

## MIT RADIO ERFOLGREICH ZUR STEINSCHLAGREPARATUR

„Manche Dinge möchte man schnell hinter sich bringen, die Beseitigung von Stein-  
schlägen gehört auch dazu“, heißt es im Radio-Spot von junited AUTOGLAS. Denn ein  
Riss in der Frontscheibe kommt für die meisten Autofahrer immer zu einem ungüns-  
tigen Zeitpunkt. junited AUTOGLAS hat in seiner Sommer-Kampagne 2021 damit  
geworben, in dieser Bedarfssituation als schneller und unkomplizierter Servicepartner  
zur Seite zu stehen. Der Spot sprach gezielt die Vorteile eines Besuchs bei junited  
AUTOGLAS an.

Die Radiokampagne wurde mittels Brand Effekt untersucht, um die Werbewirkung für  
die Marke zu analysieren. Die Ergebnisse der Studie zeigen eindeutig, welche positive  
Wirkung die Kampagne erzielen konnte. So führte das Radio-Engagement zu einem  
stetigen Anstieg der relevanten kognitiven Werbewirkungsindikatoren.

**junited**AUTOGLAS



**Marke:** junited AUTOGLAS

**KPI:** Bekanntheit, Werbe-  
erinnerung, Relevant Set,  
Image & Verständnis

**Modul:** Brand Effekt

**Branche:** Pkw

## CASE

Mit einer breit angelegten Radiokampagne von Anfang Juni bis Ende Juli 2021 bewarb juned AUTOGLAS die schnelle (und für Kasko-Versicherte meist kostenlose) Steinschlagreparatur. Ziel der Kampagne war es, die Marke nachhaltig über das reichweitenstarke Medium bei der Zielgruppe der Fahrzeughalter zu platzieren.

Die Wirkung wurde mittels einer Brand-Effekt-Studie untersucht. Dazu wurden bundesweit 1.000 Pkw-Besitzer mit Führerschein im Alter von 18 bis 69 Jahren befragt.

### **Brand Effekt - Das Instrument**

Brand Effekt analysiert die Wirkung der Radiokampagne auf Werbeerinnerung, Bekanntheit, Produktverständnis und Image. Brand Effekt misst die Kontakte mit der Kampagne „objektiv“, d.h. die Befragten tragen in einem Kalender ihr Radionutzungsverhalten ein. Für diese Daten werden die Schaltpläne hinterlegt und somit die tatsächlichen Kontakte ermittelt. Sämtliche Kontakte über öffentlich-rechtliche und private Radiosender werden dabei berücksichtigt.

## KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

### Bekanntheitssteigerung des Autospezialisten

Die (gestützte) Markenbekanntheit konnte bei Personen mit Radio-Kampagnenkontakt im Vergleich zu Personen ohne Kampagnenkontakt um 9% gesteigert werden.

#### ■ Audio sorgt für Aktivierung

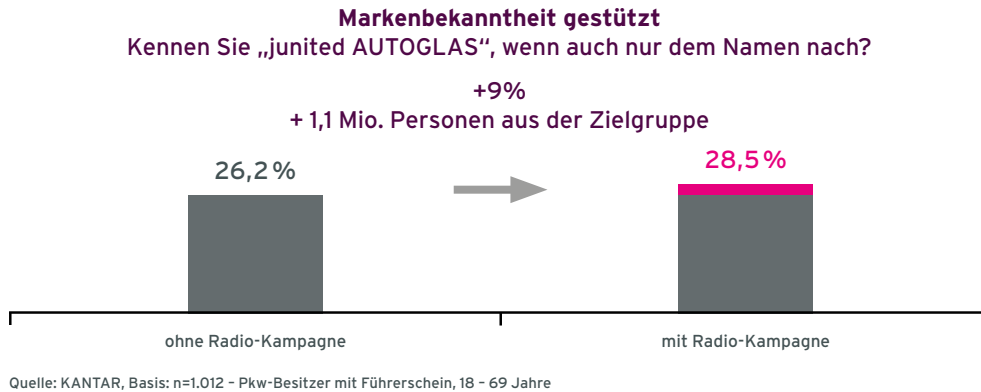
Positiv im Hinblick auf die Steigerung der Nutzungsabsicht: auch die schwer zu beeinflussende, unmittelbare Besuchswahrscheinlichkeit konnte um 5% gesteigert werden.

