

AUDIO
TRACKER



#GENAUMEINS



Methodenbeschreibung

METHODE



CAWI

mittels Online-Access-Panel

STICHPROBE



n = 1.200

- Alter: 25 - 60 Jahre
- Radiohörer (in der letzten Woche)
- Verwenden zumindest gelegentlich eine Brille bzw. Lesehilfe

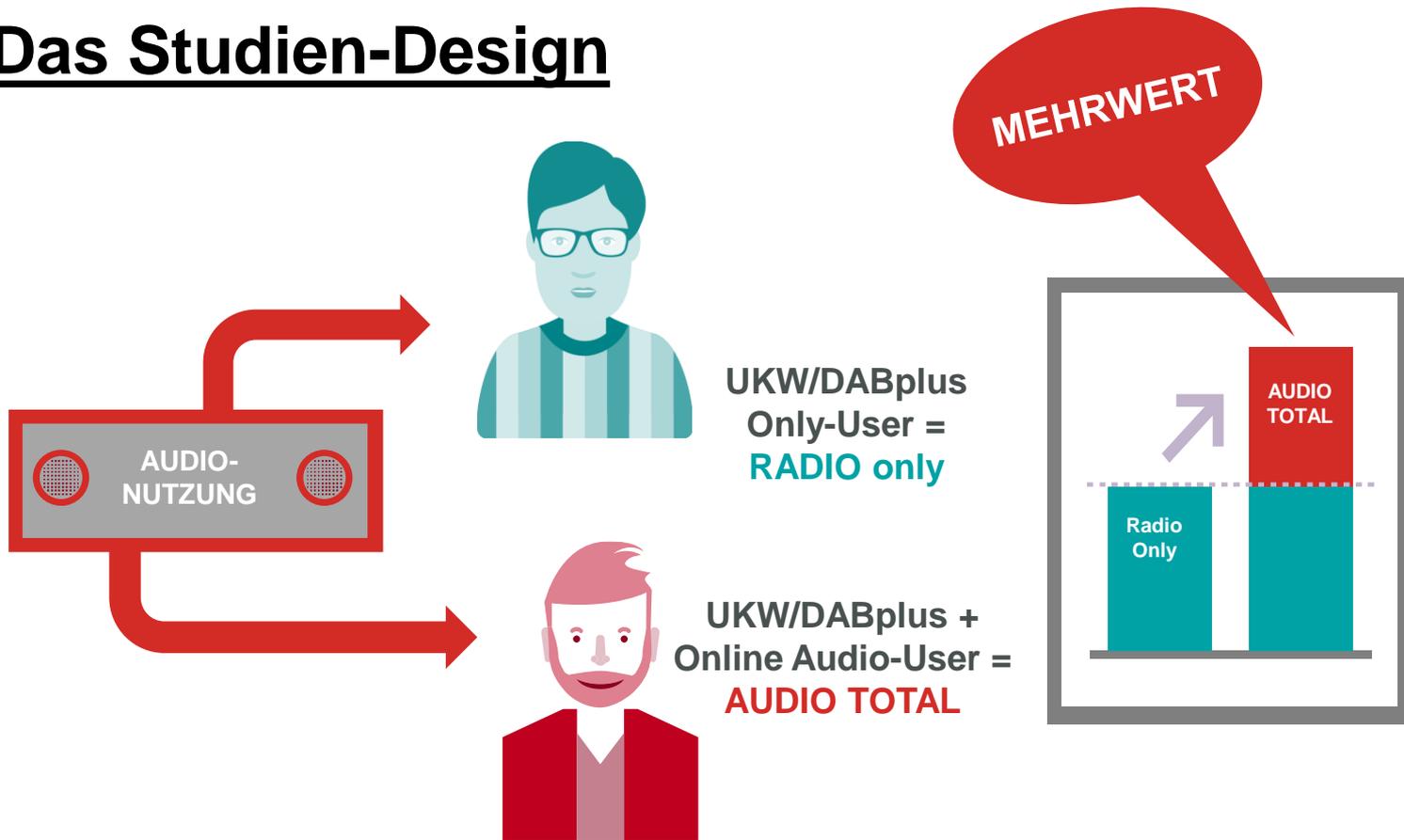
FELDARBEIT



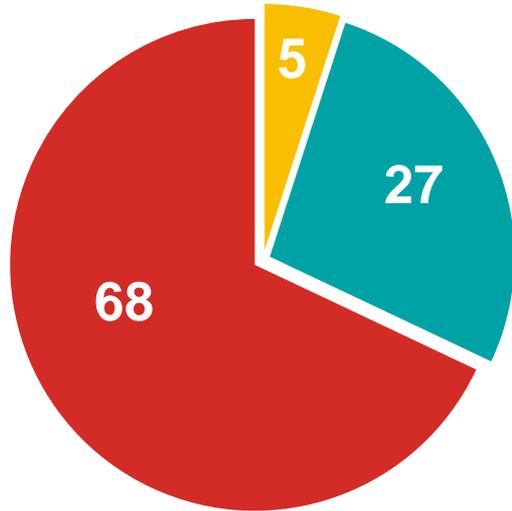
