

MARKE

Hansano



KPI

Gestützte Werbeerinnerung: +25 %

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

FMCG

„Echt gut, wie der Norden“ Hansano gewinnt mit norddeutschem Humor neue Kunden

Jede Region hat ihre Besonderheiten, ihren eigenen Charme, ihren typischen Dialekt. So ist auch der Norden etwas Besonderes. Er bietet nicht nur viel flaches Land und Meer, sondern auch einzigartige Menschen mit ihrem eigenen Humor und Charakter. Diesen Humor und den typisch norddeutschen Dialekt nutzte Hansano in einer Radio-Kampagne, um in Norddeutschland für seine Milchprodukte zu werben. Die drei Spots vermitteln, wie gut Milch, Sahne und Quark von Hansano sind: „Echt gut, wie der Norden“.

CASE

Mit einer Befragung von Menschen zwischen 14 und 69 Jahren aus den norddeutschen Bundesländern Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern wurde die Kampagne von Hansano begleitet. Die Ergebnisse zeigen den Erfolg der Radiowerbung. Die humorvollen Spots haben die gestützte Bekanntheit von Hansano deutlich gesteigert, und zwar um 760 Tausend Personen. Für zusätzliche 870 Tausend Menschen kommt der Kauf von Produkten von Hansano wegen der Kampagne in Frage (+19 %). Auch das Image von Hansano konnte durch die Kampagne positiv beeinflusst werden: 1,06 Mio. Personen zusätzlich finden, dass Hansano für Qualität steht. 1,38 Mio. Personen sind aufgrund der Kampagne der Meinung, Hansano habe leckere Milchprodukte (+ 34 %), und 1,18 Mio. Menschen zusätzlich halten Hansano für typisch norddeutsch (+31 %).

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

- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 25 %
- Steigerung des Relevant Set um 19 %
- Verbesserung des Images um 34 % („hat leckere Milchprodukte“)

METHODIK/TOOL

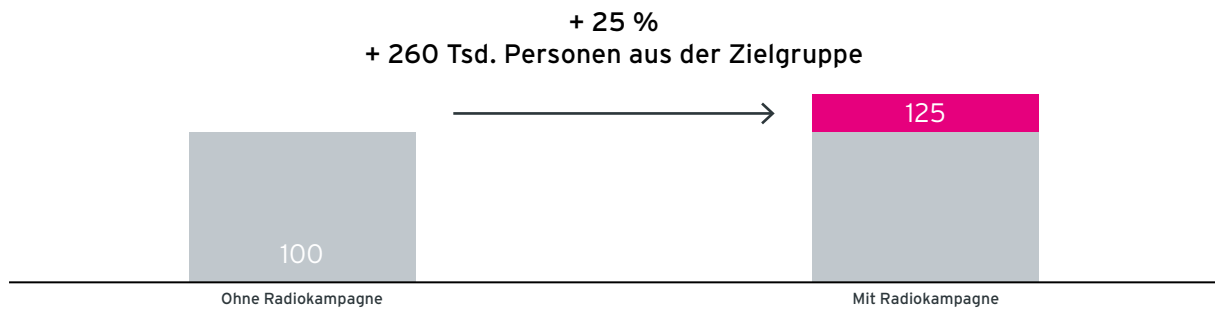
Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungs-Benchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radio-Kampagne eine Online-Befragung durchgeführt. Ergänzt um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

Zur Kampagne für Hansano wurden im Zeitraum vom 8. bis 11. Oktober 2022 insgesamt 544 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren aus den Bundesländern Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern online befragt. Durchführendes Institut war die Bonsai GmbH.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Werbeerinnerung

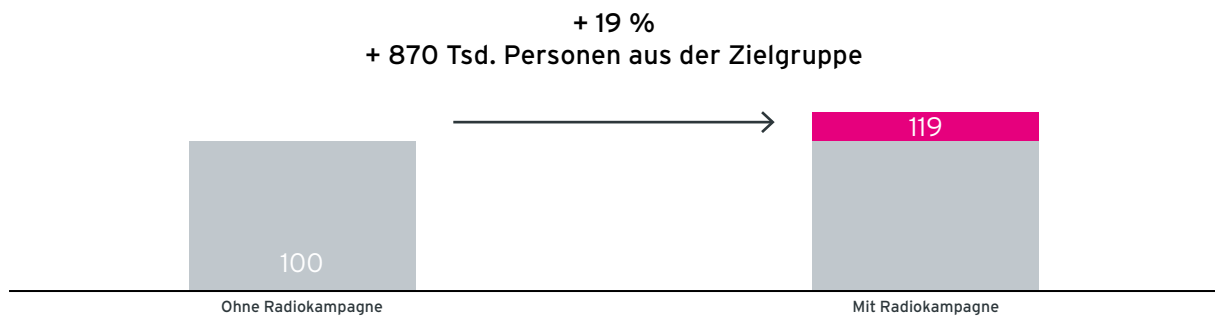
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für Hansano gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100
Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 544 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre aus Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern

Relevant Set

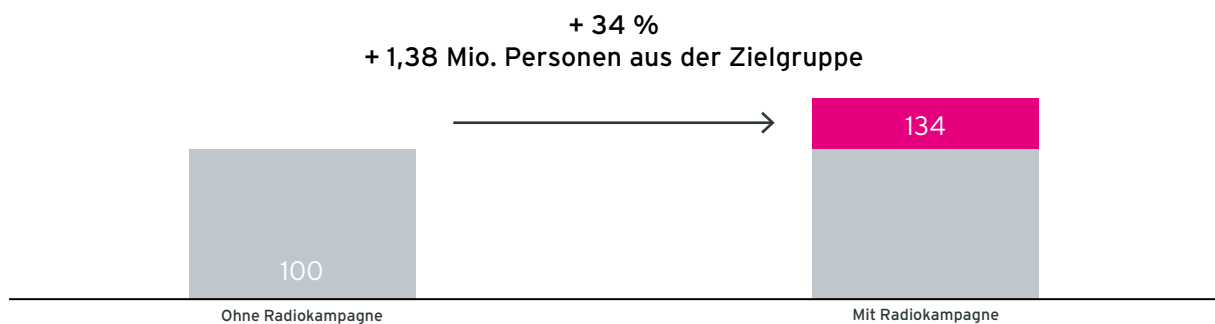
Käme der Kauf von Milchprodukten von Hansano für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100
Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 544 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre aus Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern

Image

„Hansano hat leckerere Milchprodukte“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100
Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 544 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre aus Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern

Über den Kunden

Arla Foods Deutschland ist Teil der europäischen Molkereigenossenschaft Arla und hierzulande u.a. mit starken Marken wie Arla Buko, Arla Skyr und Arla Kærgården und regional bspw. mit der Marke Hansano vertreten. In Deutschland gehört Arla Foods zu den Top Fünf der Molkereibranche und beschäftigt rund 1.650 Mitarbeiter in zwei großen Milchwerken und der Zentrale in Düsseldorf. Knapp 1.500 deutsche Genossenschaftsmitglieder, die Arla Landwirte, beliefern die Werke mit Milch. Die europäische Molkereigenossenschaft Arla mit Hauptsitz im dänischen Viby gehört den fast 9.000 Arla-Landwirtinnen und -Landwirten aus verschiedenen europäischen Ländern. Das Unternehmen mit ca. 20.000 Mitarbeitenden erwirtschaftete 2021 einen globalen Umsatz von 11,2 Mrd. Euro.

ANSPRECHPARTNER

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