

MARKE

freenet

freenet 

KPI

Ungestützte Markenbekanntheit: +20 %

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Weitere Branchen

MEGA EINFACH – EINFACH MEGA

freenet gibt mit Dieter Bohlen auf der Tonspur Gas

Dieter Bohlen zieht immer, auch im Radio. Der Pop-Titan ist für freenet auf vielen Kanälen präsent. Im Herbst 2022 warb er im Rahmen einer dreiwöchigen Kampagne für die aktuellen freenet-Angebote. In den ca. 30 Sekunden langen Spots promotete Bohlen in der ihm eigenen Art das Leistungsspektrum („alles inklusive“) und den Service („ganz einfach“) des Anbieters. Die insgesamt vier Motive verfehlten ihre Wirkung nicht und zauberten den Hörerinnen und Hörern sicher ein Schmunzeln ins Gesicht. Doch auch für freenet kann sich der Erfolg der Kampagne sehen lassen.

CASE

Die Kampagne von freenet wurde mit einer bundesweiten Befragung von Menschen zwischen 18 und 49 Jahren begleitet. Sie zeigt die starke Wirkung der Radiowerbung auf. Die ungestützte Bekanntheit von freenet wurde um 20 Prozent bzw. 280 Tausend Personen gesteigert. Bei 750 Tausend Menschen zusätzlich (+16 %) landete freenet infolge der Kampagne im Relevant Set, d.h. sie können sich vorstellen, einen Mobilfunk-/Internet-Vertrag bei dem Anbieter abzuschließen. 1,58 Millionen Personen hat die Kampagne das Portfolio von freenet vermittelt, nämlich „Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment“ (+17 %). Und selbst Details wie beispielsweise die Tauschprämie von mindestens 100 Euro wurden erinnert (+13 %, +450 Tausend).

Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von freenet:

- Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit um 20 Prozent
- Steigerung des Relevant Sets um 16 Prozent
- Verbesserung des Images um 17 Prozent („bietet Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Markenbekanntheit

Welche Mobilfunk-Marken/Internet-Anbieter kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?
Antwort: freenet



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 517 | repräsentativ für Personen 18-49 Jahre, bundesweit

Relevant Set

Käme der Abschluss eines Mobilfunk-/Internet-Vertrages bei freenet für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 517 | repräsentativ für Personen 18-49 Jahre, bundesweit

Image

„freenet bietet Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2022 | n = 517 | repräsentativ für Personen 18-49 Jahre, bundesweit

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 Radiokampagne 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 freenet wurden im Zeitraum vom 28. Oktober bis 1. November 2022 insgesamt 517 Personen in der Altersspanne von 18 bis 49 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

Die freenet AG bietet als Digital-Lifestyle-Provider Mobilfunk, Internet, TV-Entertainment und Energie sowie Services, Anwendungen und Geräte, die mit einem mobilen Endgerät verbunden beziehungsweise über ein intelligentes Gerät gesteuert oder genutzt werden können. Mit diesem Angebot gehört die freenet AG mit knapp 8.000 Mitarbeitenden und 8,8 Millionen Abonnenten zu den führenden Marktteilnehmern in Deutschland. Die unterschiedlichen Produktwelten und Dienstleistungen der freenet AG werden entlang der individuellen Kundenbedürfnisse durch ein Multi-Channel-Vertriebsnetz in Deutschland vermarktet. Im Fokus stehen die direkte Kundenbeziehung sowie direkt steuerbare Vertriebskanäle, zu denen rund 520 freenet Shops und etwa 40 GRAVIS Shops sowie diverse Online-Plattformen gehören.

ZUSTÄNDIGER REFERENT

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