

AUDIO TRACKER



Methodenbeschreibung

METHODE



CAWI

mittels Online-Access-Panel

STICHPROBE



n = 1.000

- Alter: 25 – 59 Jahre
- Radiohörer in der letzten Woche
- Zumindest alle 2 Wochen PKW-Fahrer

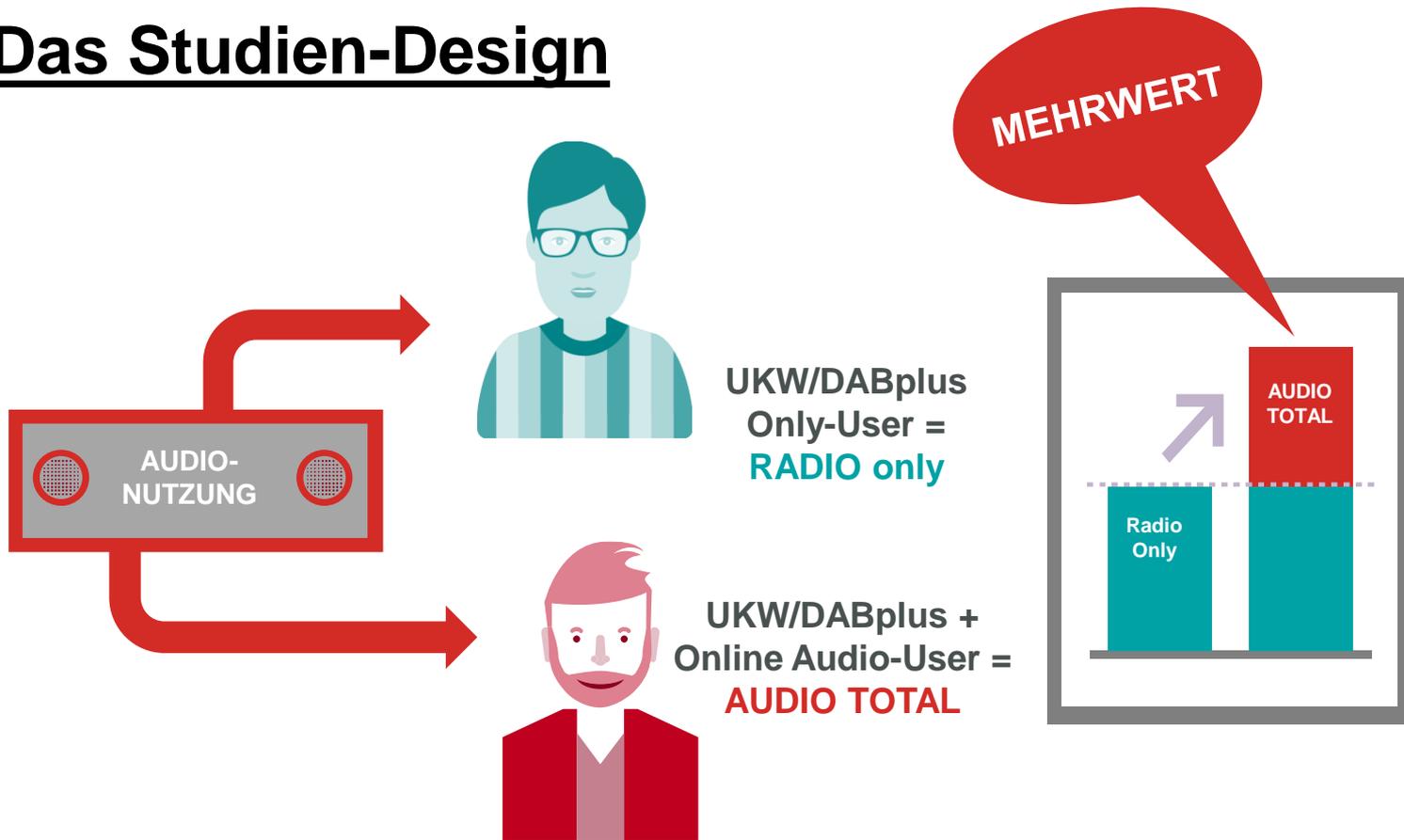
FELDARBEIT



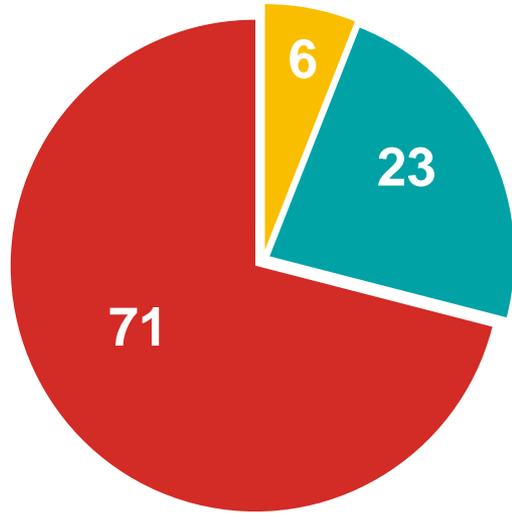
30.09.- 5.10.2021

Ø-Länge: 10 Minuten

Das Studien-Design



Die Struktur der Befragten

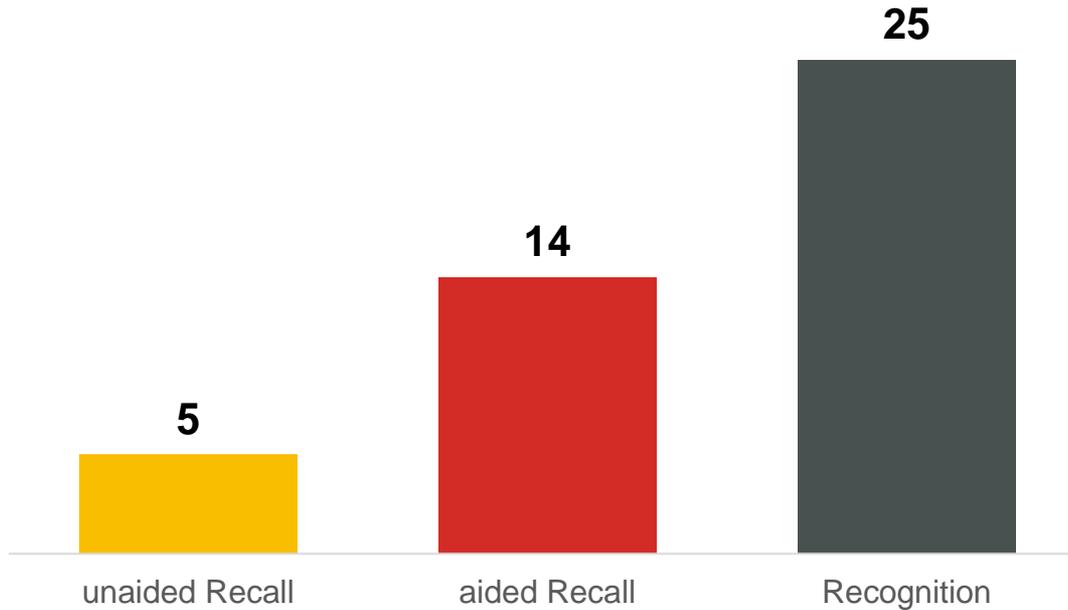


■ Online Audio only
 ■ Radio only
 ■ AUDIO TOTAL

