

# Die mentale Nummer 1

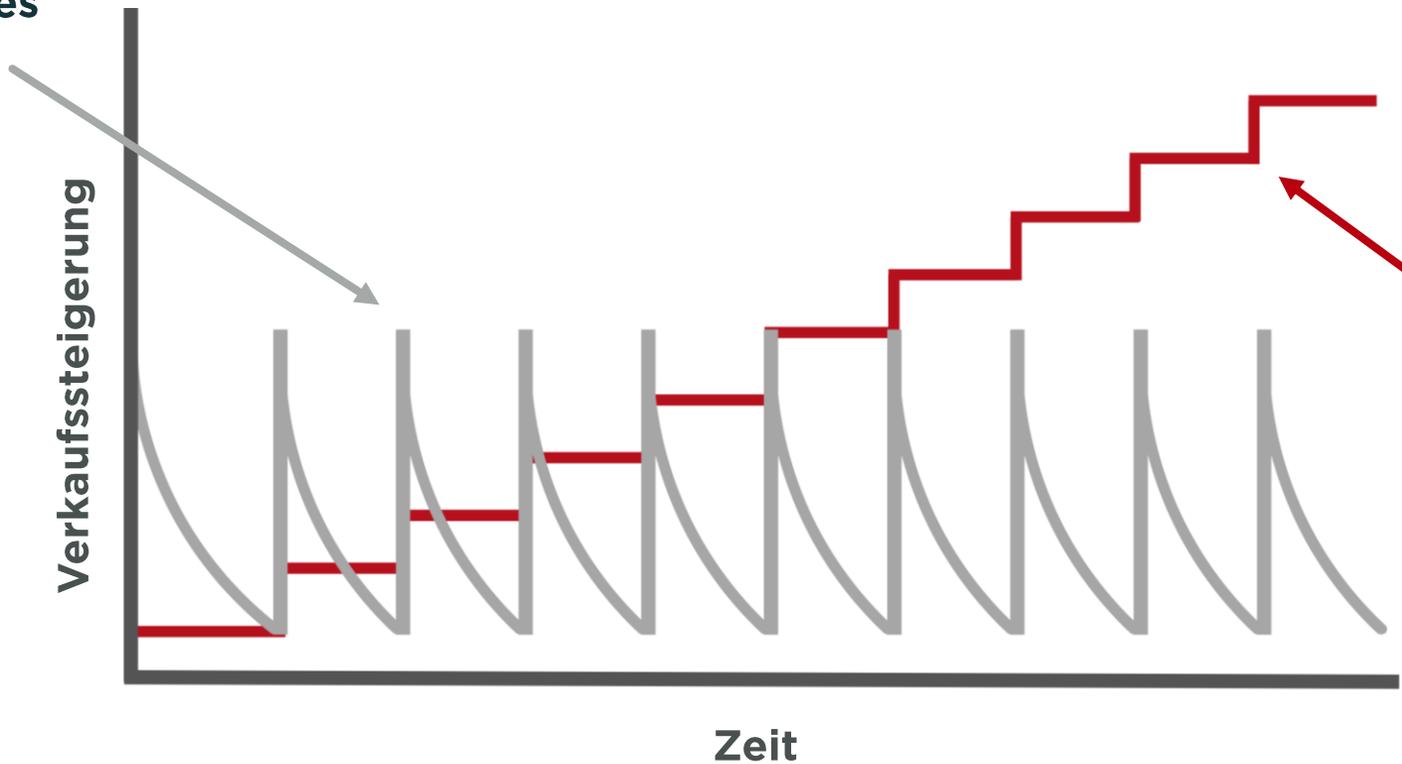
Nachhaltiges Markenwachstum mit Audio



# 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

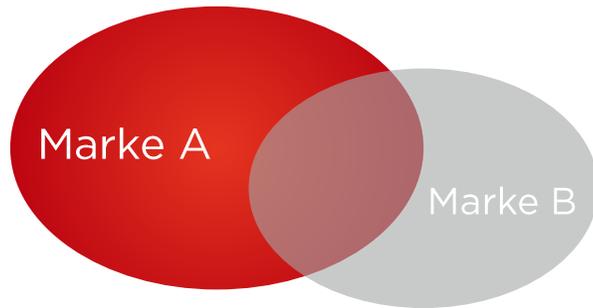
= Aktivierung des  
zukünftigen Bedarfs



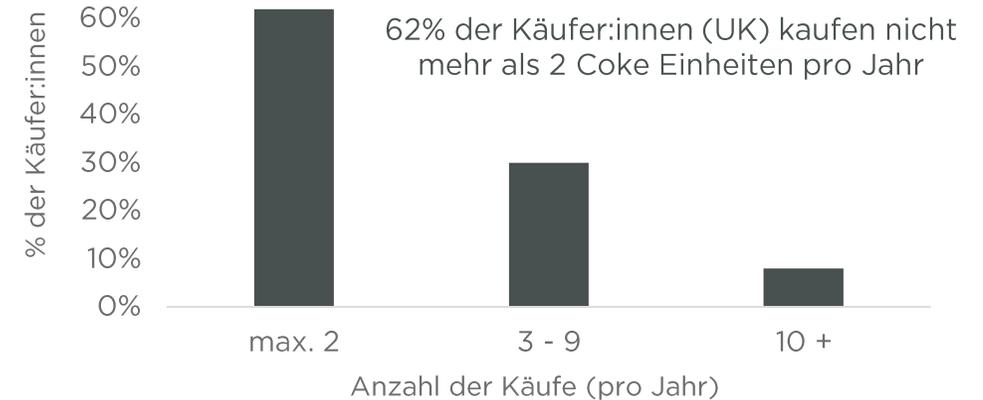