10.09.- 13.09.2021

Ø-Länge: 10 Minuten

Das Studien-Design



Die Struktur der Befragten



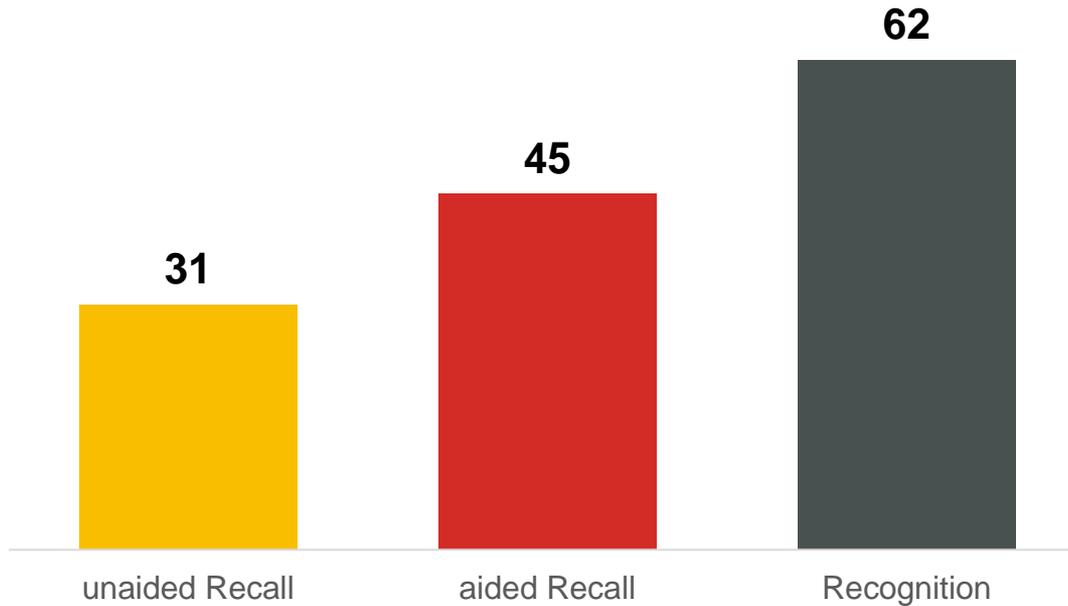
■ Online Audio only
 ■ Radio only
 ■ AUDIO TOTAL

Radio Only
 AUDIO TOTAL

Männer	48	48
Frauen	52	52
25-35 Jahre	19	36
36-49 Jahre	43	41
50-60 Jahre	38	23
Ost	50	46
Mitte	35	37
West	15	17
Ø-Anzahl gehörter Sender	1,8	2,4