	Radio Only	AUDIO TOTAL
Männer	48	54
Frauen	52	46
25-39 Jahre	25	47
40-59 Jahre	75	53
Ost	44	39
Mitte	34	42
West	22	19
Ø-Anzahl ge- hörter Sender	1,7	2,5

Erinnerungsleistung an KIA-Radiospot

Erinnerung an Radio-Werbung von KIA



Quelle: Marketagent, Oktober 2021, PKW-Nutzer + 25-59Jahre, n=1.000; Angaben in %
Für welche Automarke wurde in letzter Zeit im Radio geworben? // Recognition = nach Vorspielen des Spots

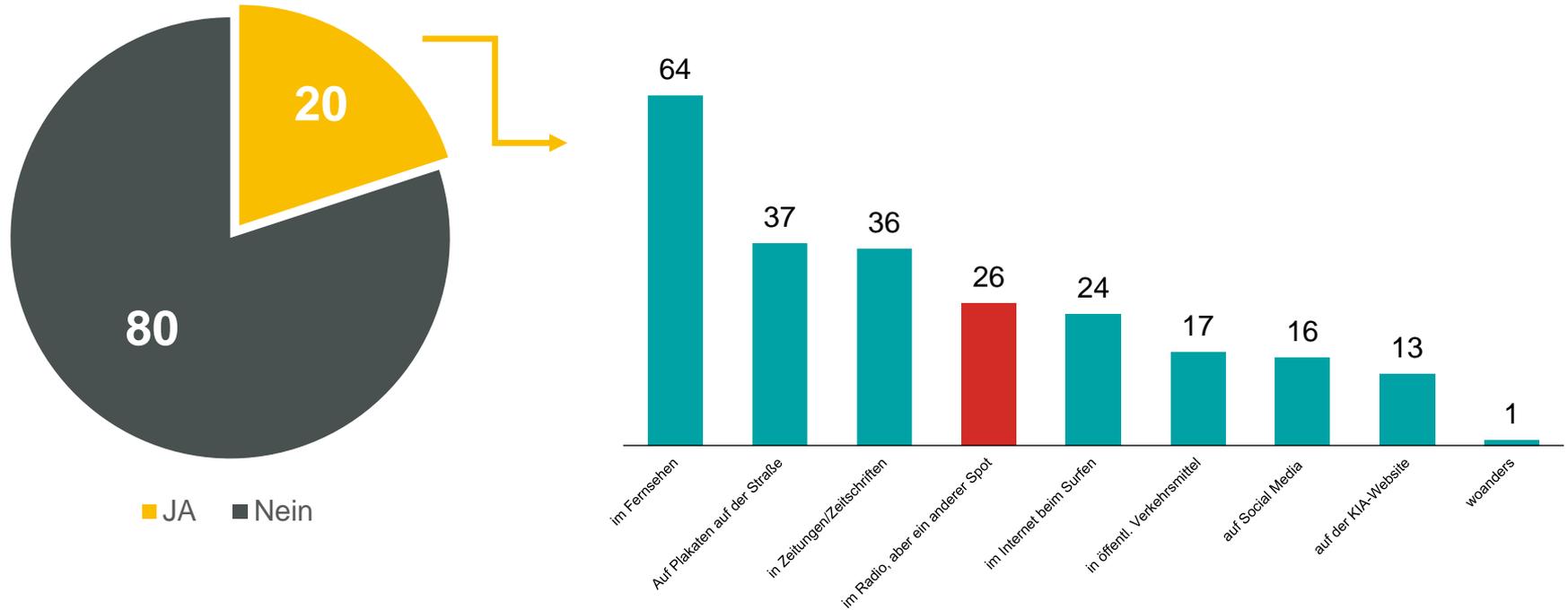
AUDIO TOTAL-User erinnern Werbung besser