# Wie funktionieren Märkte?

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

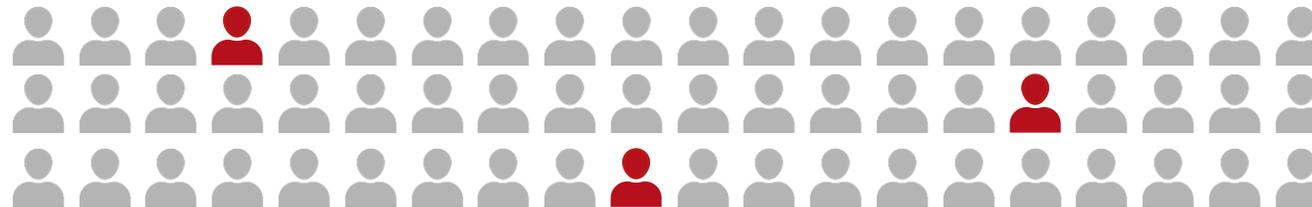
## Erfolgreiche Marken haben mehr Käufer:innen



## 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** ...



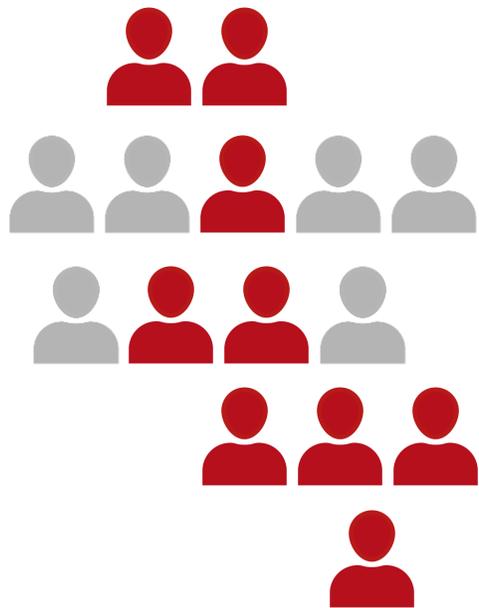
... zur **Konsument:innen-**  
**perspektive**