#### ■ Audio stärkt Verständnis und Image

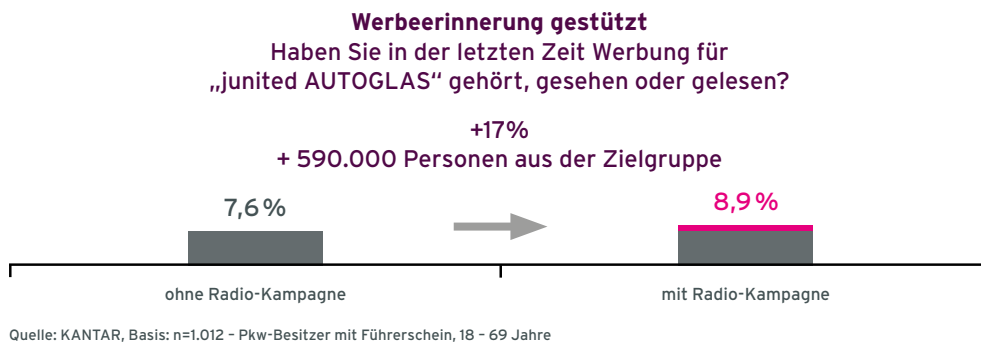
Neben der erfolgreichen Steigerung der Bekanntheit und Aktivierung sorgte die Aufmerksamkeit für die Marke auch für eine Auffrischung der Markenwahrnehmung. Es verbesserte sich die Wahrnehmung in Bezug auf das Image und Verständnis des Produktes. So konnte bei der Frage „Inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf juned AUTOGLAS zu?“ vor allem die Aussagen „behebt den Steinschlag vollständig“, „Reparatur ist mit Teilkasko in der Regel kostenfrei“ sowie „steht für Qualität“ verbessert werden.

## FAKTEN IM ÜBERBLICK

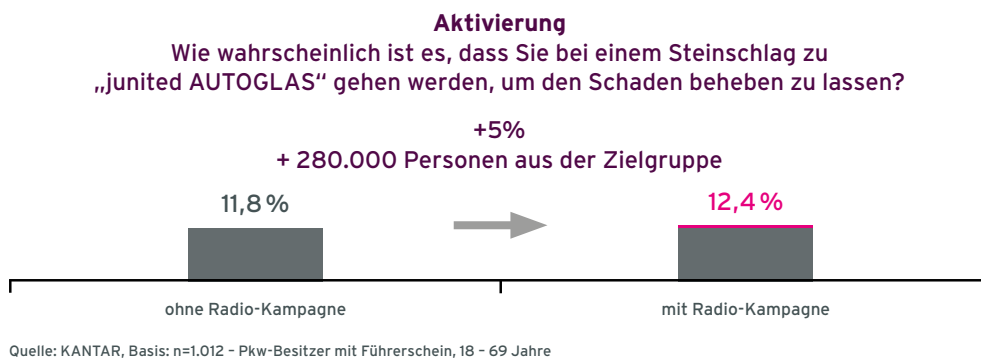
### Gestützte Bekanntheit



### Gestützte Werbeerinnerung



### Besuchswahrscheinlichkeit



## ÜBER DEN KUNDEN

junited AUTOGLAS ist ein national tätiges Unternehmen, welches im gesamten Bundesgebiet Steinschlagreparaturen und Scheibenwechsel an Fahrzeugglas anbietet.

Das größte Netzwerk inhabergeführter und unabhängiger Spezialisten für Autoglas wurde im Jahre 2004 mit einigen Standorten in der Region Rhein/Ruhr gegründet und ist mittlerweile auf rund 300 Stationen angewachsen. Die Partnerbetriebe sind komplett eigenständig, verpflichten sich im Verbund aber zu gemeinsamen Qualitätsstandards und vielen Serviceleistungen. Dazu zählt neben einem kostenfreien Ersatzwagen für den Kunden im Schadenfall auch eine regelmäßige TÜV-Zertifizierung der Werkstatt.

Die Zentrale der junited AUTOGLAS Deutschland GmbH & Co. KG mit Sitz in Köln koordiniert die verschiedenen Tätigkeitsfelder Auftragsannahme, Auftragsbearbeitung, Partnerbetreuung und Abrechnung. Neben der Kooperation mit nahezu allen großen Versicherungen arbeitet das Unternehmen auch mit einer steigenden Anzahl an Flotten und Leasinggesellschaften zusammen und rechnet auch direkt mit diesen ab.

## ANSPRECHPARTNER



**MICHAEL OFENLOCH**  
**Werbe- & Marktforschung**  
**ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH**  
Telefon: +49 69 15424127  
E-Mail: michael.ofenloch@ard-werbung.de