

MARKE

ERGO

ERGO

KPI

Ungestützte Markenbekanntheit: + 36 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Finanzen/
Versicherungen

ERGO macht „Versichern einfacher“ und wirbt dafür einfach übers Radio

Versicherungen gibt es in Deutschland eine Menge - Versicherungsanbieter auch. Was die ERGO auszeichnet, hat sie im Herbst mit drei Radiospots vermittelt: kurze, digitale Anträge, reibungslose Abläufe, unbürokratische Hilfe im Ernstfall, die passende Beratung. So zeigt die ERGO, wie sie „Versichern einfacher“ macht. Alle Spots endeten mit dem Slogan der ERGO „Einfach, weil's wichtig ist“, untermalt vom Soundlogo.

Die Begleitforschung zeigt, dass die Kampagne die ERGO als Versicherungsgesellschaft bei 3,44 Mio. Menschen zusätzlich ungestützt bekannt gemacht hat (+ 36 %). An die Werbung der ERGO erinnern sich aufgrund der Kampagne zusätzliche 5,98 Mio. Menschen gestützt (+ 43 %). Die Kampagne hat außerdem dazu geführt, dass der Abschluss einer Versicherung bei ERGO für 2,72 Mio. Menschen in Frage (+ 20 %) kommt. Auch die Inhalte der ERGO-Spots hat die Kampagne vermittelt, nämlich dass man Anträge online (+ 5,18 Mio. Menschen) und schnell und unkompliziert (+ 5,34 Mio.) stellen kann und die ERGO eine gute Beratung bietet (+ 4,14 Mio.).

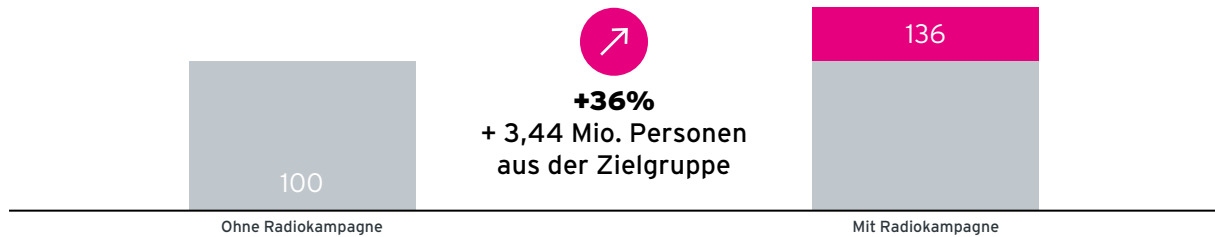
Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radio-Kampagne von ERGO:

- Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit von ERGO um 36 Prozent
- Steigerung des Relevant Set um 20 Prozent
- Verbesserung des Images um 31 Prozent („bei ERGO kann man schnell und unkompliziert Versicherungen abschließen“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Markenbekanntheit

Welche Versicherungsgesellschaften kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Antwort: ERGO



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 500 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

Relevant Set

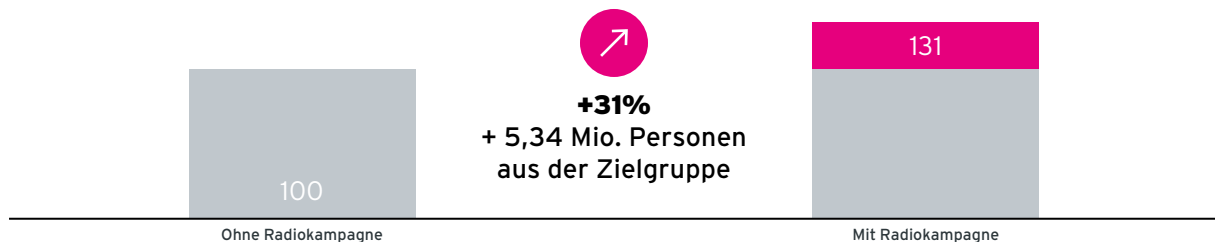
Käme der Abschluss einer Versicherung bei ERGO für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 500 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

Image

„bei ERGO kann man schnell und unkompliziert Versicherungen abschließen“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2023 | n = 500 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

METHODIK/TOOL

Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) 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 für ERGO wurden im Zeitraum vom 21. bis 25. Oktober 2023 insgesamt 500 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

ERGO ist eine der großen Versicherungsgruppen in Deutschland und Europa. Weltweit ist die Gruppe in über 20 Ländern vertreten und konzentriert sich auf die Regionen Europa und Asien. ERGO bietet ihren Privat- und Firmenkunden ein breites Produktportfolio in allen wesentlichen Versicherungssparten sowie vollumfängliche Assistance- und Serviceleistungen. Unter dem Dach der ERGO Group AG steuern mit der ERGO Deutschland AG, ERGO International AG und ERGO Technology & Services Management AG drei Einheiten die Geschäfte und Aktivitäten der ERGO Group. Rund 38.700 Menschen arbeiten als angestellte Mitarbeiter oder als hauptberufliche selbstständige Vermittler für die Gruppe.

ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

Saskia Stork
Werbeforschung & Medienforschung Audio
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69/15424-127
E-Mail: saskia.stork@ard-media.de