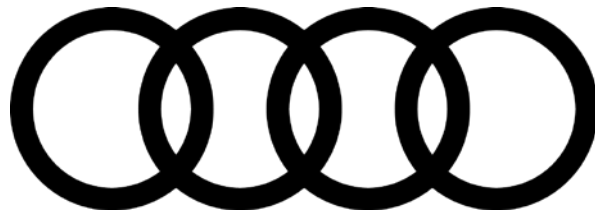


MARKE

Audi



KPI

Mentaler Marktanteil mit Audio only: +9,1%

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Automotive

Starke Performance: Audi gewinnt mentale Marktanteile durch Audiokampagne

Mit seinem performancestarken Audiospot für den Audi Q4 e-tron wechselte der Premiumhersteller Audi auf die Überholspur und punktete bei der mentalen Verfügbarkeit in seiner Zielgruppe. Die Brand Lift Studie belegt den Erfolg der Audiokampagne mit einem Plus von 9,1 Prozent beim mentalen Marktanteil - allein durch den Spot.

CASE

„Vorsprung durch Technik“ heißt der Claim von Audi. Und einen deutlichen Vorteil durch Audio gewann Audi als Premiummarke in den Köpfen seiner Zielgruppe. Durch den aufmerksamkeitsstarken und unigen Audiospot, dessen Wirkungskraft im Vorfeld mit dem Werbemitteltest Audio.Analyzer bescheinigt wurde, konnte Audi seinen mentalen Marktanteil deutlich ausbauen. Das belegen u.a. auch die Ergebnisse der Brand Lift Studie. Alle KPIs des Brand Funnels wurden maßgeblich durch die Audiokampagne signifikant erhöht und positiv ausgebaut. So sorgte die Audiokampagne für eine Erhöhung der Brand Awareness von Audi als Premiumanbieter und mehr Aufmerksamkeit für den Audi Q4 e-tron.

KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

Mentale Reichweite von Audi als Premiummarke dank Audio erhöht

Bei Befragten ohne Recognition mit der Kampagne liegt der Wert der mentalen Reichweite bei 92,5 Prozent, das bedeutet, dass mindestens eine Assoziation mit Audi als Premiummarke in Verbindung gebracht wird. In der Gruppe mit ausschließlicher Erinnerung an die Audiowerbung liegt die mentale Reichweite bereits bei 97,7 Prozent (ein Plus von 5,6 %). Auch in den Audio-Mix-Varianten mit Online Video und mit Online Video plus Online Display ist die mentale Reichweite für Audi um 3,8 Prozent bzw. 4,1 Prozent höher im Vergleich zu Personen ohne Werbemittelerinnerung.

Audiowerbung steigert die Anzahl relevanter Markenassoziationen

Mit Erinnerung an die Audiowerbung wird auch die Anzahl der für die Kategorie der Premiumanbieter relevanten Markenassoziationen mit Audi deutlich erhöht. Liegt der Wert in der Gruppe ohne Werbemittelerinnerung bei 9,2 Assoziationen, kann die Audiowerbung allein diesen Wert um drei Assoziationen auf 12,2 erhöhen.

Ausbau des mentalen Marktanteils von Audi durch die Audiokampagne

Audio macht Audi als Premiummarke mental verfügbarer: Der mentale Marktanteil bei Personen, die sich nur an den Audiospot erinnerten, ist um 9,1 Prozent höher gegenüber den Befragten ohne Kampagnenerinnerung. Bei Personen mit Recognition aller Werbemittel der Audi Kampagne ist der Effekt sogar noch stärker: Die Kombination von Audio plus Online Video und Online Display generiert einen mentalen Marktanteil von 26,7 Prozent, das ist gegenüber der Gruppe ohne Recognition ein Plus von 10,3 Prozent.

TESTDESIGN

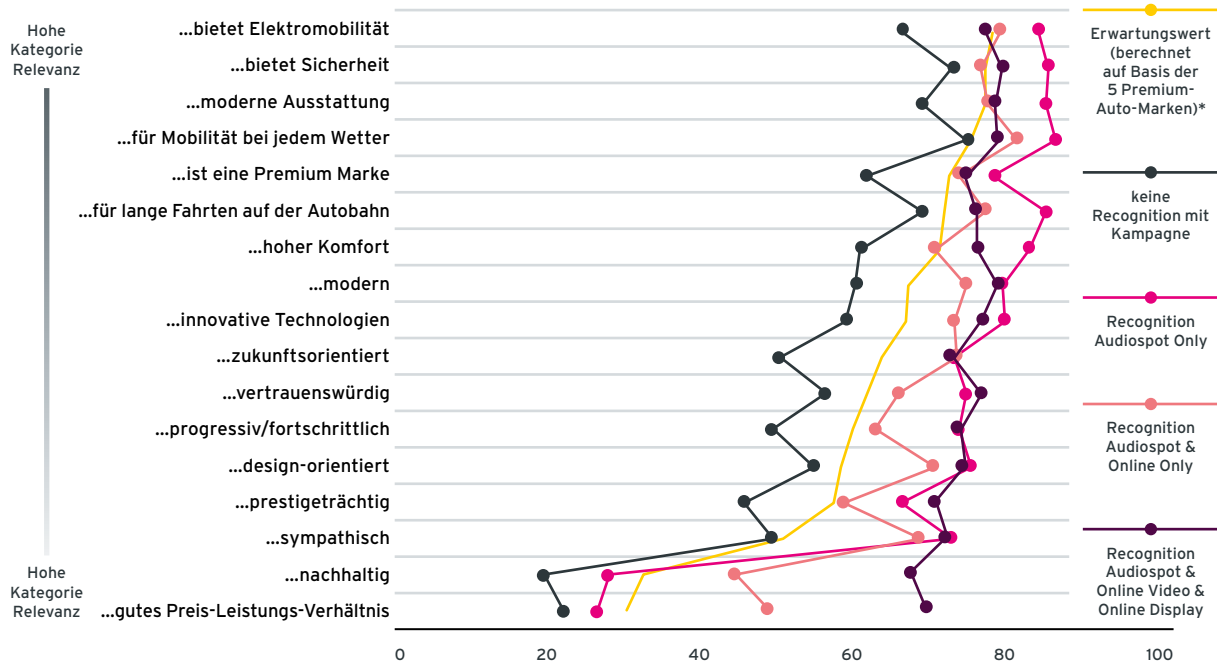
Kampagnenbegleitende Brand Lift Studie beweist erfolgreiche Performance

