

## **KFC steigert Produkt-Awareness durch Video-Ads bei Social Media**

*OneTwoSocial macht für KFC den Facebook-Brand-Lift-Test und konzipiert drei sechssekündige Videos mit unterschiedlichem KFC-Branding – mit vollem Erfolg*

**München, 9. November 2020.** Multitasking bei Kentucky Fried Chicken und OneTwoSocial: Die beliebte Fast-Food-Kette setzte bei der Promotion ihrer Sommerkampagne zur 5-für-5€-Box auf das Know-how der Agentur für digitale Markenkommunikation aus München. Der Clou: Mit Hilfe eines Facebook-Brand-Lift-Tests testete KFC gleichzeitig die Auswirkungen unterschiedlich stark gebrandeter Video-Ads auf die Markenbekanntheit und die Werbeerinnerung der Zielgruppe.

Die Kampagne erreichte im Zeitraum Juni bis Juli 2019 nicht nur ein breites Publikum in Deutschland, sondern zeigt auch, dass kreative Video-Ads mit maximalem Branding nicht nur eine größere Werbewirkung erzielen, sondern auch im Verhältnis kosteneffizienter sind.

### **KFC verzeichnete folgende Kampagnen-Ergebnisse:**

- einen 24-Punkte-Lift hinsichtlich der Werbeerinnerung bei Ads, die das Logo sowie zwei oder mehr KFC-Brand-Elemente enthalten.
- 52 Prozent niedrigere Kosten bei Ads, die das Logo sowie zwei oder mehr KFC-Brand-Elemente enthalten.
- eine doppelt so hohe Produkt-Awareness bei denjenigen Testpersonen, die eine Video Ad mit Logo sowie zwei oder mehr KFC-Brand-Elemente gesehen haben.

Für die Kampagne konzipierte OneTwoSocial, unterstützt durch die Kreativagentur BUTTER in der Umsetzung, drei sechssekündige Video-Ads, die die 5-für-5€-Box auf unterschiedliche Art und Weise in Szene setzten. Eine Variante erhielt ein maximales KFC-Branding – also ein prominentes Logo sowie weitere Markenelemente wie Farben, Font und Slogan – während die anderen beiden Ads deutlich weniger gebrandet wurden. Die Ads wurden einem Fast-Food-interessierten Publikum im Alter von 18 bis 54 Jahren per Zufallsprinzip in die Newsfeeds und Stories von Facebook und Instagram ausgespielt.

**Jack Rodriguez, Digital Marketing Officer bei Kentucky Fried Chicken Deutschland:** „Die Kombination aus individuellem Targeting und den drei verschiedenen Video-Ads hat definitiv



die Nachfrage nach unserer 5-für-5€-Box erhöht. Durch den Facebook-Brand-Lift-Test haben wir nun außerdem die Gewissheit, wie wir unsere Ads in Zukunft konzipieren müssen, um die maximale Wirkung hinsichtlich Markenbekanntheit und Werbeerinnerung zu erzielen.“

**Christiane Scheiter, Senior Performance Marketing Manager von OneTwoSocial, ergänzt:** „Wir haben für die Sommerkampagne von KFC wirklich hervorragende Ergebnisse erzielt. Hier zeigt sich auch einmal mehr, was für ein enormes Potenzial Facebook-Brand-Lift-Tests für Produkteinführungen und Werbeaktionen bereithalten.“

### **Über KFC**

#### **Der Mutterkonzern Yum! Brands, Inc.**

Yum! Brands, Inc., mit Sitz in Louisville, Kentucky, betreibt über 43.500 Restaurants in mehr als 135 Ländern und Hoheitsgebieten. Das Unternehmen zählt zu den Aon Hewitt Top Companies for Leaders® in Nordamerika. Die Restaurantmarken von Yum! – KFC, Pizza Hut und Taco Bell – sind die weltweit führenden Anbieter für Hähnchen, Pizza und mexikanische Gerichte. Weltweit eröffnet Yum! im Durchschnitt mehr als sechs neue Restaurants pro Tag und ist damit führend im Bereich der Systemgastronomie.

#### **KFC als globale Marke**

KFC, eine Tochtergesellschaft von Yum! Brands, Inc. (NYSE: YUM), ist eine global agierende Systemgastronomie-Marke mit einer reichen, jahrzehntelangen Erfolgs- und Innovationsgeschichte. Ihren Anfang nahm sie mit dem Koch Colonel Harland Sanders, der vor über 75 Jahren ein „finger lickin´ good“ Rezept kreierte – eine Liste mit geheimen Kräutern und Gewürzen, die in die Rückseite seiner Küchentür eingeritzt war. Noch heute folgt KFC seinem Erfolgsrezept: In mehr als 20.000 Restaurants in über 125 Ländern und Hoheitsgebieten bereiten ausgebildete KFC Köche unser Hähnchenfleisch frisch von Hand zu.

#### **KFC in Deutschland**

KFC ist seit 1968 in Deutschland vertreten und heute mehr denn je auf Expansionskurs: Seit 2010 konnte die Anzahl der Restaurants in Deutschland auf über 170 Filialen bundesweit stark ausgebaut werden. Im Geschäftsjahr 2019 erwirtschaftete das Unternehmen in Deutschland einen Netto-Umsatz von 268 Millionen Euro (+4%). Im Jahr 2018 wurden bundesweit 2 neue Restaurants eröffnet. Inzwischen werden 100 Prozent der deutschen KFC Restaurants von Franchisepartnern geführt, die ein wichtiger Bestandteil der Wachstumsstrategie von KFC sind: Mit ihnen soll die Anzahl der Restaurants in den nächsten Jahren auf 500 und einer Milliarde Umsatz gesteigert werden. Die Expansion von KFC soll in den jeweiligen Märkten flächendeckend erfolgen. Hier stehen in erster Linie zentral gelegene Innenstadtrestaurants, Food Court- Zonen in großen Shoppingcentern, Restaurants mit Drive-Thrus (in Gebieten mit hoher Verkehrsfrequenz und starker Einzelhandelskonzentration) sowie Bahnhöfe und Flughäfen im Fokus.

Weiterführende Informationen unter [www.kfc.de](http://www.kfc.de) und [www.kfc.de/presse](http://www.kfc.de/presse)

### **Über OneTwoSocial**

Als Agentur für digitale Markenkommunikation legt OneTwoSocial die Schwerpunkte auf die Bereiche Social Media sowie Video- und Bild-Content im Social-Media-Kontext. Damit Brands bei ihrer Zielgruppe „top of mind“ werden, bietet das knapp 50-köpfige Team von OneTwoSocial alles: von der Strategie-Erstellung über die Content-Produktion für Highclass-Fotos und -Videos, Social Media Advertising, Influencer Marketing bis hin zur 360-Grad-Betreuung aller Social-Media-Kanäle.



OneTwoSocial wurde 2011 von Helge Ruff und Markus Dickhardt in München gegründet und schafft für Marken wie Hama, Deuter, KFC Deutschland, Kaufland oder Staedtler Kampagnen, die für „entertaining dialogue“ sorgen. Zudem wurde die Agentur mit zahlreichen Awards ausgezeichnet, u.a. dem „Annual Multimedia Award 2019“, dem „Eyes & Ears Award“ sowie dem „Great Place to Work Award“ in drei Kategorien.

Weitere Informationen unter: [www.onetwosocial.de](http://www.onetwosocial.de)