

Die mentale Nummer 1

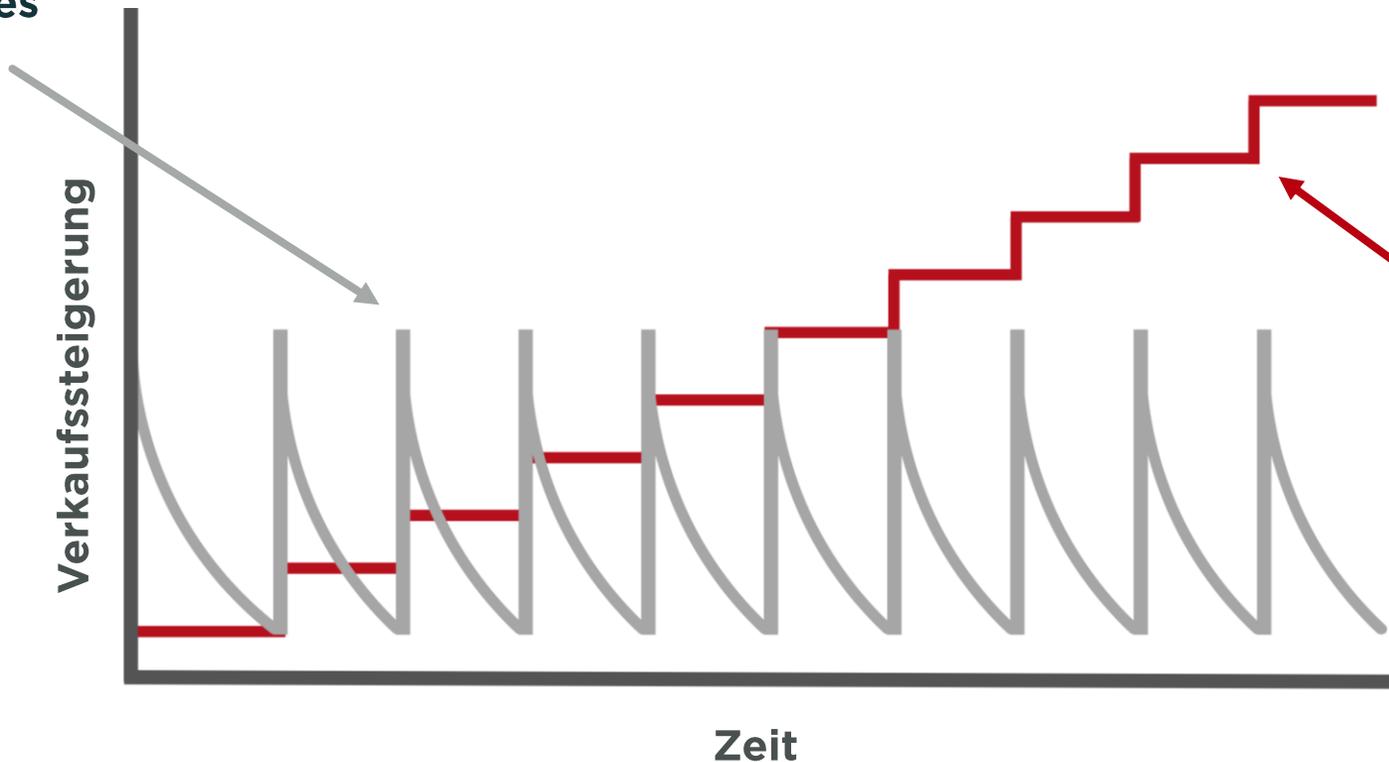
Nachhaltiges Markenwachstum mit Audio



Die kurz- und langfristigen Effekte von Werbung

Kombination von (kurzfristiger) Aktivierung und (nachhaltigem) Markenaufbau als Erfolgsformel

Kurzfristige Sales Effekte durch Aktivierungskampagnen



Die Wirkung von **Brand Building-Kampagnen** setzt nicht unmittelbar ein - Umsatz und Markenerfolg wachsen aber kontinuierlich

Brand Building

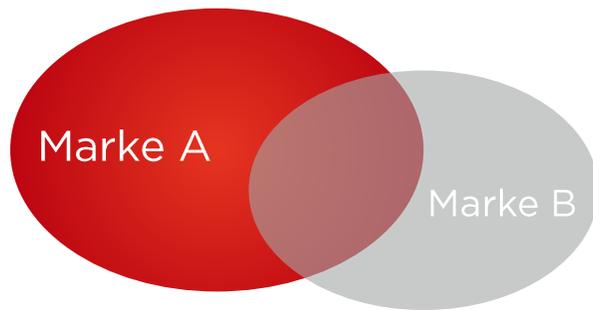
= Aktivierung des
zukünftigen Bedarfs



Wie funktionieren Märkte?

Marken können nur wachsen, wenn sie aus den Tiefen des Marktes neue Käufer:innen gewinnen

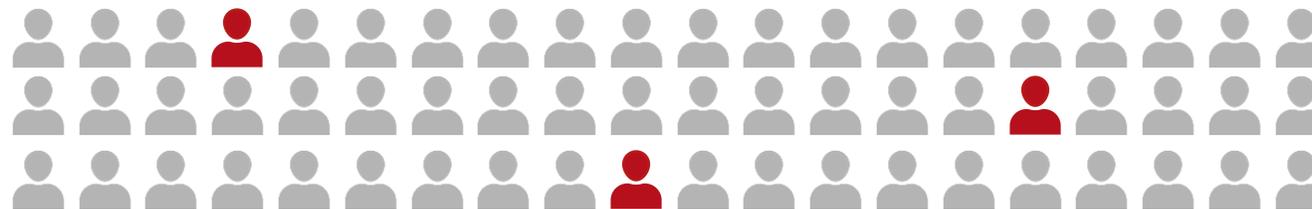
Erfolgreiche Marken haben mehr Käufer:innen



Das Potenzial liegt bei Gelegenheitskäufer:innen



Nur 5% der Menschen haben im Moment der Werbung Kaufbedarf



Wie treffen Menschen Konsum-Entscheidungen?