Erinnerungsleistung an Hartlauer-Werbung

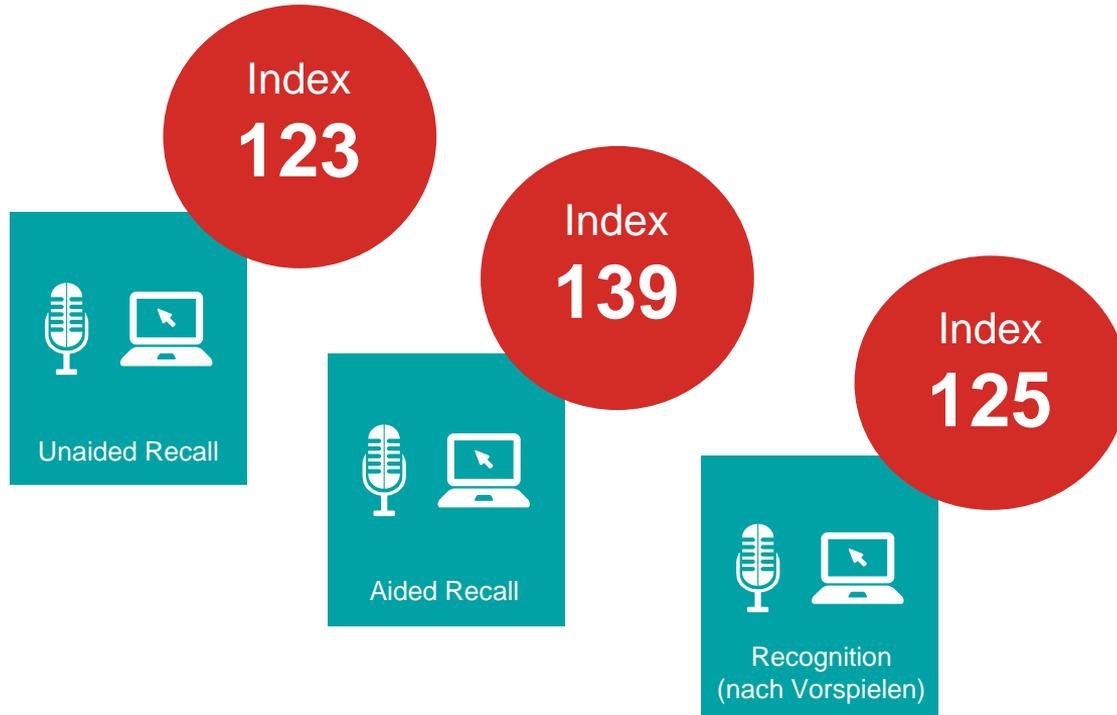
Erinnerung an Werbung von Hartlauer



Quelle: Gelszus rmm Marketing Research, September 2021, 25-60 Jahre, n=1.200; Angaben in %
„Für welches Unternehmen, das Brillen / Lesehilfen anbietet, haben Sie in letzter Zeit Werbung gehört, gesehen bzw. gelesen?“ (Recognition = nach Vorspielen des Spots)

AUDIO TOTAL-User erinnern Werbung besser

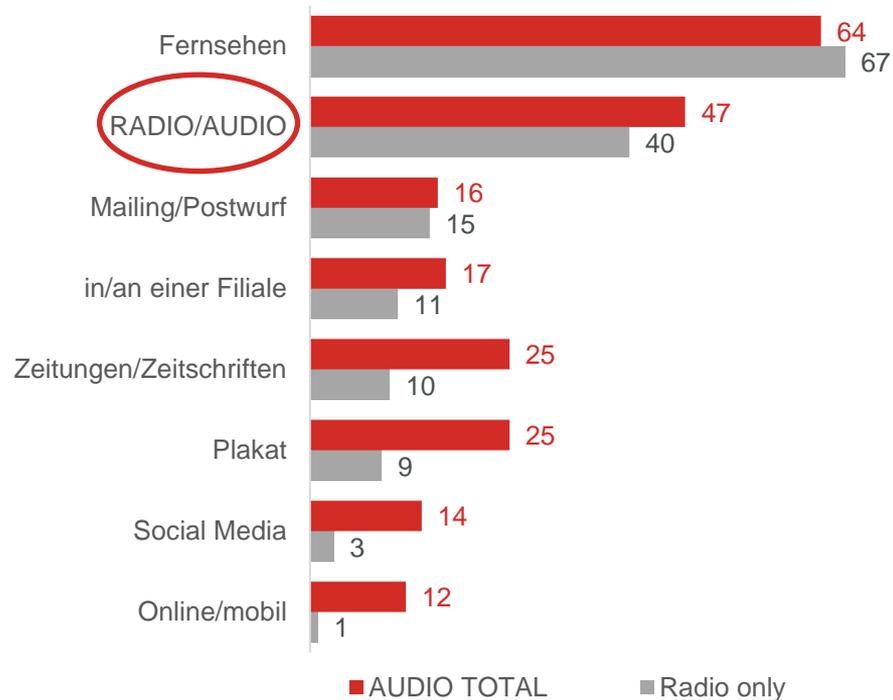
Erinnerung an Werbung von Hartlauer



Quelle: Gelszus rmm Marketing Research, September 2021, 25-60 Jahre, n=1.200; Angaben als Index (Radio only = 100)
„Für welches Unternehmen, das Brillen / Lesehilfen anbietet, haben Sie in letzter Zeit Werbung gehört, gesehen bzw. gelesen?“

