



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für markilux
2021

markilux

Premium-Qualität kommt im Radio zur Geltung

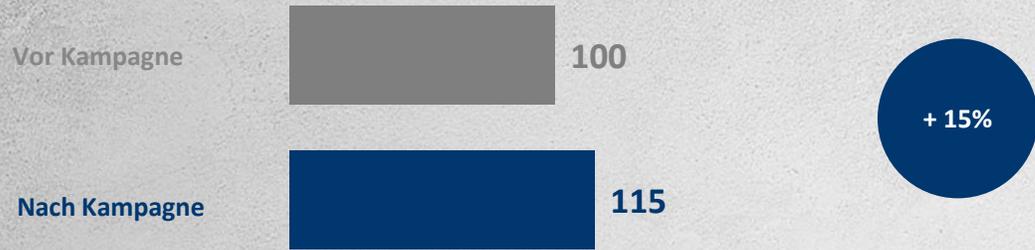
markilux gehört zu den führenden Marken für hochwertige Markisen in Deutschland. Um bestehende Kunden anzusprechen und neue Kunden zu gewinnen, setzte das Unternehmen im April und Mai 2021 auf die Aktivierungskraft des Mediums Radio.

Die Spots füllen den Slogan „Die Beste unter der Sonne“ mit Leben und weisen auf die Vorzüge hin, mit der markilux andere Markisen sozusagen in den Schatten stellt. So sind die Produkte „Made in Germany“ und mit zahlreichen Designpreisen ausgezeichnet.

Eine begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) zeigt über alle KPIs hinweg positive Effekte. markilux steigerte Markenbekanntheit und Werbeerinnerung und konnte zudem bei vielen Menschen die Absicht wecken, eine Markise von markilux zu kaufen.

Ebenfalls erfreulich ist das verbesserte Markenverständnis. Nach Ablauf der Kampagne verknüpften mehr Befragte die Marke mit Attributen wie „hohe Qualität“ oder „Markisen nach Maß“. Zudem wurde die Verbindung zu „Made in Germany“ und dem Slogan „Die Beste unter der Sonne“ gestärkt.

Radio wirkt – Werbeeffekte für markilux



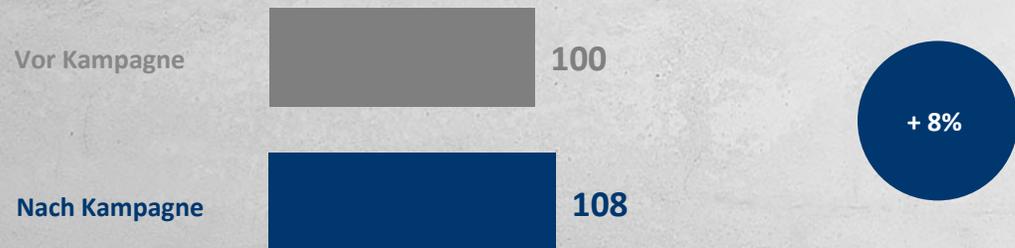
▪ **Starke Effekte: Markenbekanntheit**

Die Bekanntheit der Marke konnte mithilfe der Radiokampagne um 15 Prozent gesteigert werden.



▪ **Werbung bleibt im Kopf**

Die Spoterinnerung stieg um 50%.
Dies entspricht einem Zuwachs von 3,5 Mio. Menschen in der Zielgruppe.



▪ **Steigerung der Kaufabsicht**

Die Radiokampagne konnte rund 0,7 Millionen zusätzliche Interessenten generieren, für die der Kauf von markilux-Markisen in Frage kommt.

Darstellung als Index; Ausgangswert = 100
Quelle: KARA 2021; n=525; repräsentativ für E30-59, bundesweit

Ihr Ansprechpartner



Michael Ofenloch

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

michael.ofenloch@ard-werbung.de