Erfolgreiche Marken sind „easy to buy and easy to think of“

Das Modell der mentalen Verfügbarkeit





Vordrängeln im Kopf

*„Mental availability is about making your **brand known** and **easily thought of** in buying situations.“*

Jenni Romaniuk

Research Professor, Ehrenberg-Bass Institute, University of South Australia

Perspektivwechsel

Von der **Markenperspektive** ...



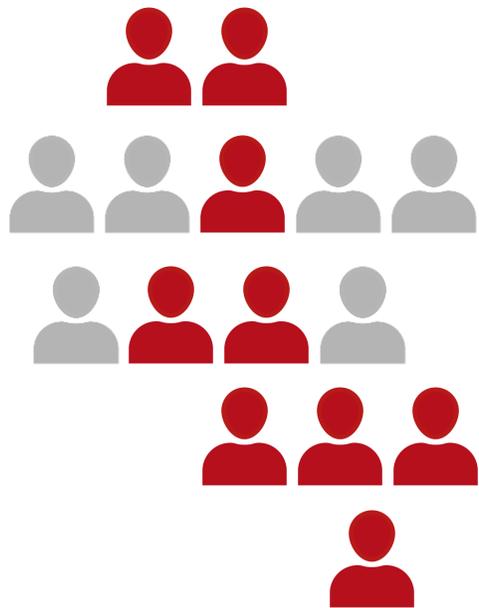
... zur **Konsument:innen-**
perspektive



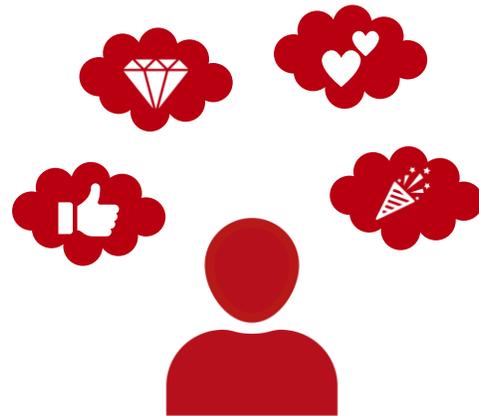
Das Modell der mentalen Verfügbarkeit

Unsere Markenwahl ist bestimmt durch die Verknüpfung einer Marke mit Bedarfssituationen

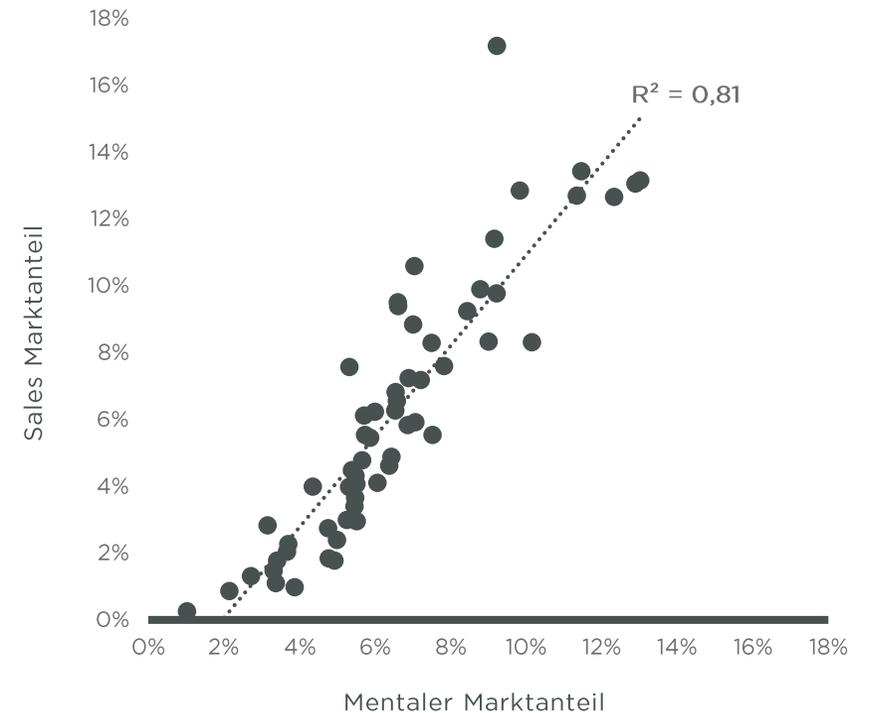
Mentale Reichweite



Assoziationsspektrum



Mentaler Marktanteil



RADIOWERBUNG
ist ein **mächtiger Hebel**
im **Aufbau mentaler Verfügbarkeit**

Brandlift *bellaflo*



Studiensteckbrief

Methode

CAWI - mittels
Online Access Panel
(Marketagent)



