



Rameder

Eine Kombination, die zieht

Die Vanity-Nummer ist in den USA längst etabliert. Statt Zahlen merkt man sich eine Buchstabenkombination. Die Firma Rameder Anhängerkupplungen hat mit einer Radiokampagne nun in Deutschland solch eine Nummer bekannt gemacht: „0800 Kupplung“ stellt gleich einen direkten Bezug zum Produkt und zum Callcenter her.

Mit Anhängerkupplungen auf der Überholspur

Anhängerkupplungen RAMEDER

Rameder

Für die Firma Rameder begann alles 1996 – mit nur fünf Mitarbeitern. Heute arbeiten mehr als 60 Beschäftigte für das mittelständische Unternehmen, das sich auf den Vertrieb von Anhängerkupplungen und Elektrosätzen für PKWs spezialisiert hat. Der Hauptsitz der Firma liegt in Munschwitz, Thüringen. Mit einer für dieses Produkt noch nicht da gewesenen Marketingstrategie und einer neuen Art des Vertriebs, als Versandhandel, ging die Firma neue Wege. Dieses Konzept ließ die Firma Rameder in kürzester Zeit zum marktführenden Vertrieb von Anhängerkupplungen in Deutschland werden.



Die Marketingsituation

Der deutsche Markt bietet im Segment Anhängerkupplungen europaweit das größte Potenzial. Bis vor kurzem wurde dieser Markt noch durch gebietsweise agierende Werksvertreter organisiert, die das Produkt über Großhändler und nachfolgend Einzelhändler zur Werkstatt beziehungsweise zum Endverbraucher abgaben. Rameder veränderte diese Vertriebsstruktur: Das Unternehmen agiert zwischen Hersteller und Werkstatt beziehungsweise Endverbraucher. So kann die Firma als Spezialist für eine Produktgruppe mit dem direkten Kontakt in beide Richtungen gezielter im Markt operieren, als dies mit der bisherigen Vertriebsstruktur möglich war.

Die Marketing-/Werbeziele

Grundsätzlich lauten die Ziele:

Sicherung der relativen Marktanteile und Wachstum durch stärkere Marktdurchdringung. Der Begriff „Anhängerkupplung“ soll dauerhaft mit der Firma Rameder in Verbindung gebracht und somit die Vorherrschaft im Markt gesichert werden.

Die Kontaktaufnahme und der Erinnerungseffekt werden dem Kunden bewusst mit der Gedächtnisstütze „Anhängerkupplung ist gleich 0800 Kupplung“ erleichtert. Darüber hinaus soll die gebührenfreie und ortsunabhängige Rufnummer dem Kunden trotz räumlicher Entfernung Nähe vermitteln und als Aushängeschild für Kunden- und Serviceorientiertheit stehen.

Die Kreativstrategie

Im Mittelpunkt stand die in den USA etablierte Vanity-Nummer, bei der man sich statt Zahlen eine einfache Buchstabenkombination merkt. So sollte die Neugierde geweckt und zum kostenlosen Testen animiert werden.

Darauf setzte der erste Radiospot. In den folgenden Spots wurde die Aufmerksamkeit gezielt auf das eigentliche Produkt gelenkt. Dabei brachte Situationskomik rund ums Auto den Spaß am leichten Telefonieren mit dem von der Firma gewünschten Verkauf in Verbindung. Radiowerbung wurde aber niemals unter dem Aspekt des „Sofortverkaufs“ eingesetzt. Im Vordergrund stand ein anhaltender Erinnerungswert, der mit einem einprägsamen Reminder erzielt wurde.

Spotbeispiel

„Liebe Handybenutzer“

Geräusch:
Zahleneingabe auf Handytastatur

Mann (indessen):
Liebe Handybenutzer, was passiert, wenn Sie auf den Buchstabentasten Ihres Handys das Wort Kupplung schreiben?

Geräusch:
Tut, tut, tut! (Besetztzeichen)

Mann:
Nichts!

Frau:
Es sei denn, Sie wählen die 0800 vor. Unter 0800 Kupplung erfahren Sie nämlich alles über Rameder Anhängerkupplungen.

Mann:
Hier gibt's Infos über Anhängerkupplungen zum Hammerpreis, komplett zum Selbsteinbau oder durch eine unserer Partnerwerkstätten.

Frau:
Probieren Sie's aus. Wählen Sie gebührenfrei die ...

Gesang:
... 0800 Kupplung.

Mann:
Spitzenqualität zum Hammerpreis.
Rameder.

Frau:
Wählen Sie gebührenfrei die 0800 und anhand Ihrer Buchstabentastatur die Kombination K U P P L U N G.

Gesang: 0800 Kupplung.