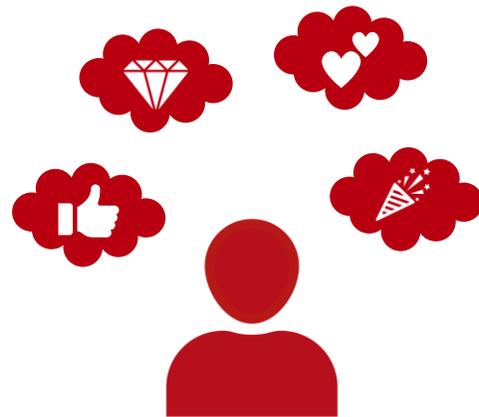
# Das Modell der mentalen Verfügbarkeit

Unsere Markenwahl ist bestimmt durch die Verknüpfung einer Marke mit Bedarfssituationen

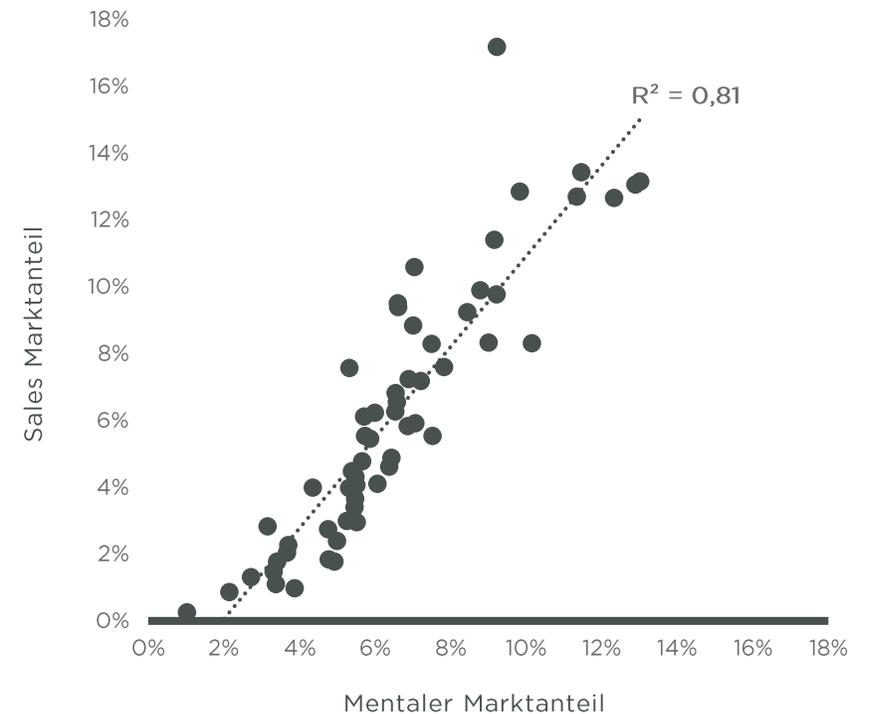
## Mentale Reichweite



## Assoziationsspektrum



## Mentaler Marktanteil



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

# Brandlift *bellaflora*



Studiensteckbrief