Stichprobe

n = 1.590
19-65 Jahre
repräsentativ für die
österr. Bevölkerung



Feldarbeit

26.05. - 02.06.2025

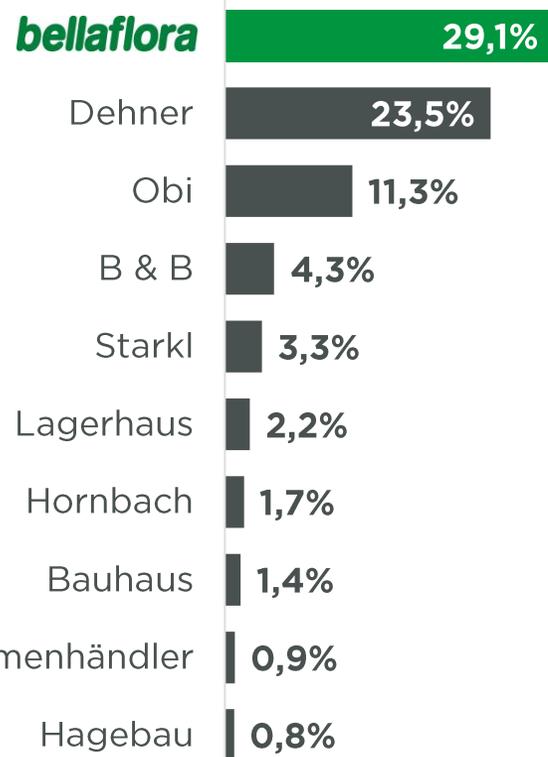


Kampagne on air: 28.04.2025 - 15.06.2025

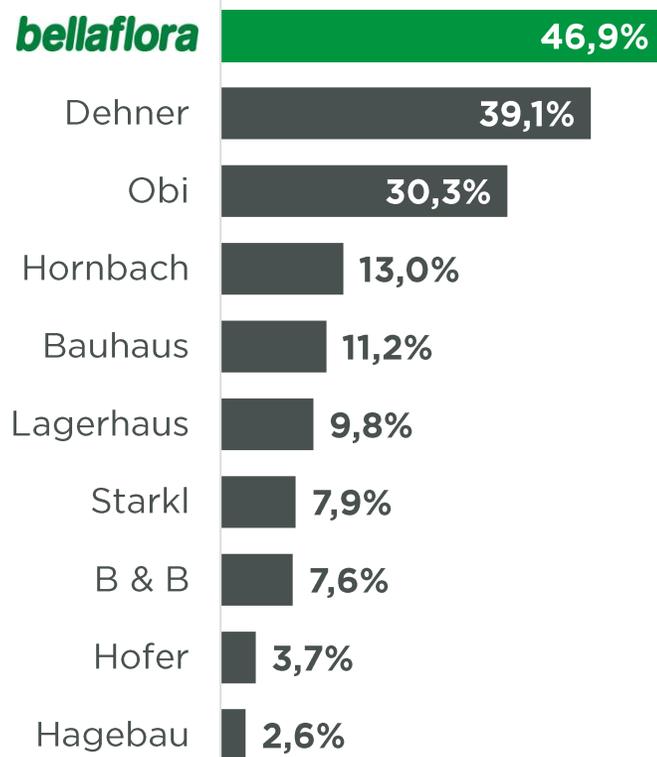
Bekannte Händler

... im Bereich Pflanzen & Blumen

Top of Mind



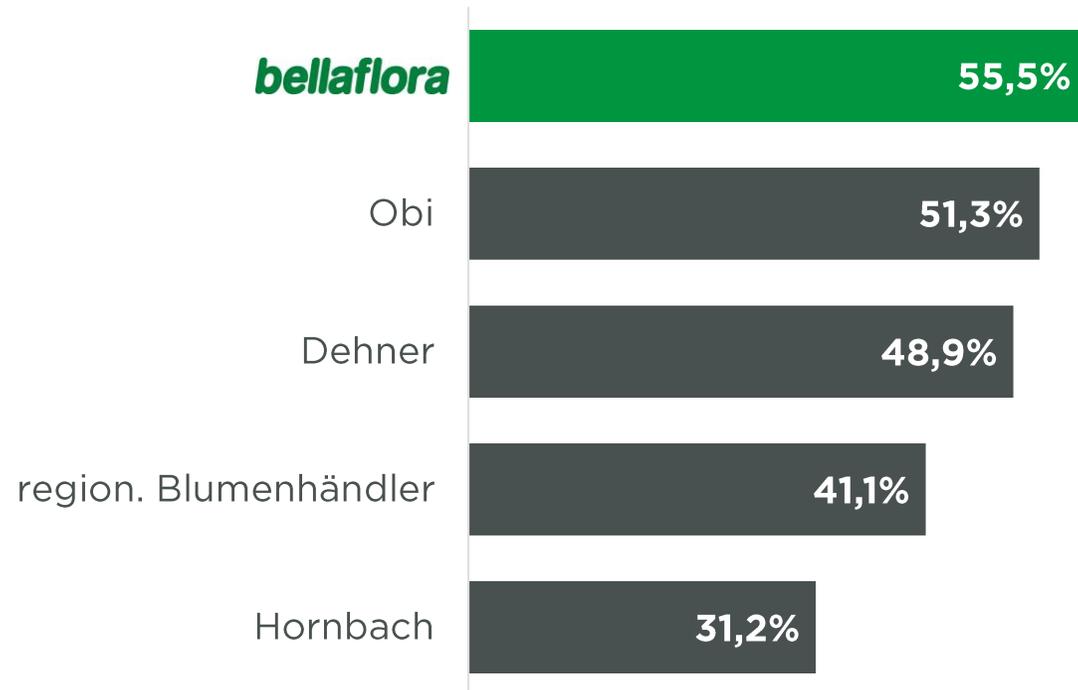
Ungestützte Bekanntheit



10. [...] Welche Händler, bei denen man Pflanzen und Blumen kaufen kann, kennen Sie zumindest dem Namen nach? | Basis: Kernzielgruppe | n=1.590 | Top 10 | ungestützte Abfrage

Relevante Händler

... für den Kauf von Pflanzen & Blumen



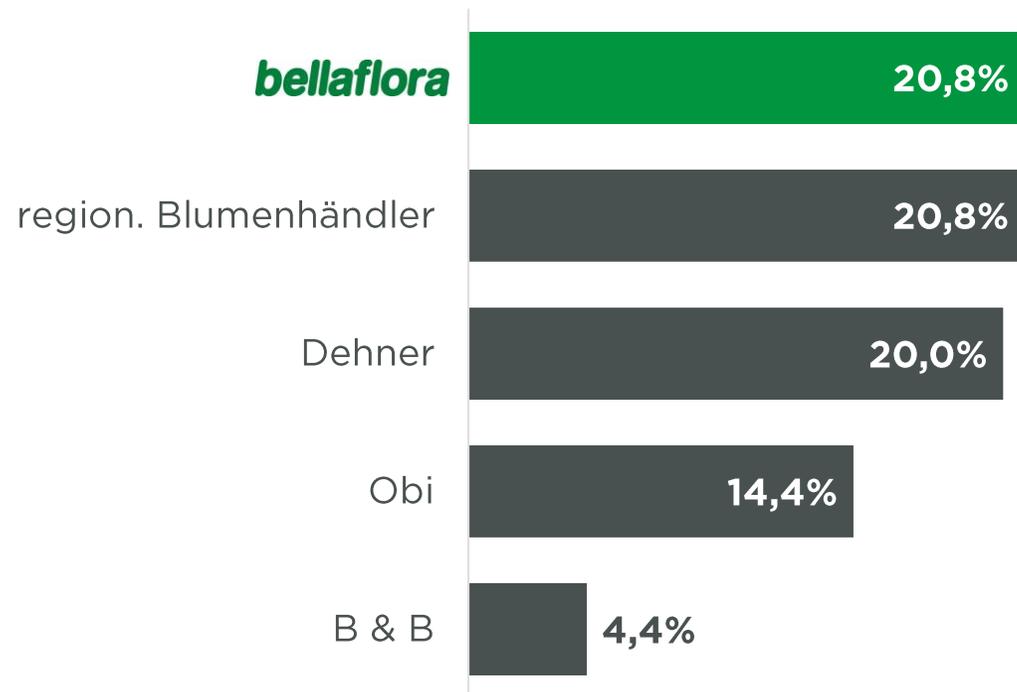
Spot im Radio gehört	Spot nicht gehört
59,2%	50,7%
+17%	