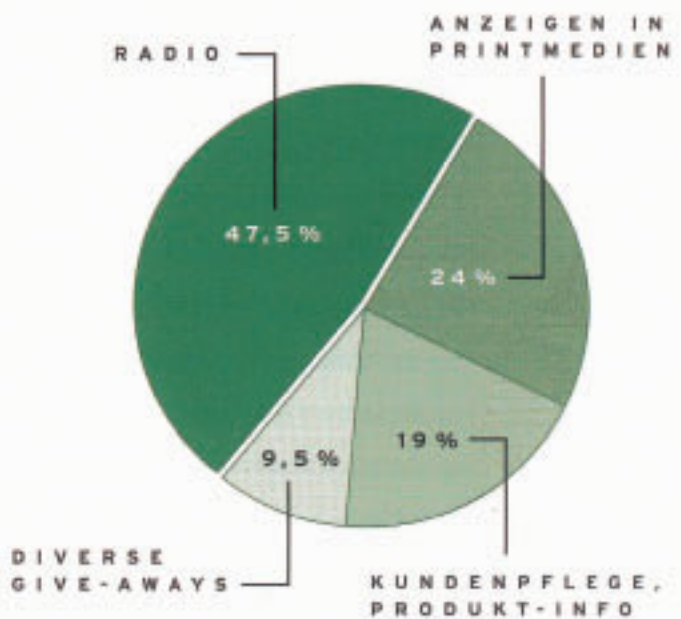


Mit Radio hängt Rameder alle ab

Die Mediastrategie

Neben der bisherigen Bewerbung der Zielgruppe freizeitaktiver Autofahrer durch Schaltung von Zeitungsanzeigen trug Radio zur verstärkten Marktdurchdringung und Akzeptanz bei. Dies geschah durch Schaltungen in den Rushhours morgens und spätnachmittags. Anfangs wurden die Spots in Thüringen und Bayern ausgestrahlt, später erfolgte zum Zwecke einer deutschlandweiten Marktdurchdringung die Ausdehnung auf das ganze Bundesgebiet.

Ergänzt wurde die Radiowerbung durch regionale und überregionale Zeitungsanzeigen, LKW-Bepanungen und Give-aways mit einem einheitlichen Erscheinungsbild und einer einheitlichen Werbebotschaft.



Verteilung des Mediaetats
Quelle: Rameder

Rameder ist Anhänger von Radiokampagnen

Die Ergebnisse

Zielgruppe von Rameder sind freizeitaktive Autofahrer, die in allen Lebenslagen mobil sein wollen. Und das Medium Radio, das von der anvisierten Zielgruppe täglich konsumiert wird, trug messbar zur Entwicklung der Marktposition bei. Auswertungen von Kundenkontakten ergaben eine erfolgreiche Resonanz - auch zu Zeiten, in denen keine Radiospots geschaltet wurden. Dies bestätigt das Erreichen der angestrebten Ziele einer erhöhten Marktdurchdringung und eines großen Erinnerungseffektes durch den Einsatz der Vanity-Nummer „0800 Kupplung“ sowie deren Kommunikation in Radio-

spots. Der Vorteil der Nummer: Es wurde gleich ein direkter Bezug zum Produkt und zum Callcenter hergestellt. Der After-Sales-Markt Anhängerkupplungen wuchs von 1996 mit 400.000 Stück bis zum Jahr 2000 auf 450.000 Stück an. Dies ist ein Ergebnis von breit angelegter Publikumswerbung und vor allem von Radiowerbung, die im Jahre 1998 einsetzte. Der Erfolg wird jedoch nicht nur an den explosionsartig hochschnellenden Anruferzahlen an den Sendetagen gemessen, da hier größtenteils eine Art „Ausprobierereffekt“ vorherrscht, sondern vor allem am kontinuierlichen Wachstum des Unternehmens. Dies zeigt deutlich, dass das neue Vertriebskonzept von Rameder sehr gut funktioniert.





Firmengelände Rameder



Das Führungsteam mit Geschäftsführer Tobias Rameder (Dritter von links)

Der Kunde

Innerhalb von nur vier Jahren stiegen Rameder in Deutschland und ein bestehendes Tochterunternehmen in Österreich zum Marktführer auf. Das 1996 gegründete und von Geschäftsführer Tobias Rameder geführte Unternehmen weitet seine Aktivitäten im Markt von Anhängerkupplungen weiter aus. Momentan werden in Frankreich und den Benelux-Staaten Tochterunternehmen gegründet, um auf dem europäischen Markt die Führungsposition zu stärken. Rameder bietet für alle Fahrzeugtypen starre und abnehmbare Kupplungen, Anhängerböcke, fahrzeugspezifische Elektrosätze und Uni-Elektrosätze an.

Die Agentur

Die Idee zur Radiokampagne rund um die Vanity-Nummer „0800 Kupplung“ stammt aus dem Hause Rameder. Die Devise des Unternehmens lautet: „Alles aus einer Hand“, um so die bestmögliche Umsetzung für diesen ganz speziellen Produktbereich zu erreichen. Dabei stehen die Schlagwörter des Unternehmens, Qualität und Kompetenz, auch in diesem Bereich im Vordergrund. Verantwortlich für alle Belange rund um die Kampagne zeichnet Geschäftsführer Tobias Rameder.

Service gebührenfrei!

freecall



0800 KUPPLUNG
5 8 7 7 5 8 6 4