



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für MG Motor
2021

MG Motor

Comeback im Radio: MG ist zurück

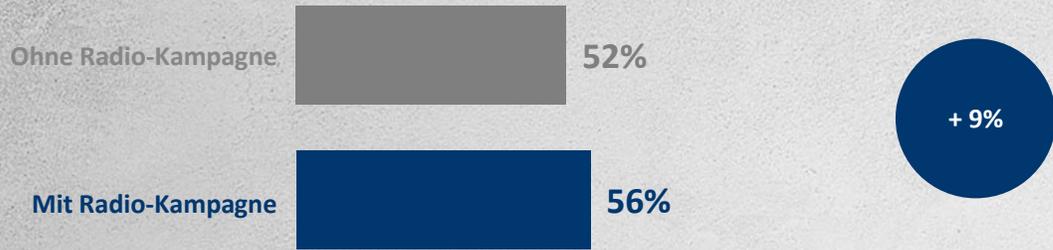
Der chinesische Autoriese SAIC hat die britische Traditionsmarke MG wiederbelebt und möchte die Marke nun auch wieder auf dem deutschen Markt etablieren.

Daher war MG Motor von Anfang Mai bis Ende Juni nach längerer Zeit wieder im Radio aktiv; die teilnationale Kampagne lief mit einem Werbedruck von 296 GRP. Unter dem Motto „*Elektrisierend anders*“ setzte man auf die starke Reichweite des Mediums.

Eine begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) bekräftigt diese Entscheidung:

Die Kampagne steigerte die Markenbekanntheit von MG Motor auf Anhieb um 9 Prozent. Ebenso stieg die Werbeerinnerung um ordentliche 13 Prozent. Weiterhin erfreulich für den Kunden ist die steigende Anzahl an Kaufinteressenten unter den Befragten. So kommt die Marke nach der Kampagne für deutlich mehr Personen in Frage als noch vor der Kampagne.

Radio wirkt – Werbeeffekte für MG Motor



▪ Erfolgreiches Branding

Die gestützte Markenbekanntheit konnte mithilfe der Kampagne um 9 Prozent gesteigert werden, das entspricht 1,9 Millionen Personen aus der Zielgruppe.



▪ Werbung bleibt im Kopf

Die Erinnerung an Werbung der Marke MG stieg um 13% an.



▪ Markenverständnis wird gestärkt

Die Zustimmung zur Aussage „MG macht das elektrische Fahren für jeden zugänglich“ konnte um 36% gesteigert werden.

Quelle: KARA 2021; n=504; repräsentativ für E18-69, Schleswig-Holstein / Hamburg / Niedersachsen / NRW / BaWü / Bayern / Berlin / Brandenburg

Ihr Ansprechpartner



Michael Ofenloch

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

michael.ofenloch@ard-werbung.de