16. Welche dieser Händler kommen für Sie grundsätzlich (wieder) in Frage, wenn Sie Pflanzen oder Blumen kaufen möchten?
Basis: Kernzielgruppe & zumindest ein Händler ist bekannt | n=1.588 | Mehrfach-Nennung möglich | Top 5 | gestützte Abfrage

Erste Wahl

... beim Kauf von Pflanzen & Blumen



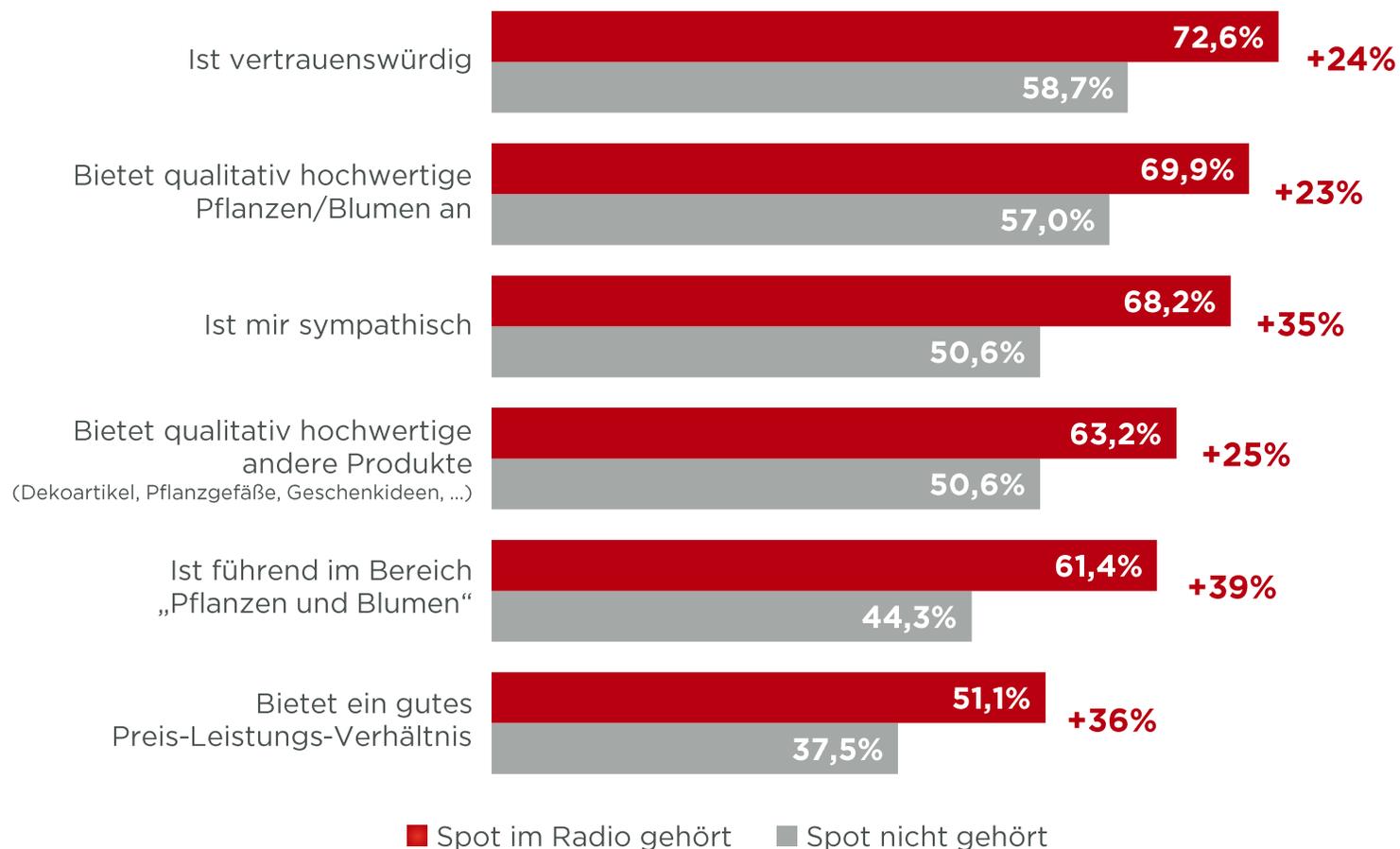
Spot im Radio gehört	Spot nicht gehört
23,3%	17,5%
+33%	



