

New Car Monitor – TV-Kampagnen von Hyundai, Fiat und VW sind erfolgreich

Neues Tool „NCM Kampagnen-Check“ belegt Erfolg der Autowerbung bei potenziellen Neuwagenkäufern

Frankfurt am Main, 23.05.2012 – Die Modelle Hyundai i30, Fiat Panda und VW Passat Alltrack haben eines gemeinsam – alle drei zeigen eine sehr gute Performance im Kampagnen-Check des New Car Monitor von Forsa Brandcontrol. Dafür befragt das Frankfurter Institut für Markencontrolling monatlich 700 PKW Fahrer, die innerhalb von 12 bis 36 Monaten den Kauf eines Neuwagens planen. Benchmark für den Kampagnenerfolg ist das bisher erreichte Niveau vor Kampagnenstart.

Dabei ist der Peak bei der Hyundai-Kampagne am stärksten ausgeprägt. Ein sattes Plus von 17 Prozent gestützte Werbeerinnerung bei potenziellen Neuwagenkäufern erreicht die Kampagne im Vergleich zum Zeitraum vor dem Kampagnenstart. Der Spot für den neuen Hyundai i30 wurde von der hauseigenen Agentur-Tochter Innocean Worldwide Europe entwickelt und ging am 28.3. „on air“. Er fokussiert auf Komfort und Sorgenfreiheit und verspricht: „der neue Hyundai i30 bringt Sie auf neue Gedanken.“ Forsa Brandcontrol-Chef Dr. Harald Jossé erläutert: „Wie unser neues Tool, der Kampagnen-Check, zeigt, passen bei Hyundai viele Marketing-P's zusammen – ein gutes Produkt, stimmiger Preis, gute Vertriebswege (Place) und eine Kampagne (Promotion), die den Kundennutzen klar und deutlich herausstellt.“

Mit einer Steigerung von 8 Prozent Werbeerinnerungspunkten im Vergleich zum Vor-Kampagnen-Zeitraum kann der am 7.3. gestartete Spot für den neuen Fiat Panda aufwarten. „Die originelle, von Leo Burnett, Frankfurt entwickelte Kampagne spielt mit den ‚unbegrenzten Möglichkeiten‘ des Modells,“ kommentiert Forsa Brandcontrol Chef-Analystin Brigitte Pawolski, „augenzwinkernd zeigt er das Modell als gleichermaßen einsatzfähig für den ‚Umweltfreund‘, den ‚Logistiker‘, den ‚Tierforscher‘ und den ‚Kardiologen‘ und kommt dann folgerichtig auf den Claim ‚Fiat. Simply more‘.“

Auf eine Steigerung von 3 Prozent gestützter Werbeerinnerung kommt die Kampagne des neuen VW Passat Alltrack. Die Kampagne ist ein Gemeinschaftsprojekt von DDB Tribal, Berlin und Tribal, Sydney und macht, passend zur Sommerzeit, deutlich, dass der moderne Büromensch Dank des geländegängigen und mit üppigem Stauraum ausgestatteten neuen Modells auch vor der Arbeit Hobbys wie schwimmen, meditieren oder surfen nachgehen kann. Damit stellt der Spot das gute deutsche Sprichwort: ‚Erst die Arbeit, dann das Vergnügen‘ sehr originell auf den Kopf,“ kommentiert Forsa Brandcontrol-Chef Dr. Harald Jossé.

Die Forsa Brandcontrol GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main ist das einzige Institut in Deutschland, das sich auf das Controlling von Markenführung und Markenkommunikation spezialisiert hat. Forsa Brandcontrol unterstützt Unternehmen dabei, die Effizienz und Effektivität ihrer Markeninvestitionen zu erhöhen.

Herausgeber:

Forsa Brandcontrol GmbH
Dr. Harald Jossé / Brigitte Pawolski
Gutleutstraße 80 - 60329 Frankfurt am Main
Tel: + 49 (0) 69 75 656 500
Fax: + 49 (0) 69 75 656 110

E-Mail: hjosse@brandcontrol.com / bpawolski@brandcontrol.com
Internet: www.brandcontrol.com