

MARKE

Takko Fashion



KPI

Ungestützte Markenbekanntheit: + 65 Prozent

FORSCHUNGSANSATZ

Brand Effekt

BRANCHE

Handel / E-Commerce

„Zu günstig zum Weitersagen“ Takko Fashion nutzt Radio erfolgreich als Sprachrohr für Winter-Sale

„Große Sale Aktion!“ „Viele Artikel bis zu 50 Prozent reduziert!“ „Sichere Dir Jacken, Strickpullover und Hosen!“ Mit diesen attraktiven Angeboten wandte sich Takko Fashion via Radio an potenzielle Kunden, um seinen Winter-Sale zu bewerben. Der Spot war kurz und knackig, stieg direkt mit dem Markennamen ein („Jetzt bei Takko Fashion“) und endete mit dem augenzwinkernden Claim „Zu günstig zum Weitersagen“.

CASE

Den Erfolg der Kampagne dokumentiert eine kampagnenbegleitende Befragung von Personen zwischen 14 und 69 Jahren. Demnach merkten sich 2,66 Millionen Personen die Sale-Aktion insgesamt (+ 38 %), an die aktuellen Angebote erinnerten sich 1,73 Millionen Personen zusätzlich (+ 22 %) und 2,21 Millionen Menschen waren bestens darüber informiert, dass die Schnapper im Store und auf takko.com erhältlich sind (+ 22 %). In der Konsequenz konnten sich 1,49 Millionen Personen zusätzlich vorstellen, bei Takko Fashion einzukaufen (+ 24 %). Die Markenbekanntheit von Takko Fashion wurde durch die Aktion um 65 Prozent gepusht, was 1,63 Millionen Personen entspricht.

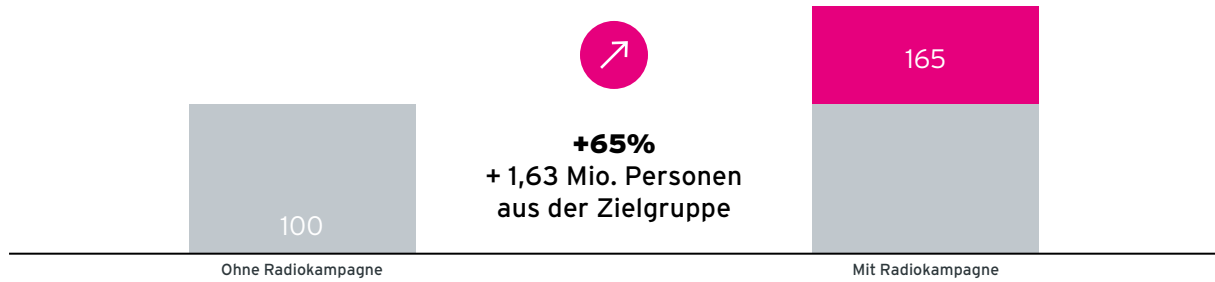
Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radio-Kampagne von Takko Fashion:

- Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit um 65 Prozent
- Steigerung des Relevant Set um 24 Prozent
- Verbesserung des Images um 38 Prozent („dort gibt es eine große Sale-Aktion“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Ungestützte Markenbekanntheit

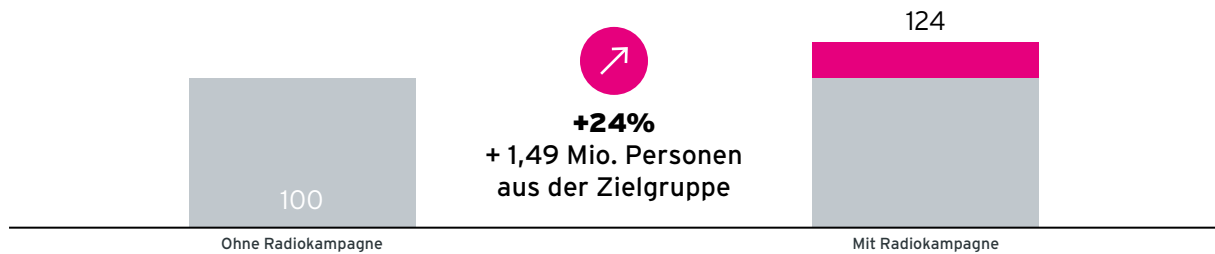
Im Folgenden geht es um Geschäfte für Bekleidung und Mode. Welche Bekleidungsgeschäfte kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? Antwort: Takko Fashion



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 551 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre; Hessen, Bayern, NRW

Relevant Set

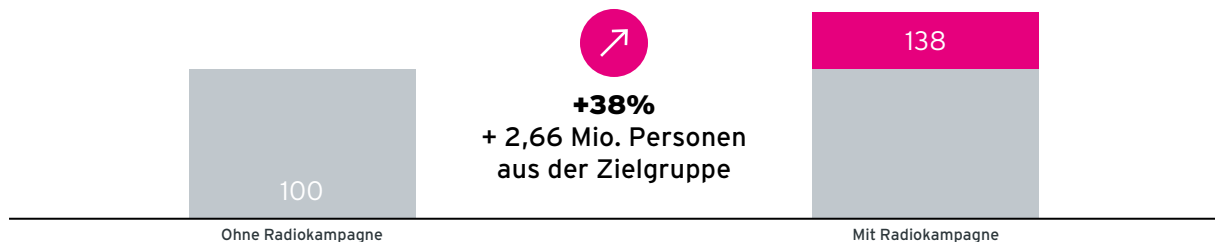
Käme der Einkauf bei Takko Fashion für Sie grundsätzlich in Frage?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 551 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre; Hessen, Bayern, NRW

Image

„dort gibt es eine große Sale-Aktion“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 551 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre; Hessen, Bayern, NRW

METHODIK/TOOL

Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungs-Benchmarks 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 Takko Fashion wurden im Zeitraum vom 17.12.2024 - 20.12.2024 insgesamt 551 Personen in der Altersspanne von 14 bis 69 Jahren in Hessen, Bayern und Nordrhein-Westfalen online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

Takko Fashion ist ein international tätiges Modeunternehmen, das seit seiner Gründung im Jahr 1982 für trendbewusste und gleichzeitig preisgünstige Kleidung steht. Mit einem breit gefächerten Sortiment aus Damen-, Herren- und Kinderbekleidung sowie Accessoires bietet Takko Fashion Alltagskleidung für die ganze Familie. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, Qualität und Stil zu erschwinglichen Preisen anzubieten und verfügt über fast 2.000 Filialen in 17 europäischen Ländern sowie einen Online-Shop. Takko Fashion setzt sich zudem für nachhaltige und verantwortungsbewusste Produktionsbedingungen ein.

ZUSTÄNDIGER REFERENT

Hans-Peter Gaßner
Werbeforschung & Medienforschung Audio
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69/15424-137
E-Mail: hans-peter.gassner@ard-media.de