## Methode

CAWI - mittels  
Online Access  
Panel



## Stichprobe

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



## Feldarbeit

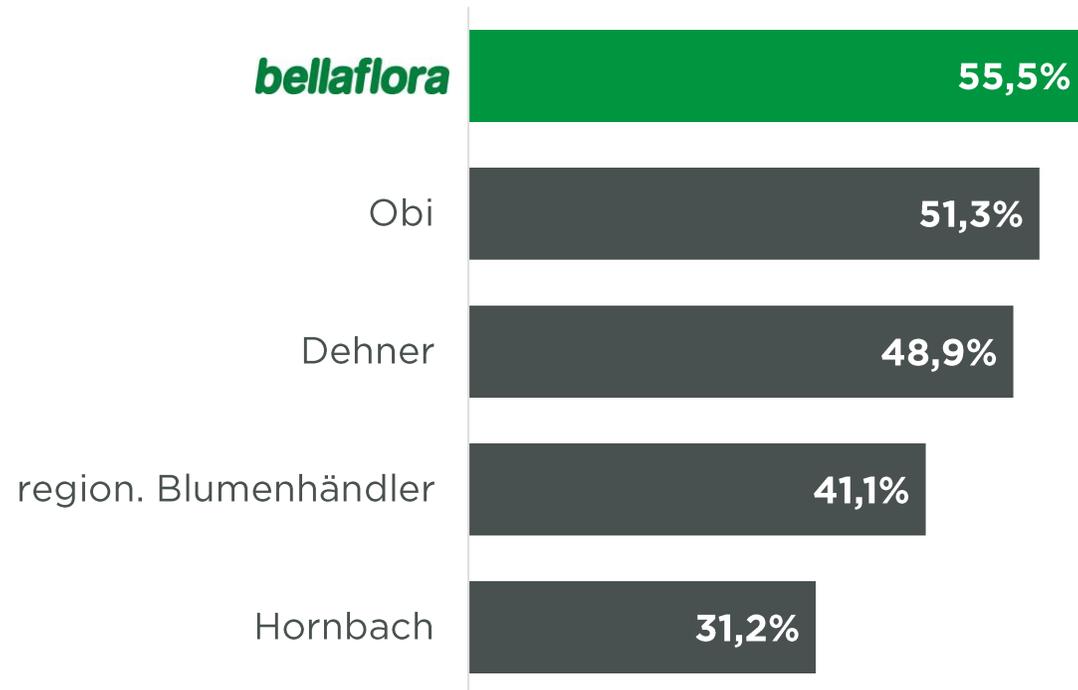
26.05. - 02.06.2025



*Kampagne on air: 28.04.2025 - 15.06.2025*

# Relevante Händler

... für den Kauf von Pflanzen & Blumen



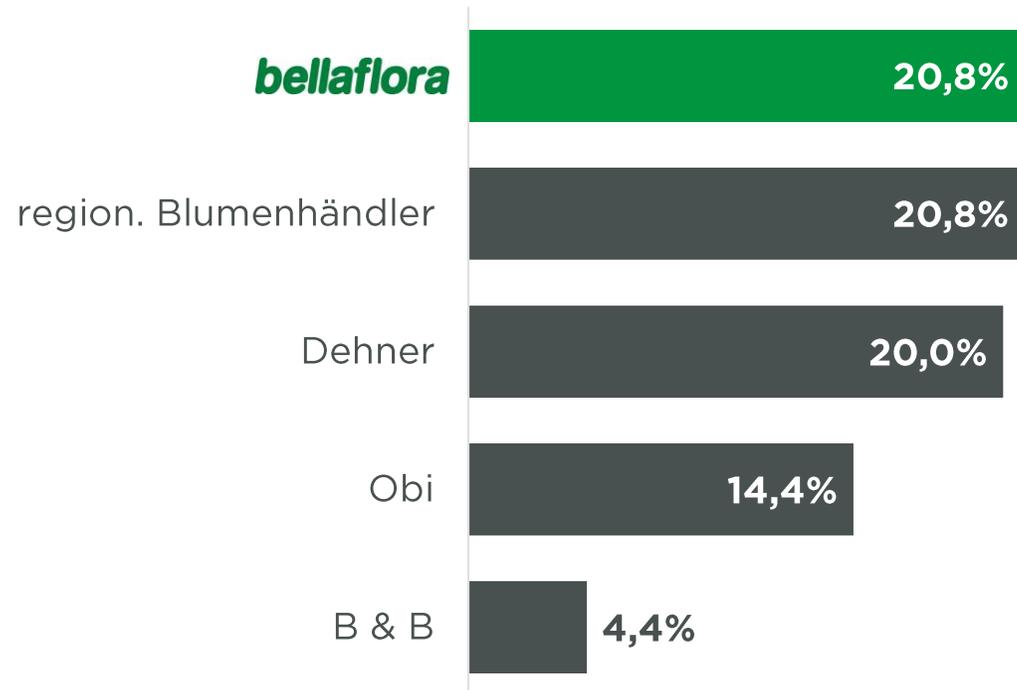
Spot im Radio gehört	Spot nicht gehört
59,2%	50,7%
<b>+17%</b>	



