

MARKE

---

# Kerrygold



KPI

Gestützte Werbeerinnerung: + 36 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

FMCG

# Irische Stimme von Kerrygold bringt streichfähige Butter ins Radio

Kerrygold ist eine Marke, die es über viele Jahre geschafft hat, die Stimme des Mannes mit dem irischen Akzent als Audio Asset zu etablieren. Es reicht aus, die Stimme zu hören, und viele Menschen wissen direkt, dass es sich dabei nur um einen Spot für Kerrygold handeln kann. Es ist naheliegend und sinnvoll, auf dieses starke auditive Gestaltungselement immer wieder zurückzugreifen. Kerrygold hat daher im Radiospot, der im Juni und Juli 2024 in einer Kampagne umgesetzt wurde, neben einem Tischgespräch zwischen Eltern und Kind auch dieses Audio Asset genutzt. Im Gespräch ging es zunächst um die wertvollen Zutaten (irische Butter aus Weidemilch, Rapsöl) von Kerrygold extra und wie streichzart sie ist - auch „direkt aus dem Kühlschrank“. Die bekannte Stimme vermittelt den Slogan „Bringt alle an den Tisch. Genießt das volle Leben“ und wiederholt den Markennamen „Kerrygold extra“.

## CASE

---

Dass sich diese Kampagne für Kerrygold gelohnt hat, zeigt eine begleitende Befragung. Die Kampagne hat Kerrygold bei 2,77 Mio. Personen als Marke von Butter und Käse ungestützt bekannt gemacht (+ 30 %). Für 2,58 Mio. Menschen zusätzlich kam der Kauf eines Produktes von Kerrygold infolge der Kampagne infrage (+ 7 %). Nicht nur an die Werbung erinnerten sich 6,87 Mio. Personen zusätzlich (gestützte Werbeerinnerung; + 36 %), auch die konkreten Spotinhalte wurden erfolgreich vermittelt. 4,03 Mio. Menschen zusätzlich haben Kerrygold extra als besonders streichfähig bewertet (+ 10 %).

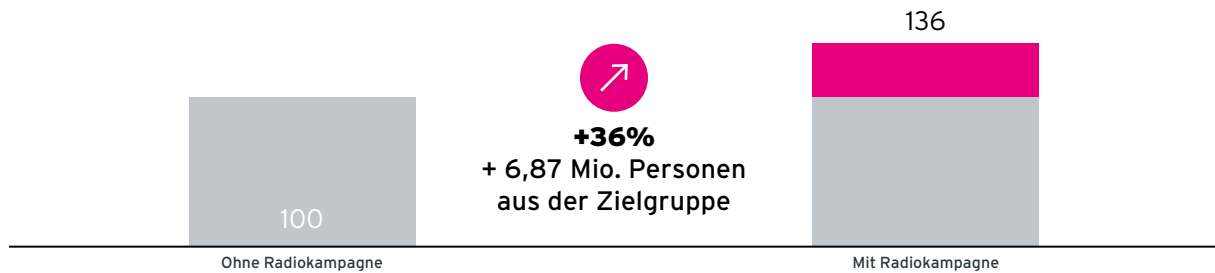
## Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von Kerrygold:

- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung von Kerrygold um 36 Prozent
- Steigerung im Relevant Set um 7 Prozent
- Steigerung des Imagewertes „Streichfähig“ um 10 Prozent („Kerrygold bietet mit Kerrygold extra eine besonders streichfähige Butter“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

## Gestützte Werbeerinnerung

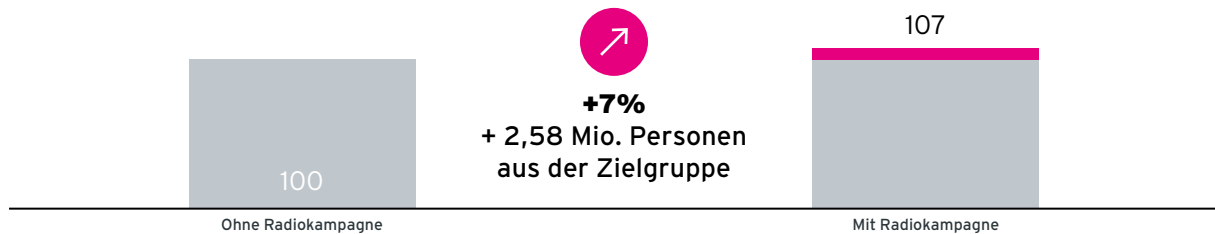
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für Kerrygold gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 529 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

## Relevant Set

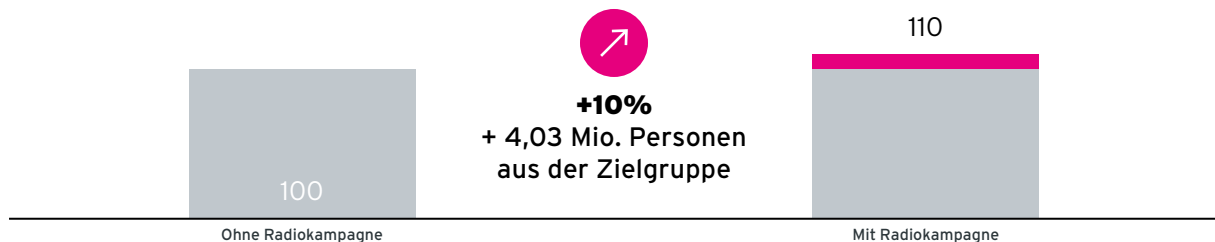
Käme der Kauf eines Produktes von Kerrygold für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 529 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

## Image

„Kerrygold bietet mit Kerrygold extra eine besonders streichfähige Butter“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 529 | 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 Radiokampagne eine Onlinebefragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte der ma Audio sowie um umfangreiche Benchmarks lässt sich die Kampagnenwirkung quantifizieren und einordnen.

Zur Kampagne für Kerrygold wurden im Zeitraum vom 3. bis 7. August 2024 insgesamt 529 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren bundesweit online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

## ÜBER DEN KUNDEN

---

Die Ornu Deutschland GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Ornu Cooperative Limited - der genossenschaftlichen Organisation von irischen Milchbauern und deren Molkereien. Die irische Premiummarke Kerrygold wird seit über 50 Jahren in Deutschland vertrieben und ist heute die beliebteste Marke für Molkereiprodukte. Fast jeder kennt die Marke Kerrygold und rund zwei Drittel aller Haushalte in Deutschland kaufen Kerrygold Produkte. Das Kerrygold Produktportfolio erstreckt sich von Butter & Butterspezialitäten über Extra (Butter & Rapsöl) bis hin zu Butterkäse, Cheddar in verschiedenen Sorten sowie Frischkäse.

## ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

---

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