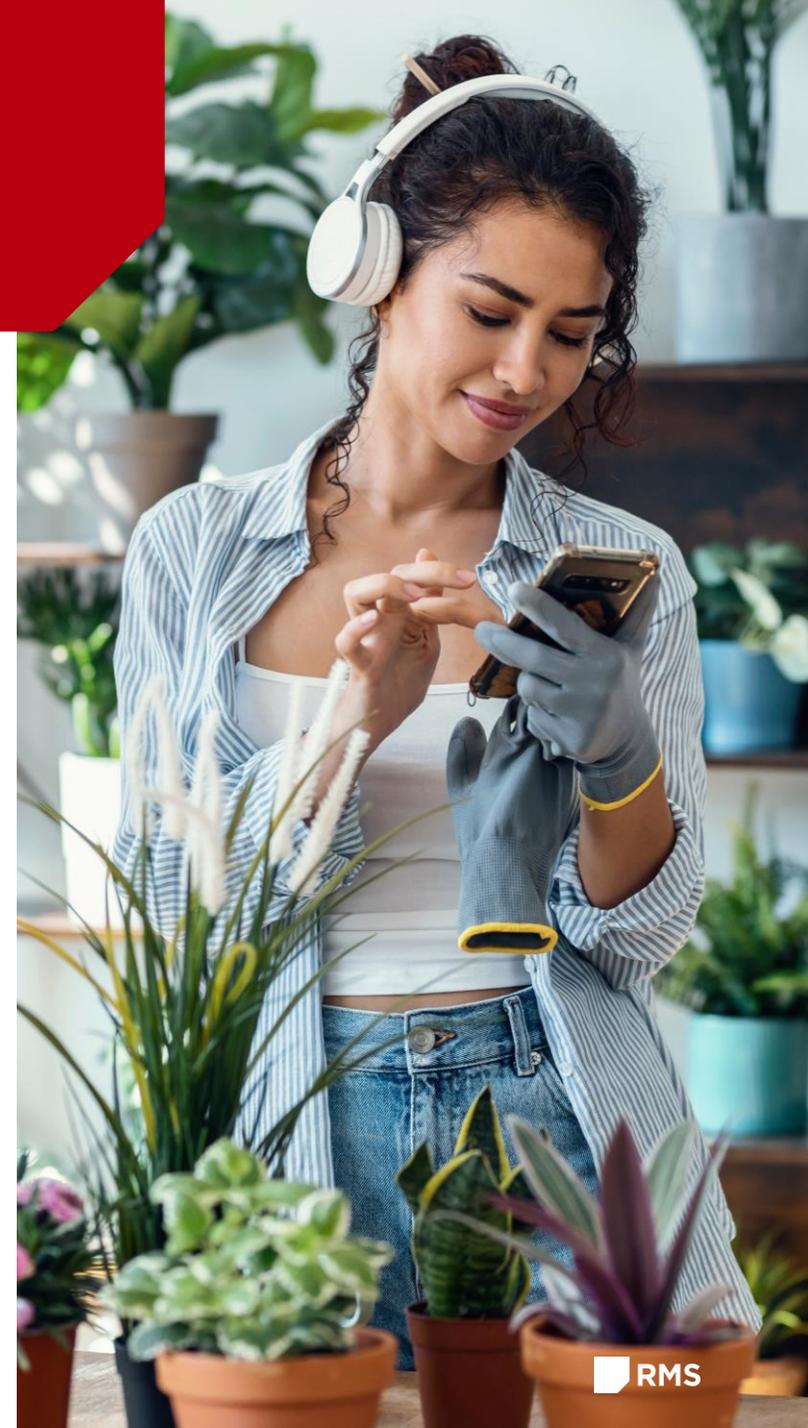
17. Und welcher dieser Händler wäre beim nächsten Einkauf von Pflanzen oder Blumen Ihre erste Wahl?
Basis: Kernzielgruppe & zumindest ein Händler kommt in Frage | n=1.542 | Top 5 | gestützte Abfrage

Image von *bellaflora*

... wird durch Kontakt mit Radiospot signifikant gesteigert



22. [...] Inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften und Aussagen Ihrer Meinung nach auf bellaflora zu? | Basis: Kernzielgruppe & bellaflora ist bekannt | Top-2-Box: trifft voll und ganz zu/eher zu



