



**Wenn man sich nicht entscheiden kann**

# Die Wirkung von Radio anhand von Fallbeispielen

## Zwei Spots zur Auswahl



### Märchen

Es war einmal eine Frau, der ging es besser, nachdem sie mehr trank.



### Trinken

Frau hat „zu trinken angefangen“  
seitdem ihr Mann weg ist ;-)

# Die Wirkung von Radio anhand von Fallbeispielen

## Stimulusmaterial

Integration der Testspots in authentischen Werbeblock mit aktuellen Spots

### Variante A

1. ebay
2. Nexa Lotte
3. Ehl
4. Märchen
5. Liebherr
6. Postbank
7. Krombacher

2:34 Gesamt



### Variante B

1. ebay
2. Nexa Lotte
3. Ehl
4. Trinken
5. Liebherr
6. Postbank
7. Krombacher

2:29 Gesamt

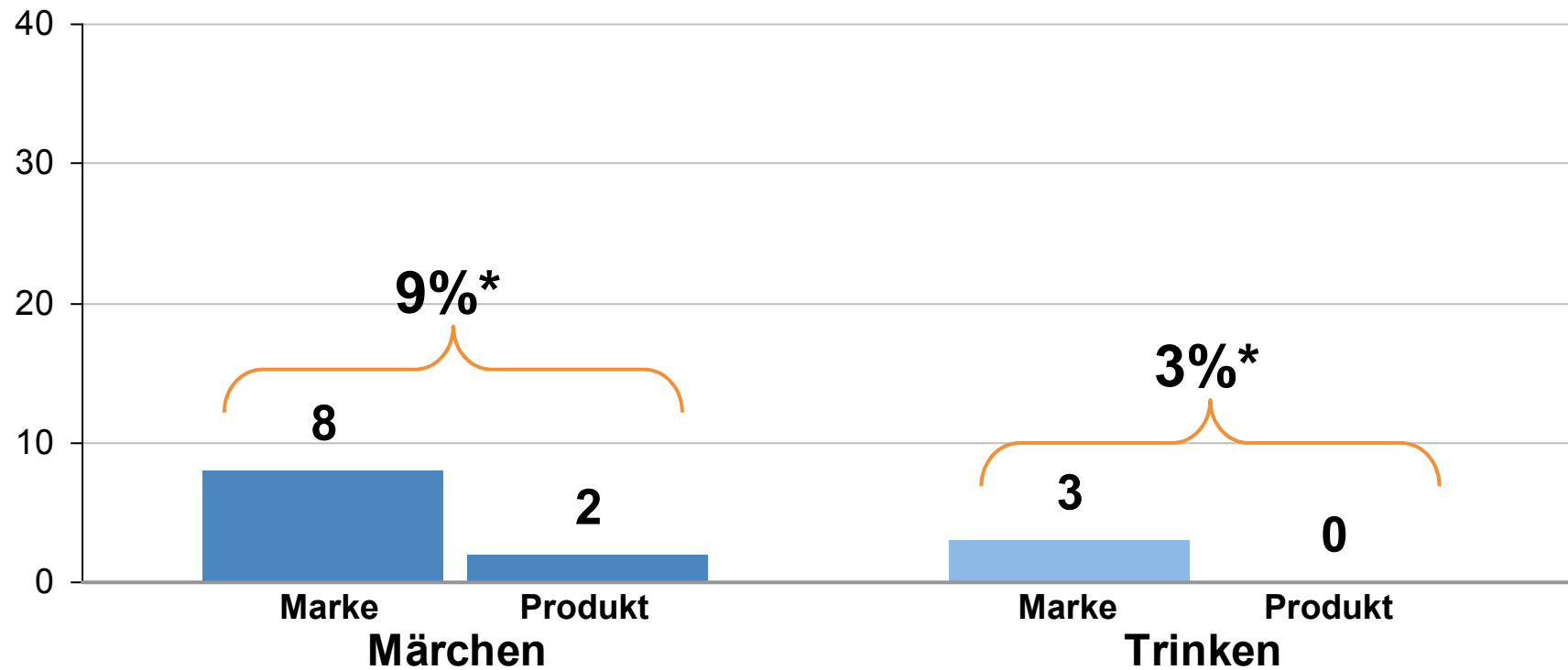


# Die Wirkung von Radio anhand von Fallbeispielen

## Werbeerinnerung ungestützt: First in Mind

Offene Nennung, zuerst genannt, Anteil in Prozent

*Sie haben gerade einen Werblock gehört. An welche Spots erinnern Sie sich noch?*



Quelle: SARApré

Basis: je 150 Radiohörer in Distributionsgebiet

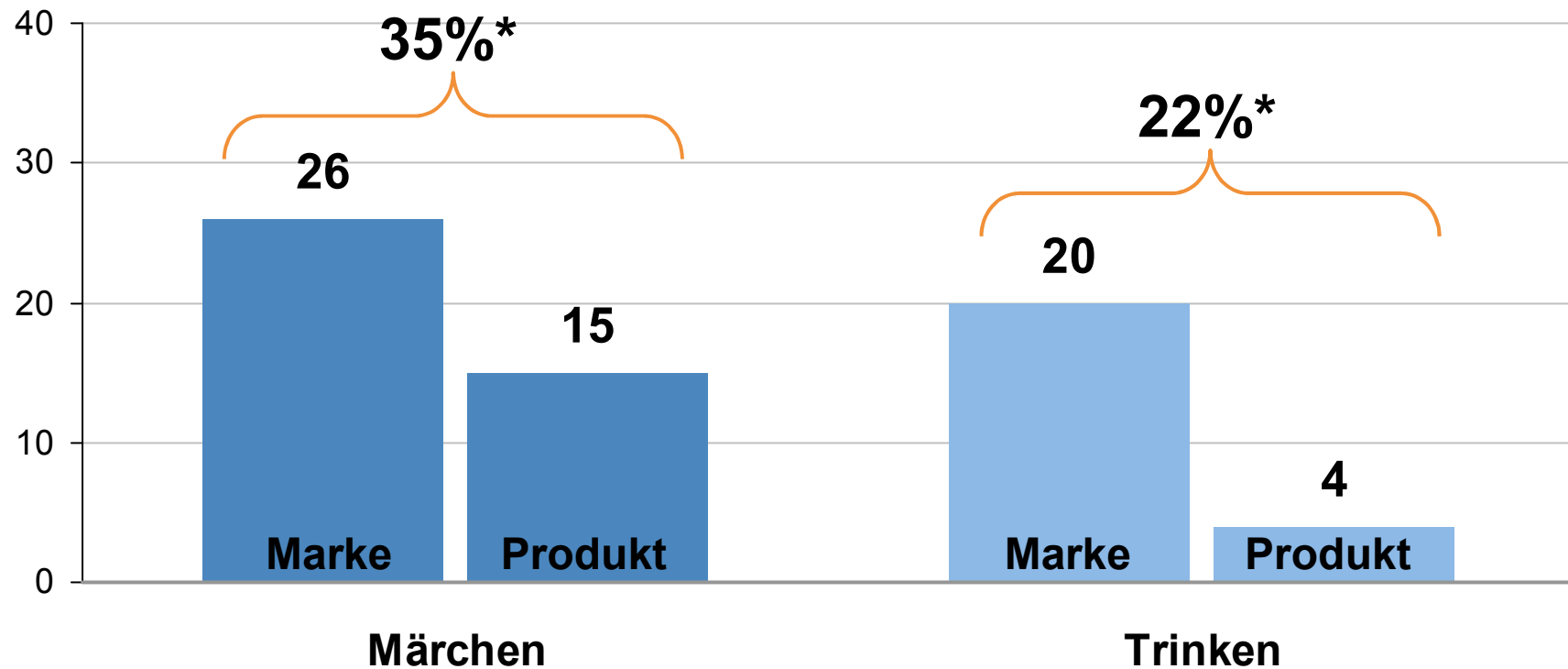
\* Marke oder Produkt (Netto)

