

MARKE

MediaMarktSaturn



KPI

Image: + 42 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Handel

„Gemacht für Euch!“ MediaMarktSaturn bewirbt Eigenmarken exklusiv im Radio

MediaMarkt und Saturn kennt jedes Kind. Die Eigenmarken der beiden großen Elektrofachmärkte sind aber selbst vielen Erwachsenen nicht ohne Weiteres geläufig. Ein guter Grund also für KOENIC, PEAQ, ok. und ISY, so heißen die Eigenmarken nämlich, die Werbetrommel zu schlagen. MediaMarktSaturn tat dies exklusiv im Radio, getragen von der Überzeugung, dass dieser Kanal solch spezifische Markenbotschaften effektiv transportieren kann.

CASE

Der Plan ging auf, wie die im Anschluss an die Kampagne durchgeführte Begleitforschung zeigt. 1,38 Millionen Personen zusätzlich haben mitgenommen, dass sie bei MediaMarktSaturn die oben genannten Eigenmarken finden (+ 22 %). 2,22 Millionen Menschen haben den Eigenmarken-Slogan „Gemacht für Euch!“ gelernt (+ 60 %). Und 2,84 Millionen Personen zusätzlich erinnerten sich, dass die Eigenmarken für „attraktives Design, verlässliche Performance und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis“ stehen (+ 42 %). Auch das Relevant Set profitierte von der Kampagne: Für 2,38 Millionen Menschen zusätzlich kam der Kauf von Elektro- oder Haushaltsgeräten bei MediaMarktSaturn infrage (+ 16 %). Darüber hinaus erfuhr die ungestützte Markenbekanntheit eine Steigerung um 11 Prozent, was 1,97 Millionen Personen entspricht.

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

- Verbesserung des Images um 42 Prozent („Die Eigenmarken stehen für attraktives Design, verlässliche Performance und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis“)
- Steigerung des Relevant Set um 16 Prozent
- Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit um 11 Prozent

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Markenbekanntheit

Welche Elektrofachmärkte bzw. Onlineshops für Elektro- und Haushaltsgeräte kennen Sie zumindest dem Namen nach? Antwort: MediaMarktSaturn



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 534 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, Saarland, RP, Hessen, Bayern, BaWü

Relevant Set

Käme der Kauf von Elektro- oder Haushaltsgeräten bei MediaMarktSaturn für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 534 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, Saarland, RP, Hessen, Bayern, BaWü

Image

„Die Eigenmarken stehen für attraktives Design, verlässliche Performance und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 534 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, Saarland, RP, Hessen, Bayern, BaWü

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 MediaMarktSaturn wurden im Zeitraum vom 22.-26.06.2023 insgesamt 534 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren im Saarland sowie in Rheinland-Pfalz, Hessen, Bayern und Baden-Württemberg online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

Die MediaMarktSaturn Retail Group ist Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Zum Unternehmen zählen die Kernmarken MediaMarkt und Saturn, die ihre rund 1.000 stationären Märkte in 11 europäischen Ländern umfassend mit Online-Vertriebsplattformen vernetzen und dabei in acht europäischen Ländern die Marktposition 1 oder 2 besetzen. Die Eigenmarken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. Mit 2,2 Milliarden Kundenkontakten pro Jahr über alle Kanäle hinweg verfügt der Elektronikhändler über eine enorme Reichweite.

ZUSTÄNDIGER REFERENT

Hans-Peter Gaßner
Werbeforschung & Medienforschung Audio
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69/15424-137
E-Mail: hans-peter.gassner@ard-media.de