Mentale Verfügbarkeit ist messbar

... und besteht aus drei Kennzahlen

Mentale Reichweite

Anteil an Konsument:innen mit mindestens einer Markenassoziation

Assoziations-spektrum

Ø Anzahl an Assoziationen mit der jeweiligen Marke

zeigt die Größe des Assoziationsnetzwerks einer Marke

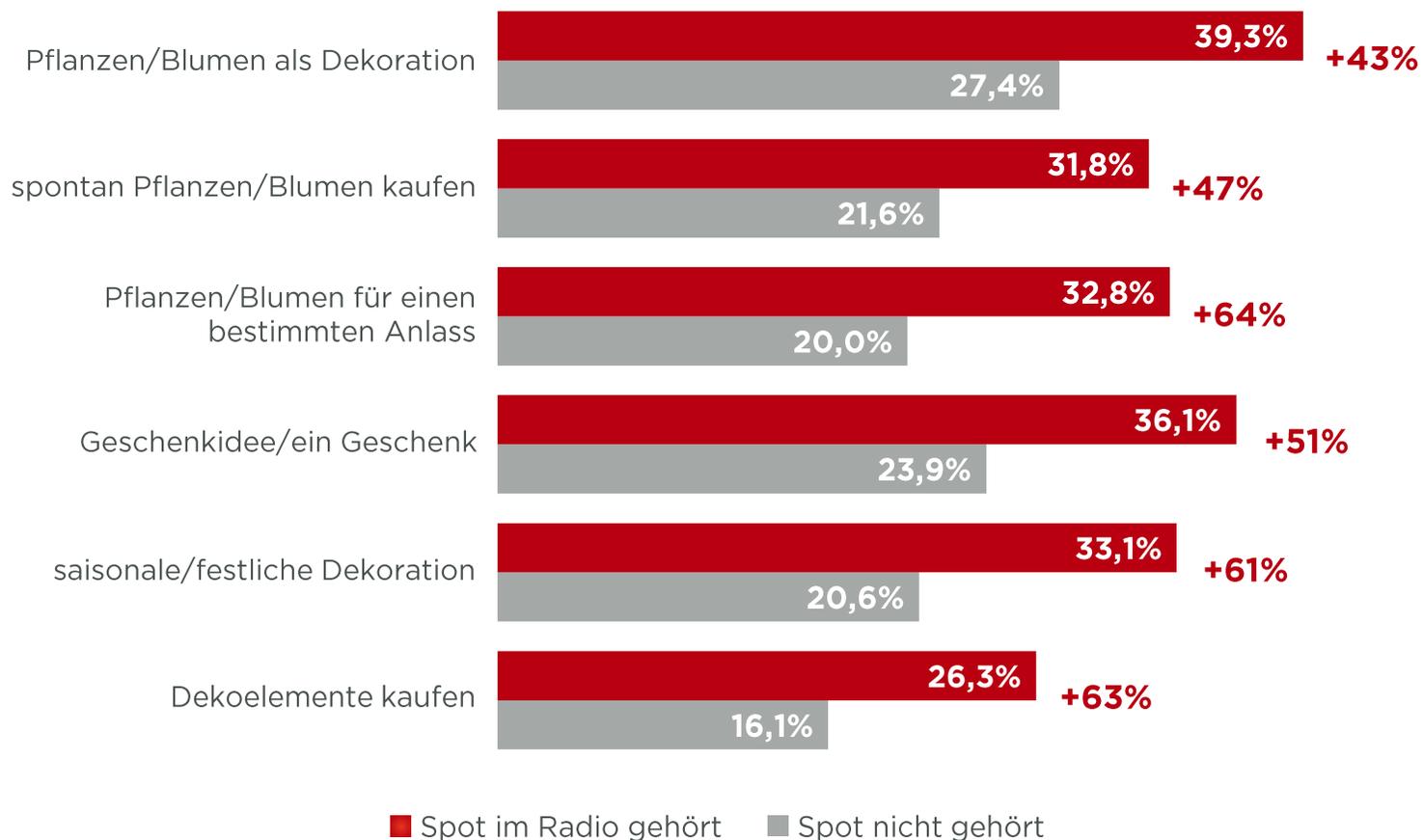
Mentaler Marktanteil

Anteil der Assoziationen einer Marke an den Gesamt-Assoziationen aller Marken

Erfolgreiche Marken sind bei besonders vielen Menschen mit **besonders vielen Bedarfssituationen assoziiert.**

Bedarfssituationen (CEPs) für *bellaflo*

Verknüpfung mit CEPs steigt signifikant durch Kontakt mit Radiospot

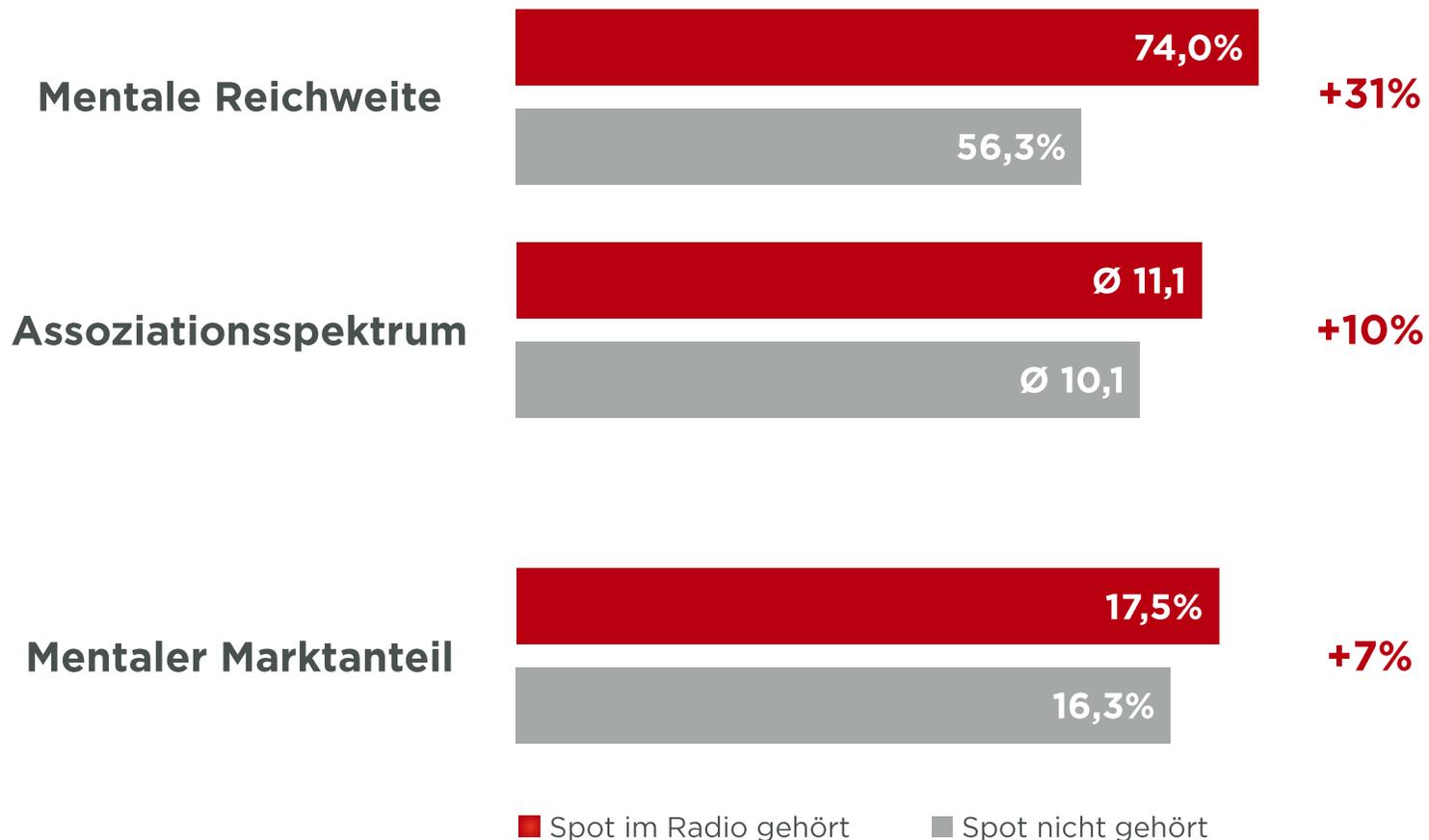


20. / 21. An welche Händler denken Sie am stärksten, wenn Sie sich in folgenden Situationen befinden? [...] | Basis: Kernzielgruppe | n=1.590 | Mehrfach-Nennung möglich