# Die Wirkung von Radio anhand von Fallbeispielen

## Werbeerinnerung ungestützt: Insgesamt

Offene Nennung, Anteil in Prozent

*Sie haben gerade einen Werblock gehört. An welche Spots erinnern Sie sich noch?*



Quelle: SARApré

Basis: je 150 Radiohörer in Distributionsgebiet

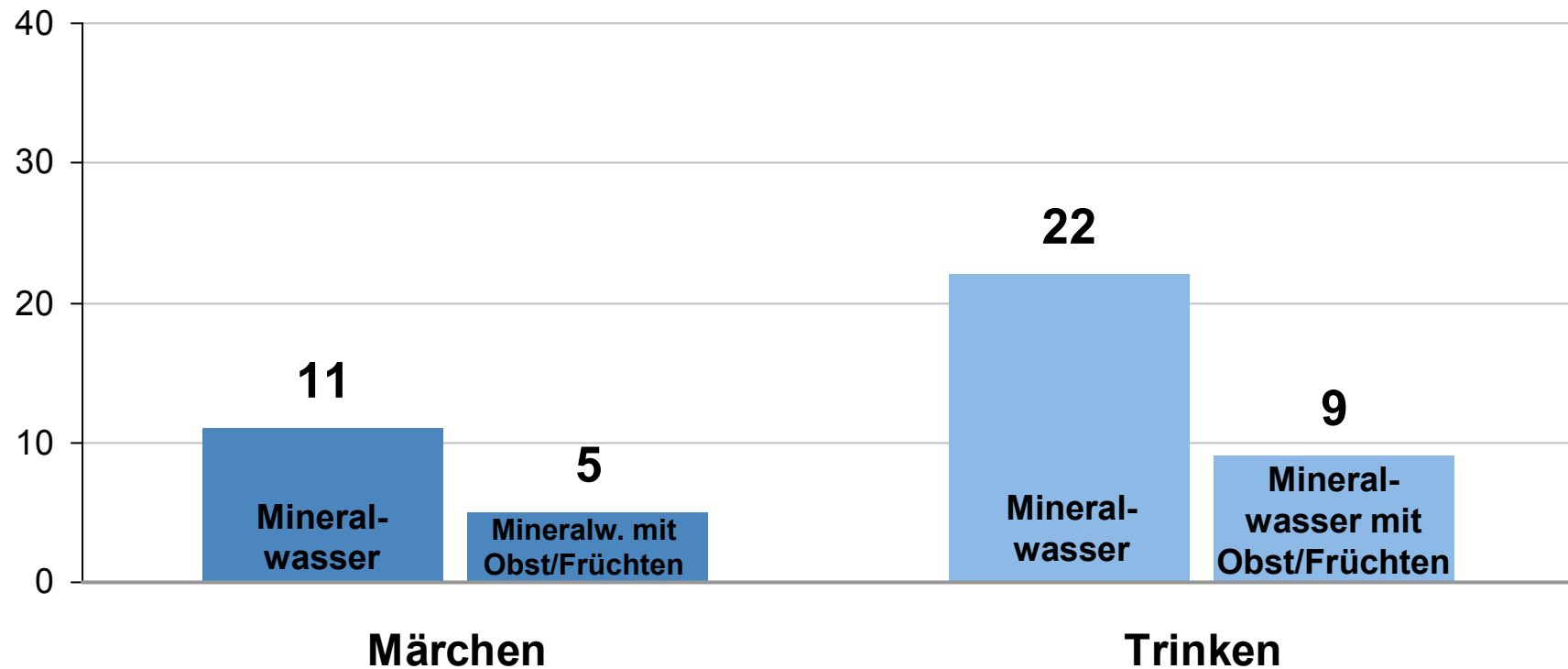
\* Marke oder Produkt (Netto)

