

MARKE

---

Velux



KPI

---

Ungestützte Werbeerinnerung: + 42 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

---

Brand Effekt

BRANCHE

---

Weitere Branchen

# Mit Velux durch den Sommer: Radio- kampagne wirbt für Hitzeschutz

Infolge des Klimawandels bleiben auch in Deutschland besonders heiße Sommertage nicht aus. Für viele bedeuten solche heißen Außentemperaturen auch warme Innen- und Wohnräume, insbesondere in Dachgeschosswohnungen. Velux hat daher im Sommer für seine Hitzeschutz-Markise für Dachfenster im Radio geworben. Der Spot informierte über das 100€-Cashback-Angebot für Hitzeschutz-Markisen von Velux für alle diejenigen, die „keine Lust auf ein überhitztes Dachgeschoss“ haben.

Die Begleitforschung zur Radiokampagne zeigt, dass Velux als Marke für Dachfenster/-Rollläden/-Markisen aufgrund der Kampagne seine gestützte Markenbekanntheit um 4,06 Mio. Personen steigern konnte (+ 9 %). Die Kampagne scheint außerdem einen Nerv zu treffen: Für 3,54 Mio. Personen zusätzlich kommt der Kauf eines Produktes von Velux in Frage (+ 15 %). Darüber hinaus wurde erfolgreich vermittelt, dass Velux Produkte zur Verdunkelung sowie zum Hitze- und Sonnenschutz anbietet (+ 5,69 Mio. Personen; + 5,33 Mio. Personen) und damit gegen ein überhitztes Dachgeschoss im Sommer hilft (+ 5,17 Mio. Personen).

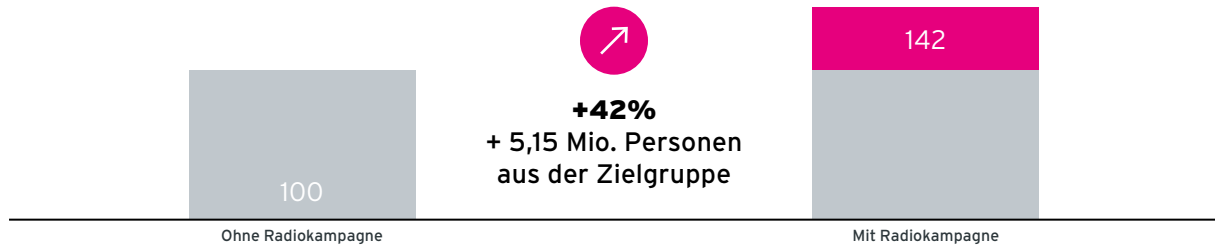
## Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radio-Kampagne von Velux:

- Steigerung der ungestützten Werbeerinnerung um 42 Prozent
- Steigerung des Relevant Set um 15 Prozent
- Verbesserung des Images um 19 Prozent („hilft gegen ein überhitztes Dachgeschoss im Sommer“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

## Ungestützte Werbeerinnerung

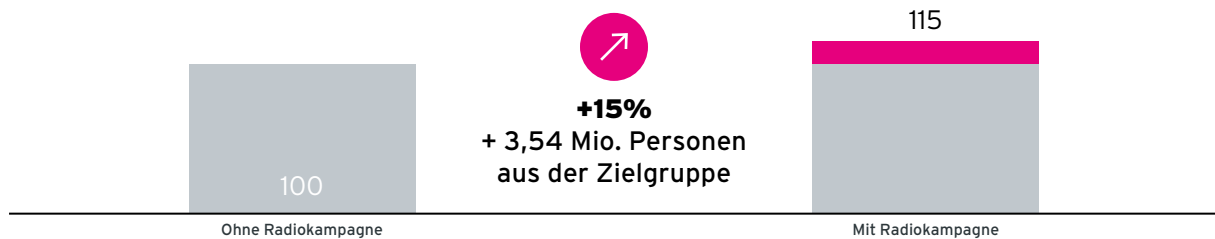
Für welche Marken für Dachfenster/-Rollläden/-Markisen haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen? Antwort: Velux



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 512 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

## Relevant Set

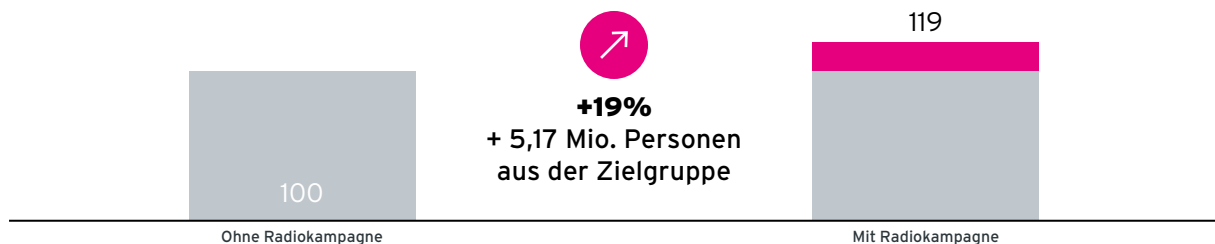
Käme der Kauf eines Produktes von Velux für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 512 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

## Image

„Velux hilft gegen ein überhitztes Dachgeschoss im Sommer“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 512 | 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 Velux wurden im Zeitraum vom 9. bis 14. August 2023 insgesamt 512 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

## ÜBER DEN KUNDEN

---

Velux ist ein international bekannter Hersteller von Dachfenstern sowie von Sonnenschutzprodukten, Rollläden, Smart Home- und Oberlichtsystemen. Der Name „Velux“ steht für frische Luft (Ventilation = VE) und Tageslicht (LUX). Velux beschäftigt ca. 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit, etwa 1.000 davon in Deutschland. In 9 Ländern hat Velux 16 Produktionsstandorte.

## ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

---

**Saskia Stork**  
Werbeforschung & Medienforschung Audio  
ARD MEDIA GmbH  
Telefon: +49 69/15424-127  
E-Mail: saskia.stork@ard-media.de