Mentale Verfügbarkeit von *bellaflora*

... wird durch Kontakt mit dem Radiospot gesteigert



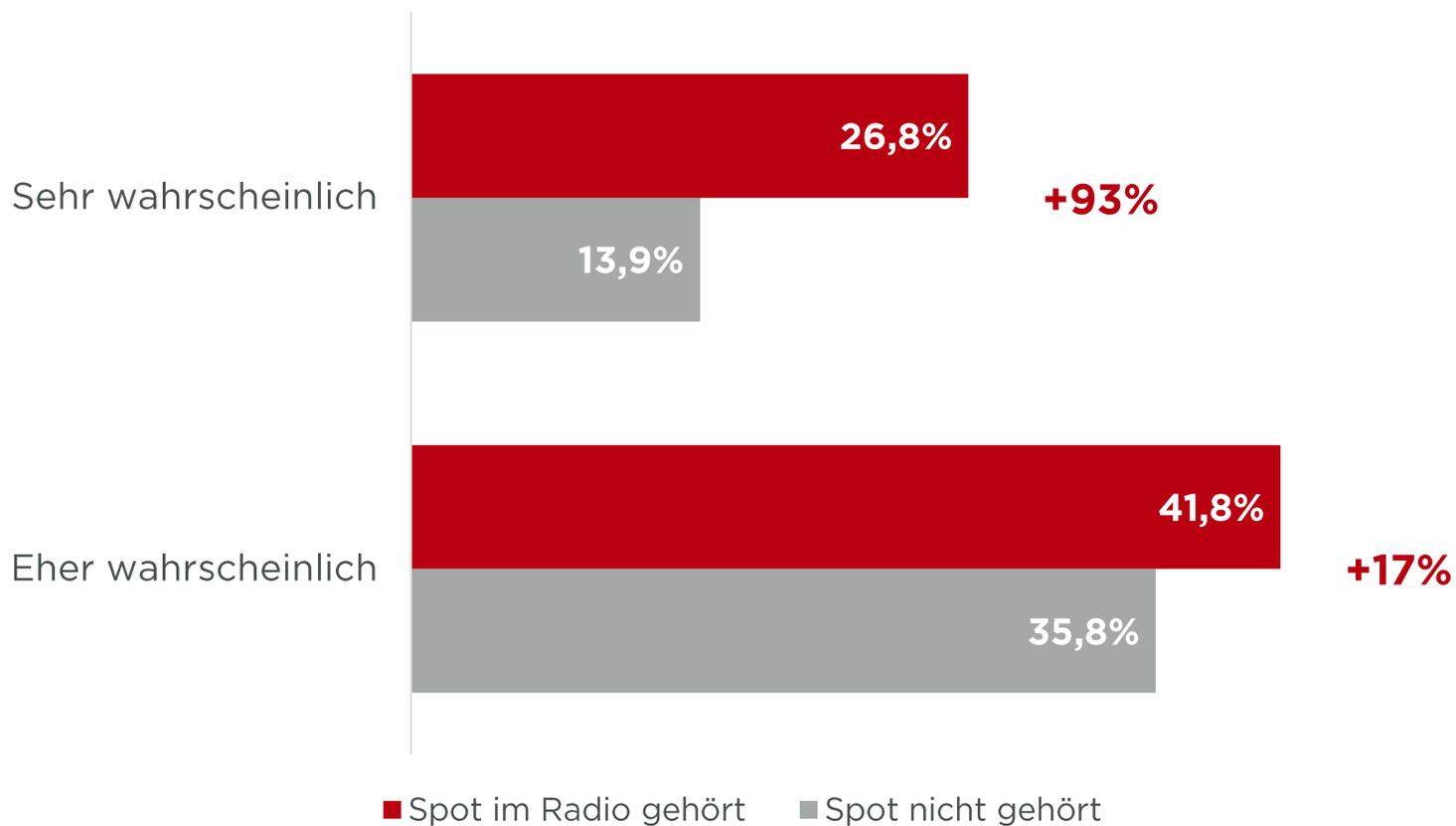
Wo **Audiowerbung** einen „Fußabdruck“ im Gedächtnis hinterlassen hat, ist die **mentale Verfügbarkeit höher**