Mittels einer repräsentativen CAWI-Erhebung wies Bonsai Research aus Bremen den Erfolg der Kampagne aus dem Herbst 2023 nach. Personen im Alter 30-59 Jahre, mit persönlichem Einkommen ≥ 3.000 Euro in Deutschland wurden bundesweit vom 23. bis 28.11.2023 befragt. In der Erhebung wurden mehrere Werbemittel der Mediamix-Kampagne (Audiospot, Online Video, Online Display) berücksichtigt.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

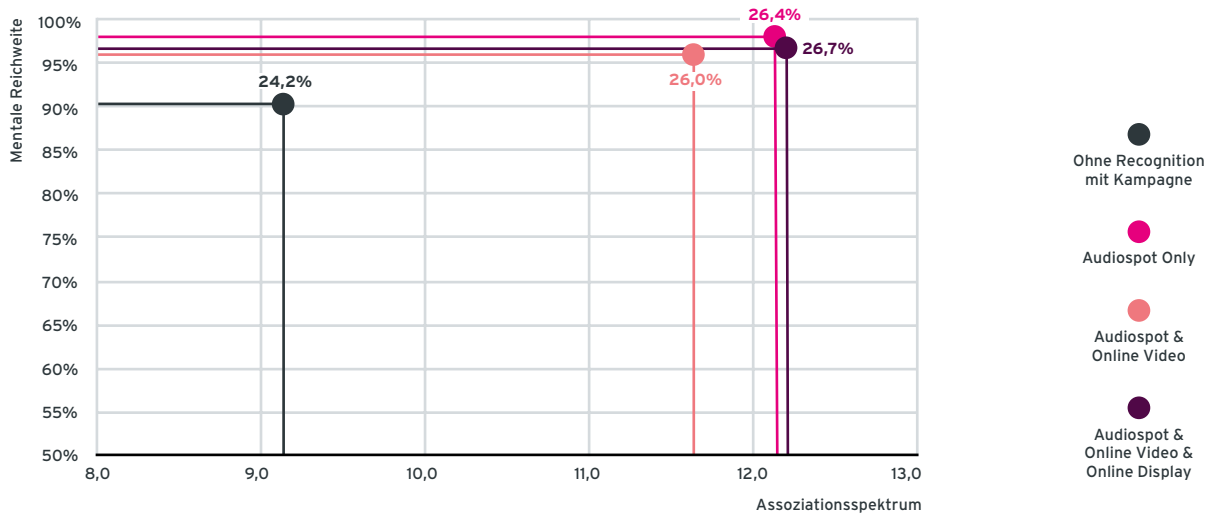
Markenprofil von Audi nach Recognition-Gruppen

Starker Einfluss durch die Kampagne, Audio ist hier wichtigster Treiber für das Brand Building, insbesondere für die aus Konsumentensicht wichtigen Eigenschaften einer Premiummarke



Quelle: Bonsai Research, Basis: Gesamt gewichtet n=2.565 Befragte, Alter 30-59 Jahre, mit persönlichem Einkommen ≥ 3.000 Euro, in Deutschland Frage: „Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf die einzelnen Automarken aus dem Premiumsegment besonders zu?“ - Items sortiert nach Relevanz in der Kategorie (berechnet auf Basis der Werte für die 5 Premium-Marken Audi, BMW, Mercedes, Polestar, Lexus) | *Erwartungswerte auf Basis der Kategorie, berechnet über die 5 Premium-Marken Audi, BMW, Mercedes, Polestar, Lexus, Angaben in %

Deutlicher Ausbau des mentalen Marktanteils für Audi durch Audio



Quelle: Bonsai Research, Basis: Gesamt gewichtet n=2.565 Befragte, Alter 30-59 Jahre, mit persönlichem Einkommen ≥ 3.000 Euro, in Deutschland

ÜBER DEN KUNDEN

Die AUDI AG steht für sportliche Fahrzeuge, hochwertige Verarbeitung und progressives Design - für „Vorsprung durch Technik“. Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen im Premiumsegment. Um die Transformation in ein neues Mobilitätszeitalter maßgeblich mitzugestalten, setzt das Unternehmen Schritt für Schritt seine Strategie um.

ANSPRECHPARTNERIN

Michela Vödisch-Lo
Werbe- und Marktforschung RMS
Telefon: +49 40 23890-265
E-Mail: voedisch-lo@rms.de