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%
<b>+33%</b>	



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

# Mentale Verfügbarkeit ist messbar

... und besteht aus drei Kennzahlen

## Mentale Reichweite

Anteil an Konsument:innen mit mindestens einer Markenassoziation

## Assoziations-spektrum

∅ Anzahl an Assoziationen mit der jeweiligen Marke

zeigt die Größe des Assoziationsnetzwerks einer Marke

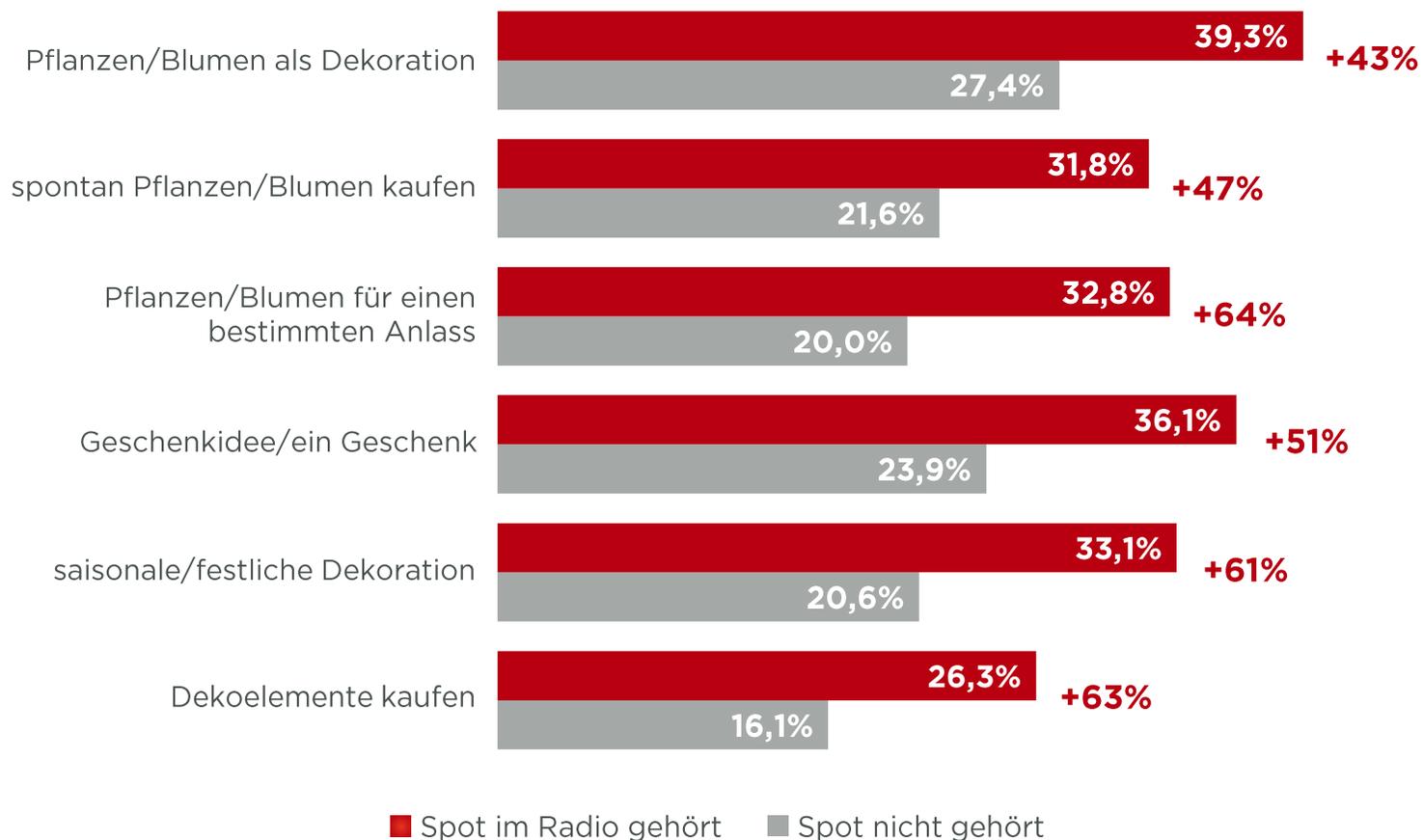
## Mentaler Marktanteil

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

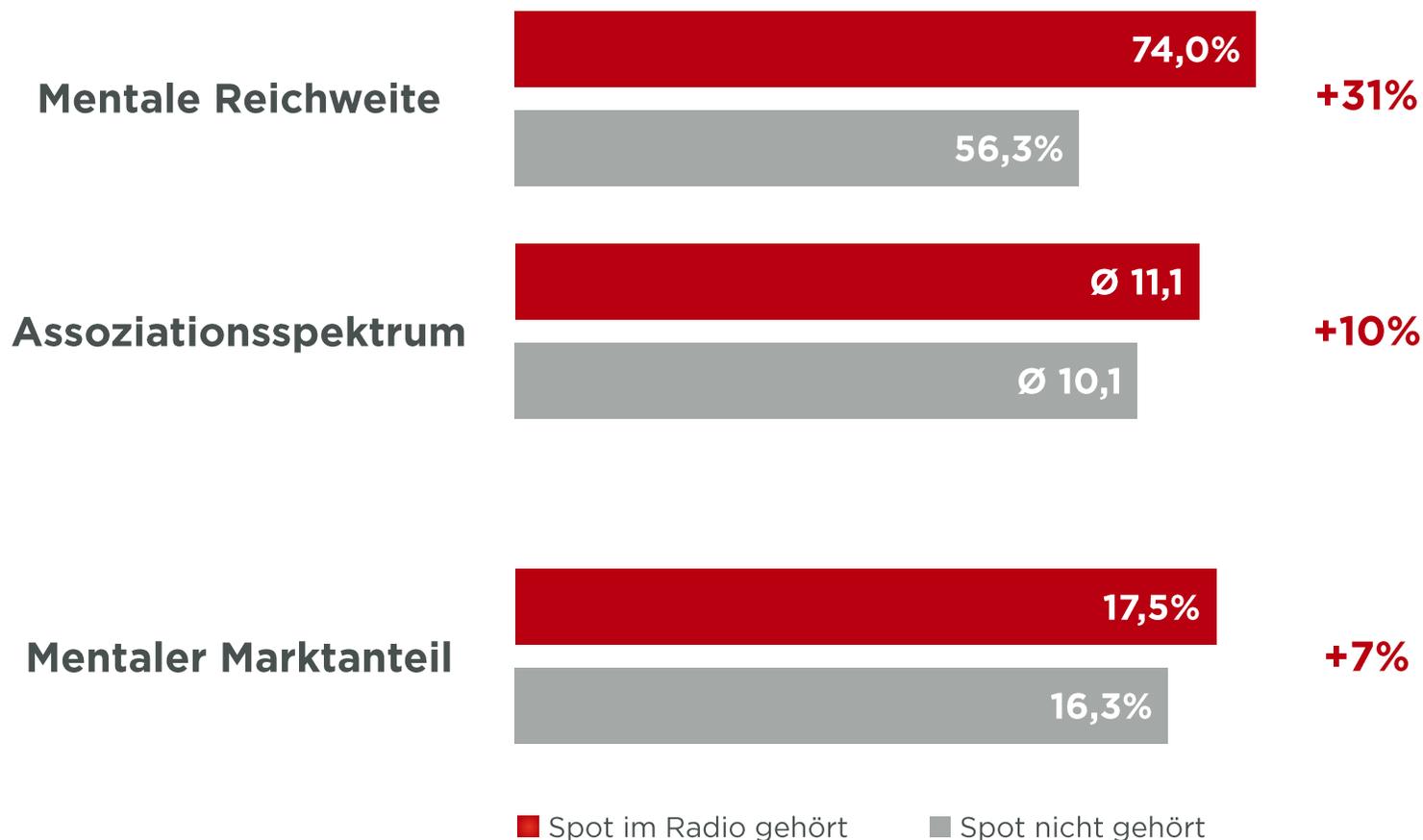


20. / 21. An welche Händler denken Sie am stärksten, wenn Sie sich in folgenden Situationen befinden? [...] | Basis: Kernzielgruppe | n=1.590 | Mehrfach-Nennung möglich



