 30 bis 59 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war die Bonsai GmbH.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Werbeerinnerung

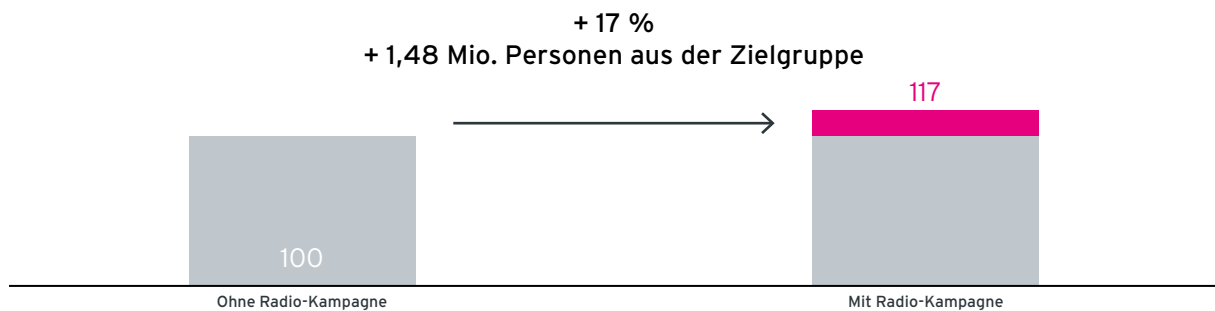
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für den Ford Kuga gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100; Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 533 | repräsentativ für Personen 30-59 Jahre

Relevant Set

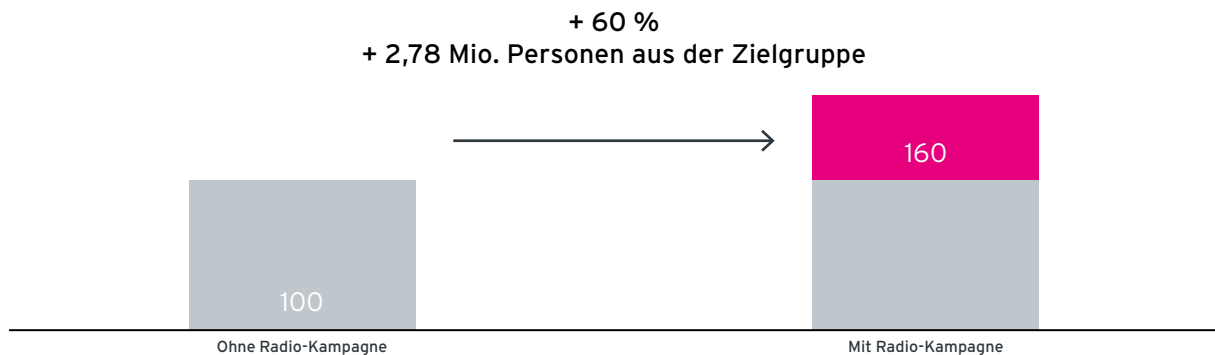
Kommt die PKW-Marke Ford für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100; Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 533 | repräsentativ für Personen 30-59 Jahre

Image

„bietet aktuell eine Umweltbonus-Garantie“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100; Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 533 | repräsentativ für Personen 30-59 Jahre

ÜBER DEN KUNDEN

Die Ford-Werke GmbH mit Sitz in Köln beschäftigt gegenwärtig rund 19.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus etwa 80 Nationen. Bereits 1925 wurde die deutsche Tochtergesellschaft des US-Herstellers in Berlin gegründet. 1930 verlagerte sich der deutsche Hauptsitz nach Köln und eröffnete 1931 seine Produktionsstätte in Köln-Niehl. Seitdem haben die Ford-Werke mehr als 47 Millionen Fahrzeuge produziert.

Neben den Produktionsstandorten in Köln-Niehl und Saarlouis ist auch das 1968 gegründete John-Andrews-Entwicklungszentrum in Köln-Merkenich als eines von europaweit nur zwei Ford-Entwicklungszentren Teil der Ford-Werke GmbH. Hinzukommt Aachen als weiterer Standort, wo sich seit 1995 das einzige Forschungszentrum von Ford in Europa befindet.

ANSPRECHPARTNERIN

Hans-Peter Gaßner
Werbe- und Marktforschung
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69 15424-137
hans-peter.gassner@ard-media.de