




radio.de IN DER MARKTFORSCHUNG.

ZUM BESTSELLER MIT RADIO.DE: DER ROWOHLT-CASE

DIE KAMPAGNE

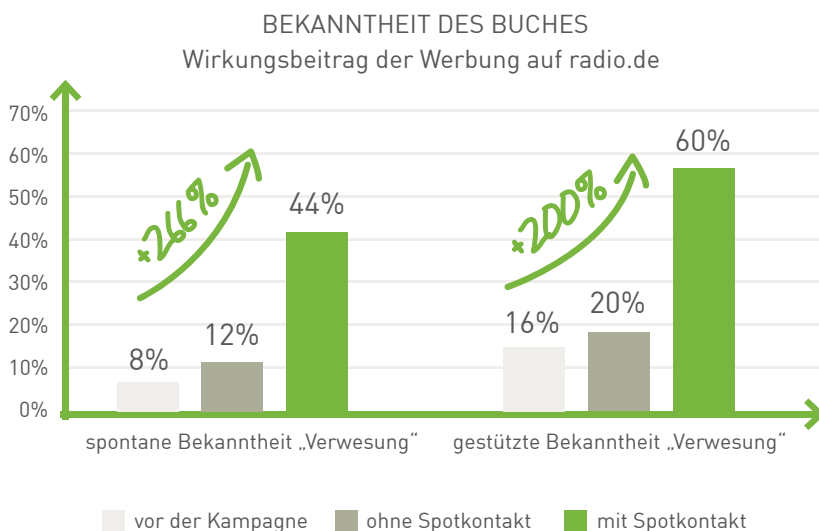
Das neue Buch von Simon Beckett „Verwesung“ wurde in der letzten Februarwoche 2011 im Rahmen einer Audio- und Displaykampagne auf radio.de beworben. Der Audiospot wurde als Pre-Stream vor Start des jeweils ausgewählten Senders analog zu einem Display Ad geschaltet. Die Kampagne generierte rund 250.000 Ad Pages, bestehend aus jeweils 250.000 Audio- und Display Ad Impressions. Die Kampagne wurde mit einer Onlinebefragung von 526 Personen begleitet.



 Pre-Stream Audio Ad
+
 Display Response Ad
=  Crossmedia Paket

DIE WERBEWIRKUNG

Die crossmediale Ansprache durch radio.de hat gewirkt. Die Bekanntheit des beworbenen Thrillers „Verwesung“ konnte verdreifacht werden. Ebenso die Kaufneigung, die bei Befragten mit Spotkontakt um 133% gesteigert wurde.



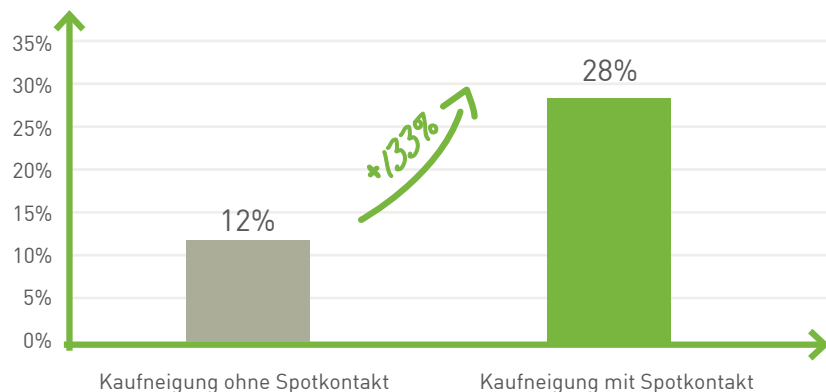
Bekanntheit verdreifacht

- Die Bekanntheit des Verlages und des beworbenen Buches konnte mit einer Verdreifachung deutlich gesteigert werden.
- Ebenso konnte die Werbeerinnerung für den Thriller „Verwesung“ durch die Webradiokampagne auf radio.de vervierfacht werden.

radio.de IN DER MARKTFORSCHUNG.

ZUM BESTSELLER MIT RADIO.DE: DER ROWOHLT-CASE

KAUFNEIGUNG DES BUCHES
Wirkungsbeitrag der Werbung auf radio.de



Kaufneigung verdoppelt

- Die Kampagne auf radio.de hat den Kauf des Thrillers bei denjenigen, die den Spot gehört haben, wesentlich wahrscheinlicher gemacht.
- Seit Erscheinen des Buches Ende Februar 2011 gehört „Verwesung“ zu den TOP 100 der beliebtesten Krimis bei amazon.

FAZIT



Die Marktforschungsergebnisse belegen: Die Webradiokampagne für das Buch „Verwesung“ war sehr erfolgreich. Alle Parameter rund um Bekanntheit, Werberinnerung und Kaufneigung konnten für den Verlag und das Buch signifikant gesteigert werden.

„DIE AGENTUR IST ZUFRIEDEN MIT DEM KAMPAGNERGEBNIS“

Jörg Brandt, Mediadirektor der betreuenden Agentur Pilot Media begründet den Einsatz von Webradio in der Kampagne für den Rowohlth-Thriller:



„Webradio ist die gelungene Mischung aus Internet und Radio. Wir können mit der Belegung dieser innovativen Audioangebote spitze Zielgruppen besonders effektiv ansprechen und erreichen Nischenzielgruppen, die mit anderen Medien schwer abzudecken sind.“

Spots im Webradio sind zudem gelernte, akzeptierte Werbeformen mit hohem Aktivierungspotenzial. Denn hier gelangen die Nutzer ohne Medienbruch direkt auf die Website des werbenden Unternehmens.

Das wurde in diesem Fall durch die Kombination aus Webradiowerbung und Displayformat noch besonders unterstützt. Die Marktforschungsergebnisse belegen den Erfolg unserer Strategie.“

In Zusammenarbeit mit:



pilot

radio.de

Mühlenkamp 59, D-22303 Hamburg T: +49 (0)40 570065-0 F: +49 (0)40 570065-199 sales@radio.de <http://corporate.radio.de>