# Mentale Verfügbarkeit von *bellaflora*

... wird durch Kontakt mit dem Radiospot gesteigert



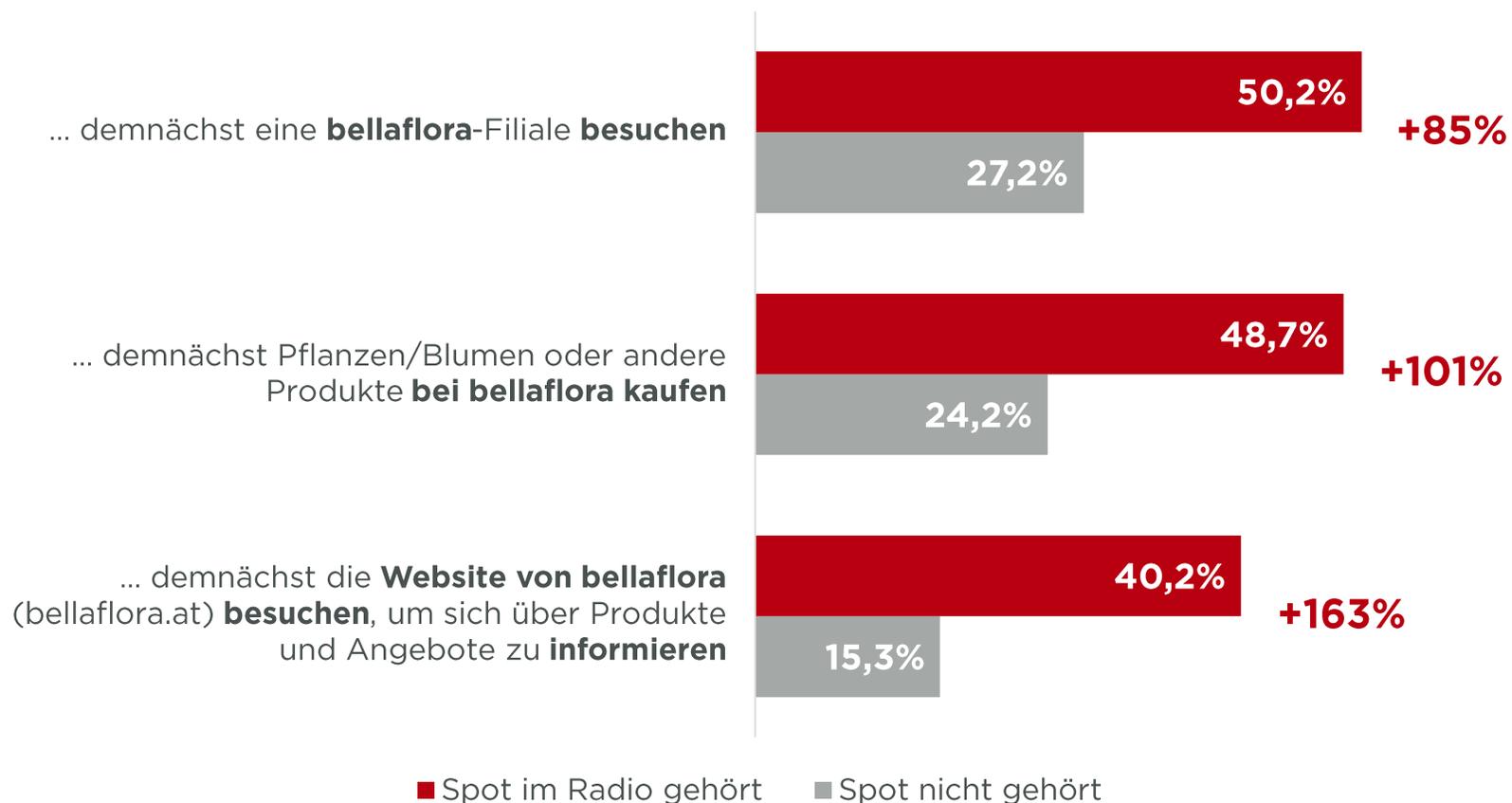
Wo **Audiowerbung** einen „Fußabdruck“ im Gedächtnis hinterlassen hat, ist die **mentale Verfügbarkeit höher**

