

MARKE

Aral/Aral pulse



KPI

Gestützte Werbeerinnerung: + 29 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Automotive

Aufladen mit Radio: Aral pulse wirbt für E-Ladesäulen-Netz

E-Mobilität ist in Deutschland auf dem Vormarsch, denn für immer mehr Menschen fällt die Pkw-Wahl auf einen Hybrid- oder Elektro-Wagen. Bei dieser Entscheidung spielt für viele von ihnen auch die Anzahl öffentlicher Ladesäulen eine Rolle. Innerhalb dieser zunehmenden Relevanz des Themas hat Aral für ihr Aral pulse Ladenetz im Radio geworben. Zwei thematisch verschiedene Spots behandelten die große Anzahl an „ultraschnellen“ Ladesäulen von Aral pulse und die „ultrabequeme“ Bezahlmethodik über die meinAral App. Abgerundet wurden beide Spots durch den Slogan „So macht Alltag Fahrspaß“ und ein Soundlogo.

CASE

Die Kampagne von Aral wurde forschersich begleitet. Diese Untersuchung zeigt, dass die Kampagne Aral pulse als Ladestationen für Elektroautos bei 3,29 Mio. Menschen gestützt bekannt gemacht hat (+ 22 %). Darüber hinaus kommt aufgrund der Kampagne für 1,35 Mio. Menschen zusätzlich die Nutzung der Ladestationen von Aral pulse in Frage (+ 7 %). Ebenso hat die Kampagne erfolgreich vermittelt, dass Aral pulse mehr als 1.600 Ladepunkte für Elektroautos bietet (+ 3,74 Mio. Personen) und man bequem mit der meinAral App bezahlen kann (+ 3,98 Mio. Personen).

Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radio-Kampagne von Aral/Aral pulse:

- Steigerung der gestützten Markenbekanntheit von Aral pulse um 22 Prozent
- Steigerung des Relevant Set um 7 Prozent
- Verbesserung des Images um 35 Prozent („bietet mit Aral pulse über 1.600 Ladepunkte für Elektroautos“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Markenbekanntheit

Kennen Sie Aral pulse, die Ladestationen für Elektroautos von Aral, wenn auch nur dem Namen nach?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 538 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

Gestützte Werbeerinnerung

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



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 538 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

Image

„Aral bietet mit Aral pulse über 1.600 Ladepunkte für Elektroautos“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 538 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

METHODIK/TOOL

Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungsbenchmarks 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 Aral wurden im Zeitraum vom 6. bis 10. Oktober 2023 insgesamt 538 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

Mit rund 2.400 Tankstellen ist Aral die Nr. 1 in Deutschland, dem wichtigsten europäischen Tankstellenmarkt. Seit 2002 ist Aral die Tankstellenmarke der bp in Deutschland. Außerdem gehört Aral mit der E-Mobilitätsmarke „Aral pulse“ zu dem größten Anbieter von öffentlich zugänglichen ultraschnellen Ladestationen in Deutschland und wurde erst kürzlich als Testsieger zum „besten Schnellladeanbieter“ von connect ermittelt.

ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

Saskia Stork
Werbeforschung & Medienforschung Audio
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 069 15 42 4-127
E-Mail: saskia.stork@ard-media.de