# Die Wirkung von Radio anhand von Fallbeispielen

## Werbeerinnerung ungestützt: Produktkategorie

Offene Nennung, Anteil in Prozent

*Sie haben gerade einen Werblock gehört. An welche Spots erinnern Sie sich noch?*



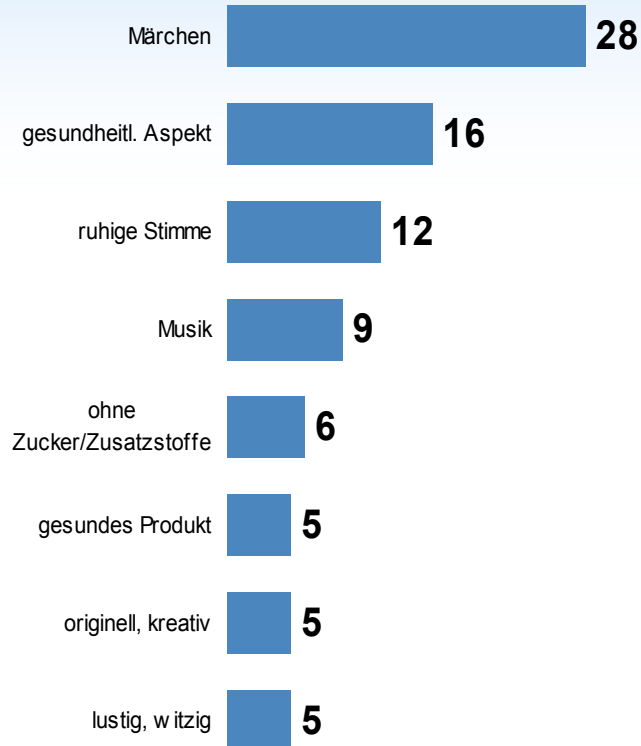
Quelle: SARApré  
Basis: je 150 Radiohörer in Distributionsgebiet

# Die Wirkung von Radio anhand von Fallbeispielen

## Likes der Spots: Was gefällt?

### Märchen

offene Frage, Anteil in Prozent



Quelle: SARApr

Basis: je 150 Radiohörer in Distributionsgebiet

### Trinken

offene Frage, Anteil in Prozent

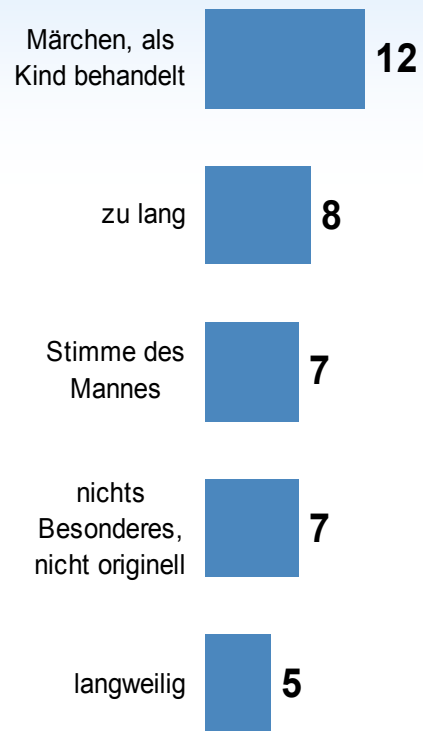


# Die Wirkung von Radio anhand von Fallbeispielen

## Dislikes der Spots: Was gefällt nicht?

### Märchen

offene Frage, Anteil in Prozent



Quelle: SARApré  
Basis: je 150 Radiohörer in Distributionsgebiet

### Trinken

offene Frage, Anteil in Prozent