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



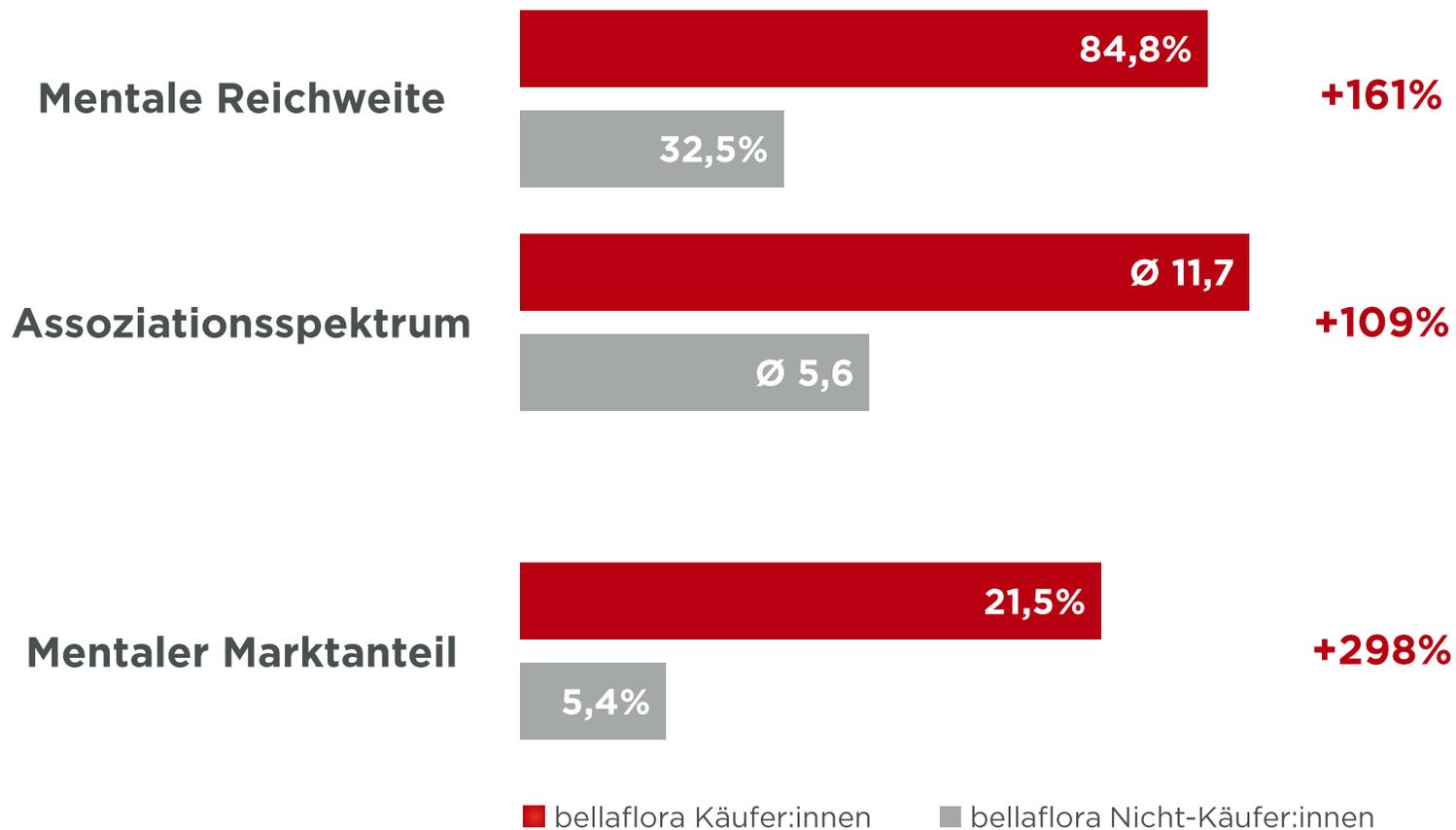
# Kauf- und Besuchswahrscheinlichkeit

... 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](mailto:stefan.gensasz@rms-austria.at)

Mehr Informationen über die Welt von Audio unter

[www.rms-austria.at](http://www.rms-austria.at)

