

MARKE

---

# Burger King



KPI

---

Gestützte Werbeerinnerung: + 33 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

---

Brand Effekt

BRANCHE

---

Weitere Branchen

# Burger King gewinnt mit Tortilla-Radiokampagne Millionen potenzielle Kunden

Burger King bietet nicht nur ganz klassisch Burger und eine große Auswahl an plant-based Produkten an, sondern jetzt auch Tortillas. Anlass für Burger King, um die „grilled and cheesy“ Tortillas im November mittels einer Radiokampagne zu bewerben. Die Radiospots, gesprochen von der typischen Burger-King-Stimme, informierten über die „haptische Verpackung“, die die vier Sorten der Burger King Tortillas „perfekt für unterwegs“ macht, und verwiesen zusätzlich auf den Lieferservice von Burger King.

## CASE

---

Die Ergebnisse einer begleitenden Befragung zeigen, dass die Radiokampagne nicht nur die Tortillas bekannter gemacht, sondern auch positiv auf die Bekanntheit und Werbeerinnerung von Burger King eingezahlt hat. Infolge der Radiokampagne haben 1,48 Mio. Menschen zusätzlich Burger King ungestützt als ein ihnen bekanntes Schnellrestaurant genannt (+ 5 %). 4,10 Mio. Personen zusätzlich haben sich an Werbung von Burger King erinnert (+ 33 %). 3,42 Mio. Menschen wurden als potenzielle Kunden gewonnen, denn für sie kommt aufgrund der Radiokampagne ein Besuch bei Burger King infrage. Dass Burger King leckere Produkte anbietet (+ 3,75 Mio. Personen) hat die Radiokampagne ebenso erfolgreich vermittelt, sowie auch ganz konkret das neue Produkt in Form einer Tortilla (+ 0,80 Mio. Personen). An die Lieferung nach Hause konnten sich zusätzlich 500.000 Menschen infolge der Kampagne erinnern.

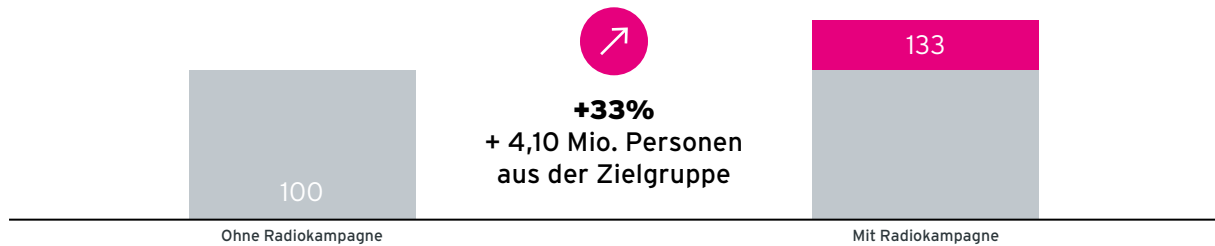
## Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von Burger King:

- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung von Burger King um 33 Prozent
- Steigerung im Relevant Set um 20 Prozent
- Steigerung der Produktbekanntheit der Burger King Tortilla um 6 Prozent („Burger King bietet ein neues Produkt in Form einer Tortilla an“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

## Gestützte Werbeerinnerung

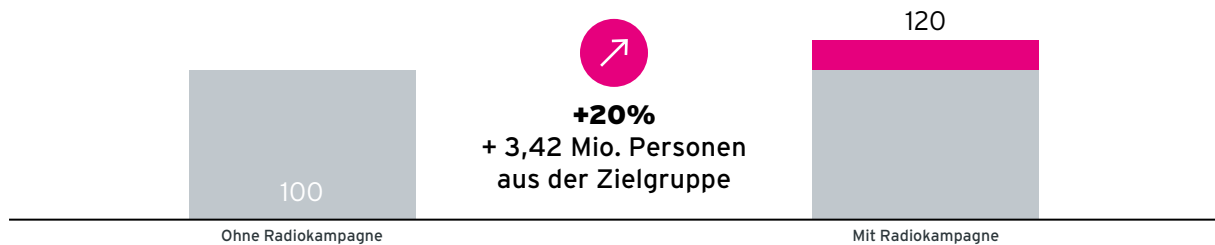
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für Burger King gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 543 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, SH, HH, NI, HB, NW, HE, BW, SL, BE, BB, MV, ST, SN

## Relevant Set

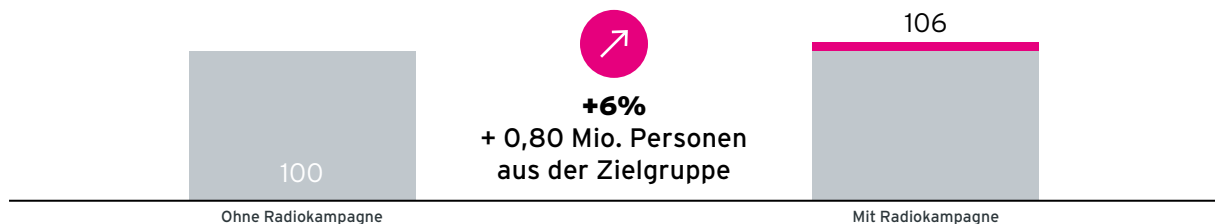
Käme der Besuch bei Burger King für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 543 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, SH, HH, NI, HB, NW, HE, BW, SL, BE, BB, MV, ST, SN

## Image

„Burger King bietet ein neues Produkt in Form einer Tortilla an“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 543 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, SH, HH, NI, HB, NW, HE, BW, SL, BE, BB, MV, ST, SN

## 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 Burger King wurden im Zeitraum vom 6. bis 12. Dezember 2024 insgesamt 543 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren in 13 Bundesländern (Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, NRW, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein) online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

## ÜBER DEN KUNDEN

---

Burger King ist eine Schnellrestaurantkette aus den USA mit weltweit etwa 18.000 Restaurants. Seit 1976 gibt es Burger King Restaurants auch in Deutschland. Der Whopper gehört zu den weltweit erfolgreichsten Produkten von Burger King. Neben diesen traditionellen Burgern bietet Burger King auch verschiedene Kartoffelprodukte, plant-based Burger sowie Tortillas.

## ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

---

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