

MARKE

Vaillant



KPI

Ungestützte Markenbekanntheit: + 21 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Sonstige Branche

Benefits mit Radio - Vaillant wirbt für den „SoVorteil“

Wenn die Außentemperaturen sinken, ist es für viele an der Zeit, die Heizung wieder anzuschalten. Wer im Herbst 2023 im Zuge dessen über die Anschaffung einer neuen Heizung nachdachte, konnte dabei nicht nur von staatlicher Förderung, sondern bei Vaillant auch vom „SoVorteil“ profitieren. Mit diesem sofortigen Vorteil von Vaillant gab es beim Heizungstausch nämlich zusätzlich zur staatlichen Förderung 500 €. Für diesen „SoVorteil“ hat Vaillant zur Saison passend im Oktober und November im Radio geworben.

CASE

Die Forschung zur Radiokampagne zeigt, dass die Benefits des „SoVorteils“ von Vaillant erfolgreich vermittelt wurden. Auf Grund der Kampagne erinnern sich 1,52 Mio. Menschen zusätzlich daran, dass man mit dem „SoVorteil“ 500 € beim Heizungstausch erhält (+ 22 %). Für 1,24 Mio. Menschen zusätzlich kommt der Kauf einer Heizung bzw. eines Heizsystems bei Vaillant durch die Kampagne infrage (+ 8 %). Außerdem hat die Kampagne die ungestützte Bekanntheit von Vaillant um 21 Prozent erhöht (+ 2,03 Mio. Personen) und vermittelt, dass Vaillant für innovative Heiztechnik (+ 2,78 Mio. Personen) und technologischen Fortschritt steht (+ 2,68 Mio. Personen).

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

- Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit um 21 Prozent
- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 39 Prozent
- Verbesserung im Image um 19 Prozent („steht für innovative Heiztechnik“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Markenbekanntheit

Welche Hersteller von Heizungen und Heizsystemen kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Antwort: Vaillant



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 540 | repräsentativ für Personen 30-59 Jahre, bundesweit

Gestützte Werbeerinnerung

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



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 540 | repräsentativ für Personen 30-59 Jahre, bundesweit

Image

„Vaillant steht für innovative Heiztechnik“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 540 | repräsentativ für Personen 30-59 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 Vaillant wurden im Zeitraum vom 10. bis 14. November 2023 insgesamt 540 Personen in der Altersspanne von 30 bis 59 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

Als internationales Familienunternehmen mit Hauptsitz in Remscheid gehört Vaillant zu den Markt- und Technologieführern der Branche. Mit energiesparenden und umweltschonenden Systemen für Heizen, Lüften und warmes Wasser sowie dem Fokus auf erneuerbare Energien übernimmt Vaillant Verantwortung für die Zukunft - für Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeiter. Vaillant bietet Produkte, die mit Qualität überzeugen und die mit ihrer konsequenten Ausrichtung auf erneuerbare Energien einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Der Unternehmenserfolg ist untrennbar mit der Verantwortung und Verpflichtung gegenüber künftigen Generationen verbunden.

ANSPRECHPARTNER

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