

LEGRAND - SMART HOME VOM WELTMARKTFÜHRER IM SCHALTER- BEREICH

Wer kennt das nicht: man ist unterwegs mit dem Auto oder Zug und fragt sich, ob zuhause die Rollläden geschlossen sind und das Licht auch wirklich aus ist. Eine Situation, in der die Steuerung der häuslichen Infrastruktur über Smart Home mehr als nützlich ist. Die Radiokampagne von Legrand, dem Spezialisten für elektrische und digitale Gebäudeinfrastrukturen, setzte genau dort an. On air war sie kurz vor Weihnachten, wo man auf dem Weg zum Fest mit der Familie sicher sein möchte, dass zuhause alles in Ordnung ist. Umgesetzt als humorvoller Dialog zwischen einem Pärchen auf dem Weg zum Weihnachtsfest, zielte die Kampagne darauf ab, die Marke Legrand als Experten für Smart Home bekannt zu machen. Die zentrale Botschaft dabei „Steuer Dein Zuhause intuitiv mit den vielseitigen und einfach bedienbaren Smart Home-Lösungen von Legrand.“

Forscherisch begleitet wurde der vierwöchige, teilmultinationale Flight mit dem KARA-Tool. Im Fokus stand dabei die Zielgruppe im Alter von 30 bis 69 Jahren. Die Begleitforschung zeigte die Erfolge der Kampagne deutlich auf:

- Steigerung der gestützten Markenbekanntheit von Legrand um 23%
- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 13%
- Vergrößerung des Relevant Set um 13% („Legrand kommt in Frage“)



Marke: Legrand
KPI: Gestützte Marken-
bekanntheit +23%
Modul: Brand Effekt
Branche: Smart Home

METHODIK/TOOL

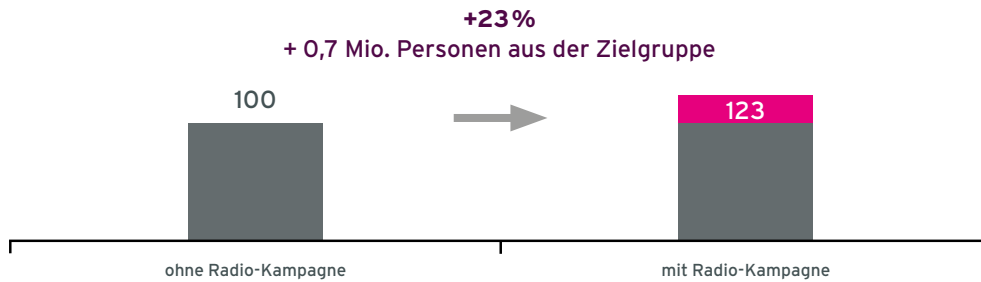
Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik (KARA = Kampagnenanalyse Radio). KARA belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungsbenchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radio-Kampagne eine Online-Befragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte der ma Audio sowie um umfangreiche Benchmarks lässt sich die Kampagnenwirkung quantifizieren und einordnen.

Zur Kampagne von Legrand wurden im Zeitraum vom 15. bis 19. Dezember 2021 insgesamt 539 Personen in der Altersspanne von 30 bis 69 Jahren in NRW, Bayern, Baden-Württemberg, Hessen, Saarland, Berlin und Hamburg online befragt. Durchführendes Institut war die Bonsai GmbH.

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Markenbekanntheit

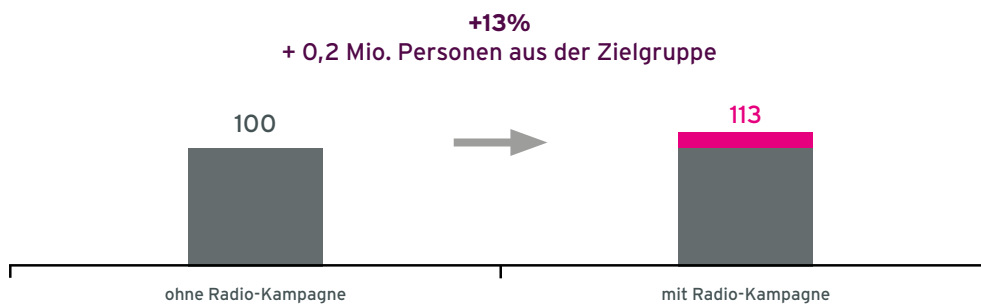
Kennen Sie die Marke Legrand, wenn auch nur dem Namen nach?



Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=539; repräsentativ für E30-69, teilnational

Gestützte Werbeerinnerung

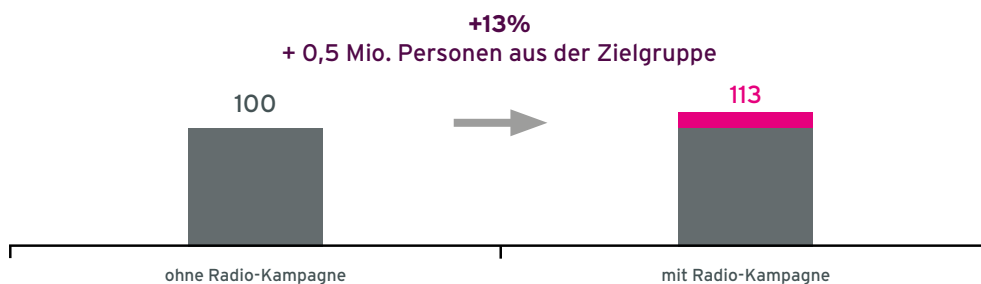
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für Legrand gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=539; repräsentativ für E30-69, teilnational

Relevant Set

Wenn Sie an die Anschaffung von Produkten der Elektroinstallation oder an Smart Home denken: Käme Legrand dabei für Sie in Frage?



Darstellung als Index: Ausgangswert=100 / Quelle: KARA 2021; n=539; repräsentativ für E30-69, teilnational

ÜBER DEN KUNDEN

Die Legrand GmbH ist Teil der Legrand Group. Gegründet 1860 in Limoges, Frankreich, bietet das Unternehmen einfache, innovative und wertschöpfende Produkte und Systeme aus dem Bereich der elektrischen und digitalen Gebäudeinstallation. Ausgelegt sind die Produkte auf die Märkte Wohnbau, Handel und Gewerbe sowie Industrie.

Zu der Legrand Gruppe gehören mittlerweile etwa 60 Marken von denen sieben in Deutschland vertrieben werden. Darunter fallen zum Beispiel Bticino, Cablofil oder Netatmo.

Heute beschäftigt das Unternehmen ungefähr 39.000 Mitarbeiter, verzeichnet Niederlassungen in fast 90 Ländern und vermarktet seine Produkte auf allen Kontinenten in fast 180 Ländern.

ANSPRECHPARTNER



HANS-PETER GASSNER
Werbe- und Marktforschung
ARD MEDIA GmbH

Telefon: +49 69 15 424 137

E-Mail: hans-peter.gassner@ard-media.de