AUDIO TOTAL-User erinnern Werbung besser

Erinnerung an Werbung von Hartlauer



Quelle: Gelszus rmm Marketing Research, September 2021, 25-60 Jahre, Basis = aided Recall; n=545; Angaben in %
„Wo haben Sie Werbung für Hartlauer gehört, gesehen bzw. gelesen?“

AUDIO TOTAL-User zeigen höheres Involvement

Mit AUDIO TOTAL mehr Wirkung



94

Hartlauer-Kenner

40

Werbung von Hartlauer
im Radio aufgefallen

22

Weiterempfehlung von
Hartlauer an Freunde



93

47

26

AUDIO TOTAL-User bewerten den Radiospot besser

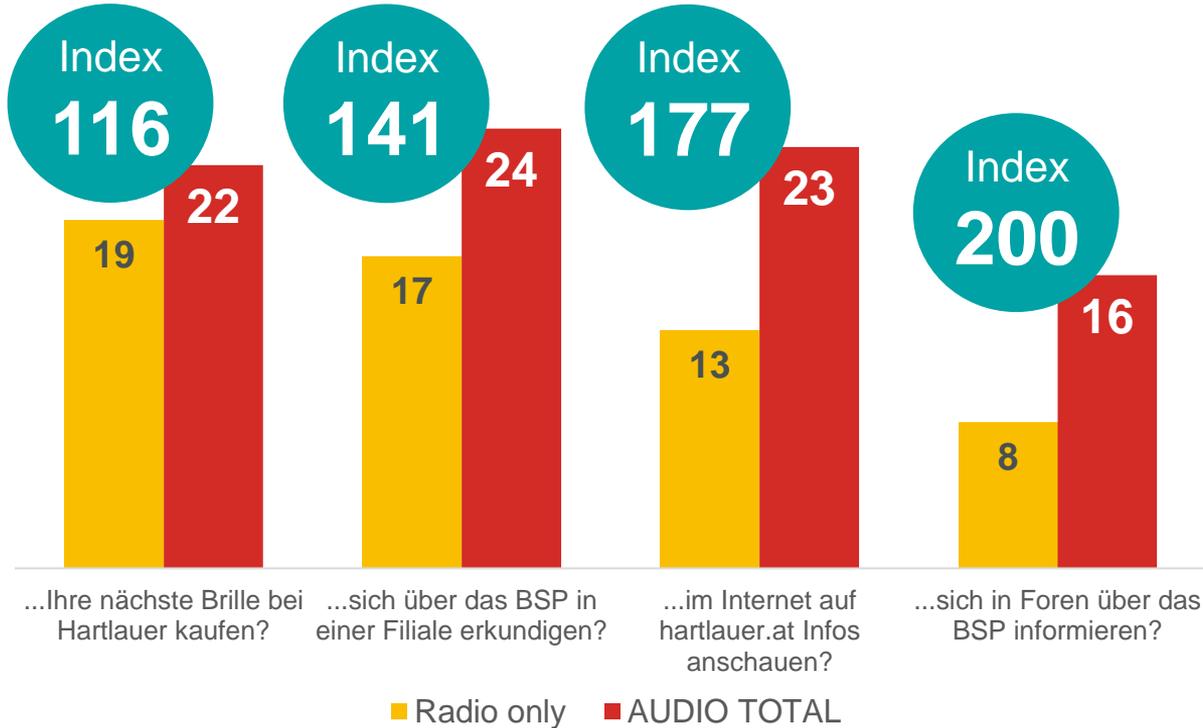
Image-Beurteilung des Radiospots von Hartlauer



Quelle: Gelszus rmm Marketing Research, September 2021, 25-60 Jahre, n=1.200; Top 2-Box von 6-stufiger Skala; Angaben als Index (Radio only = 100)
„Wie gut treffen folgende Aussagen auf den Radiospot von Hartlauer zu?“

AUDIO TOTAL aktiviert

Mit Online Audio noch höhere Aktivierungskraft



Quelle: Gelszus rmm Marketing Research, September 2021, 25-60 Jahre, n=1.200; Top 2-Box von 6-stufiger Skala; Angaben in % sowie als Index (Radio only = 100)
„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie.....?“

AUDIO TOTAL = mehr Wirkung

Tigern Sie in die AUDIO TOTAL-Welt!



**HÖHERER
RECALL**



**HÖHERES
INVOLVEMENT**



**IMAGE-
UPLIFT**



**STÄRKERE
AKTIVIERUNG**