... denn **alle Audiowege führen ins limbische System**



Weiterempfehlung von *bellaflora*

... steigt signifikant durch Kontakt mit Radiospot

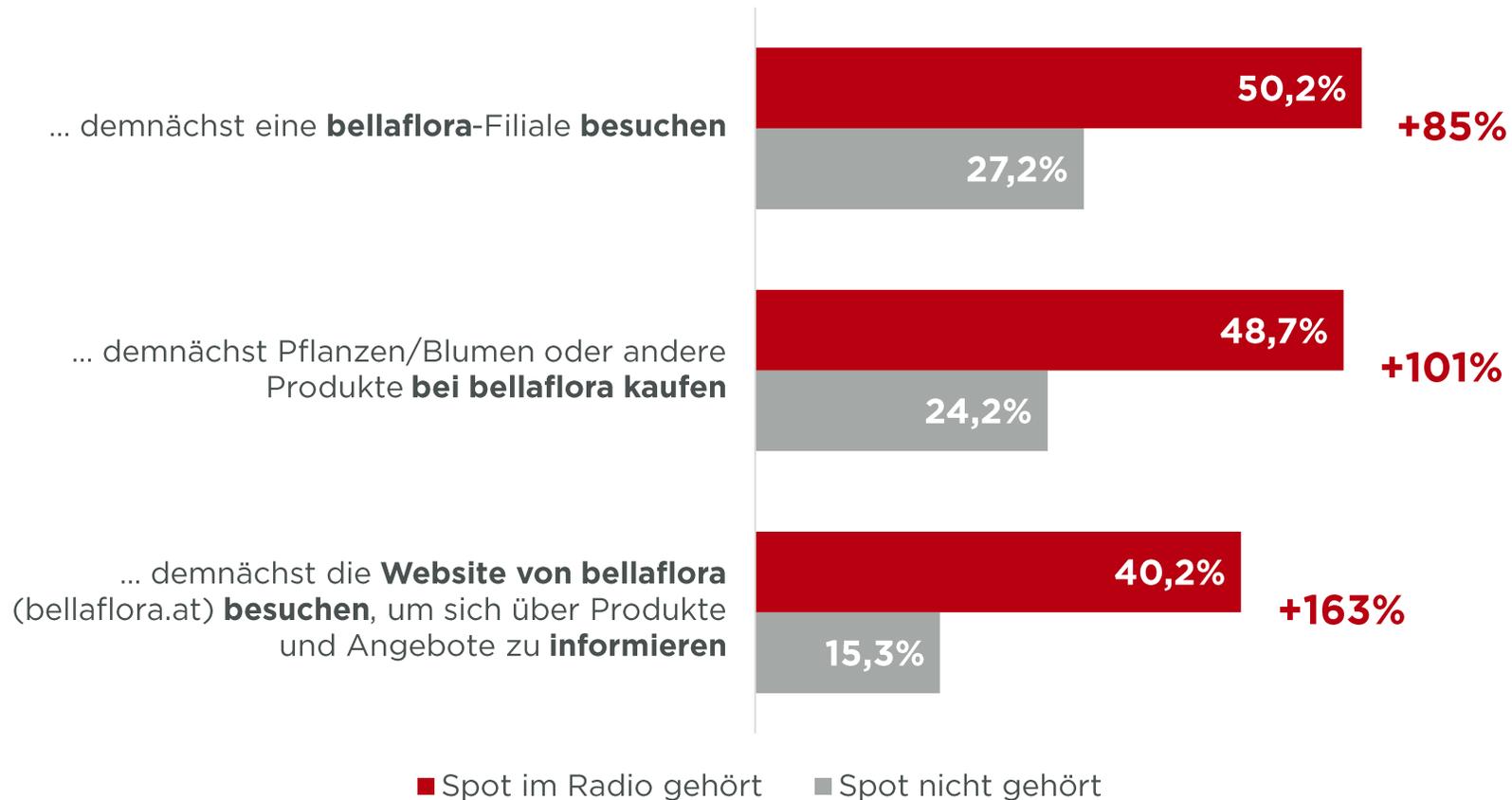


23. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie bellaflora Freund*innen oder Kolleg*innen weiterempfehlen? | Basis: Kernzielgruppe & bellaflora ist bekannt | n=1.476
MW 2,4 (Skala von "1 = Sehr wahrscheinlich" bis "5 = Sehr unwahrscheinlich")



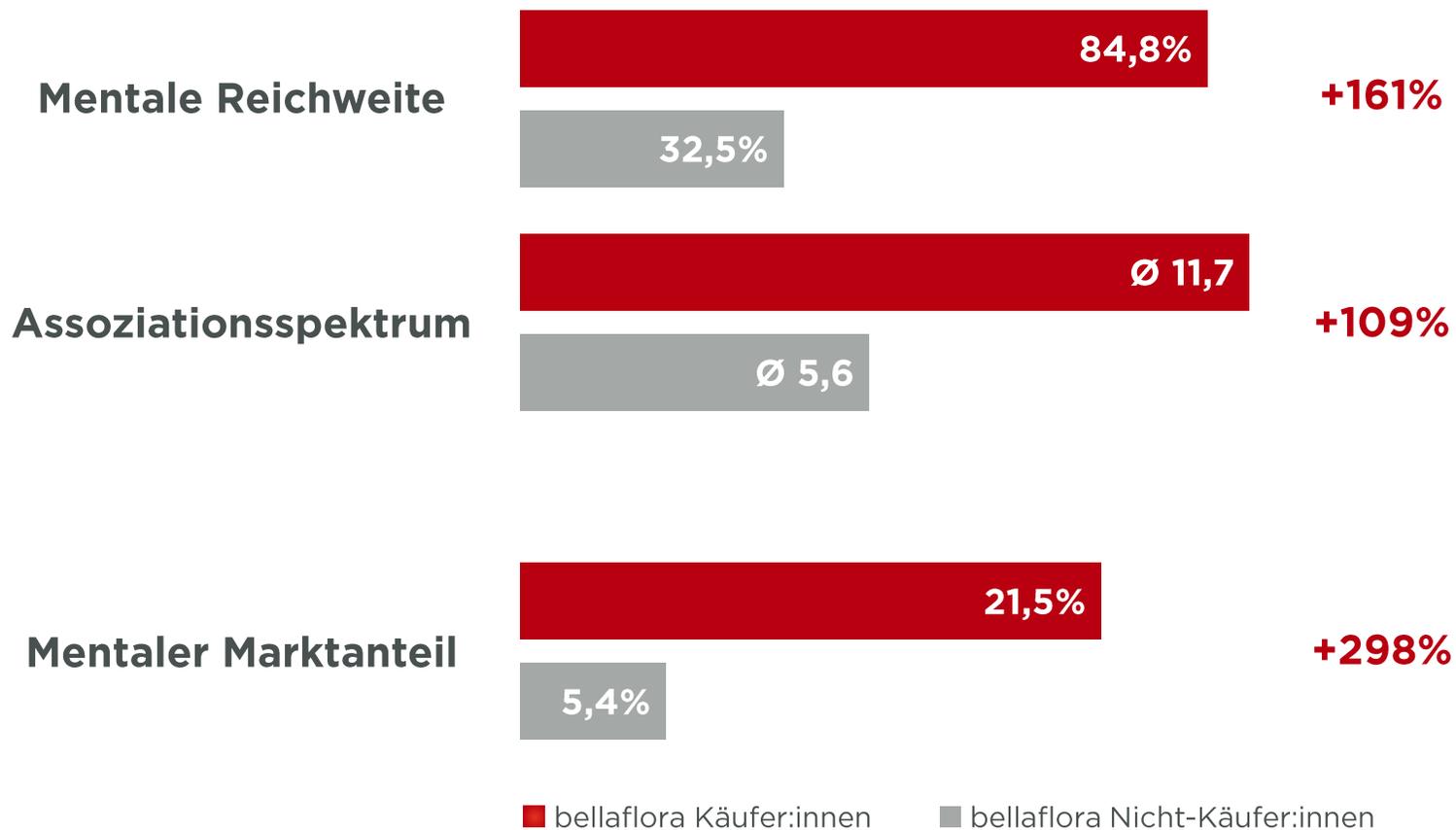
Kauf- und Besuchswahrscheinlichkeit

... erhöht sich durch Kontakt mit dem Radiospot signifikant



Mentale Verfügbarkeit von *bellaflora*

... ist nach einem Kauf (= Einlösen der Erwartungen) deutlich höher



*„Produkte werden in einer
Fabrik hergestellt... aber
Marken entstehen im Kopf.“*

Walter Landor





Stefan Gensasz

Head of Market and Media Research

+43 676 522 78 81

stefan.gensasz@rms-austria.at

Mehr Informationen über die Welt von Audio unter

www.rms-austria.at