Erinnerung an Werbung von KIA



Quelle: Marketagent, Oktober 2021, PKW-Nutzer + 25-59Jahre, n=1.000; Angaben als Index (Radio only = 100)
Für welche Automarke wurde in letzter Zeit im Radio geworben? // Recognition = nach Vorspielen des Spots

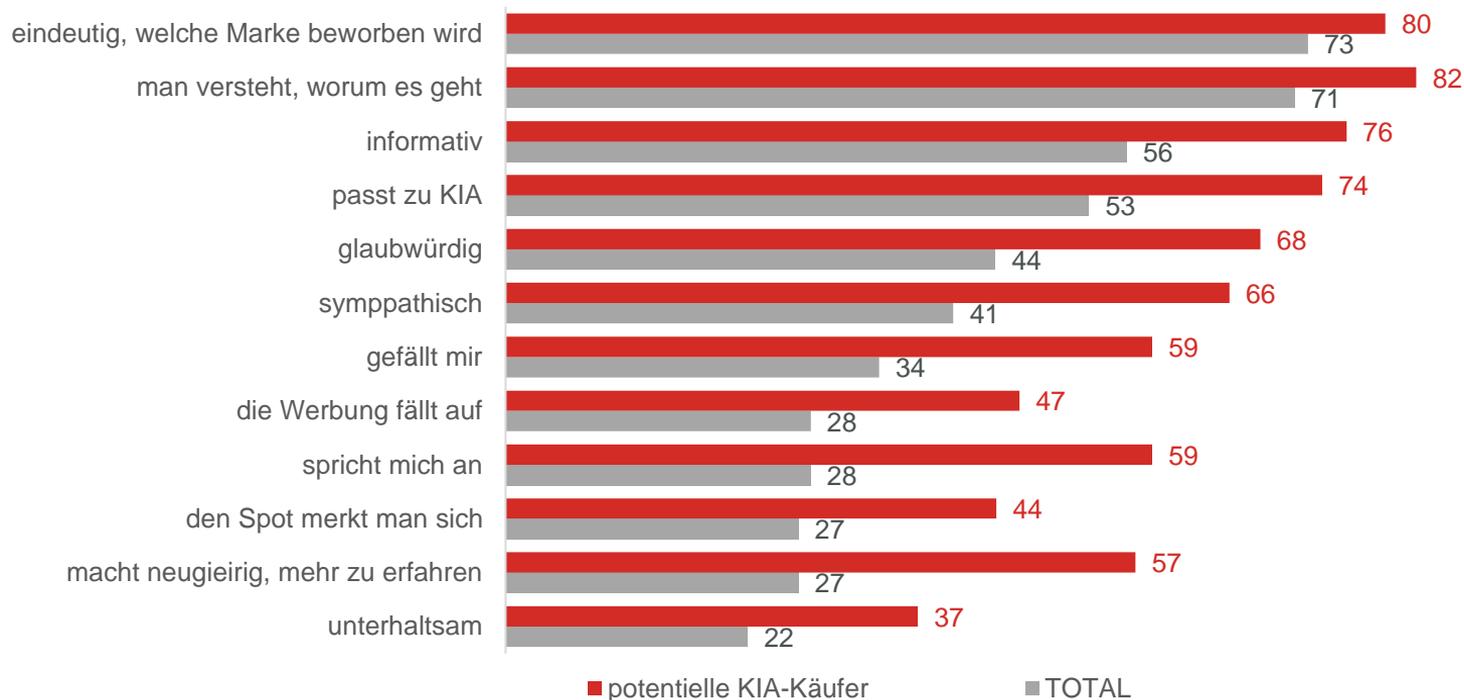
Erinnerung an weitere KIA-Werbung



Quelle: Marketagent, Oktober 2021, PKW-Nutzer + 25-59Jahre, n=1.000; Angaben in %
Haben Sie noch andere Werbung für KIA gesehen/gehört? // Wenn JA: Wo ist Ihnen noch weitere Werbung von KIA aufgefallen? (n=198)

Image-Beurteilung der Radiowerbung von KIA

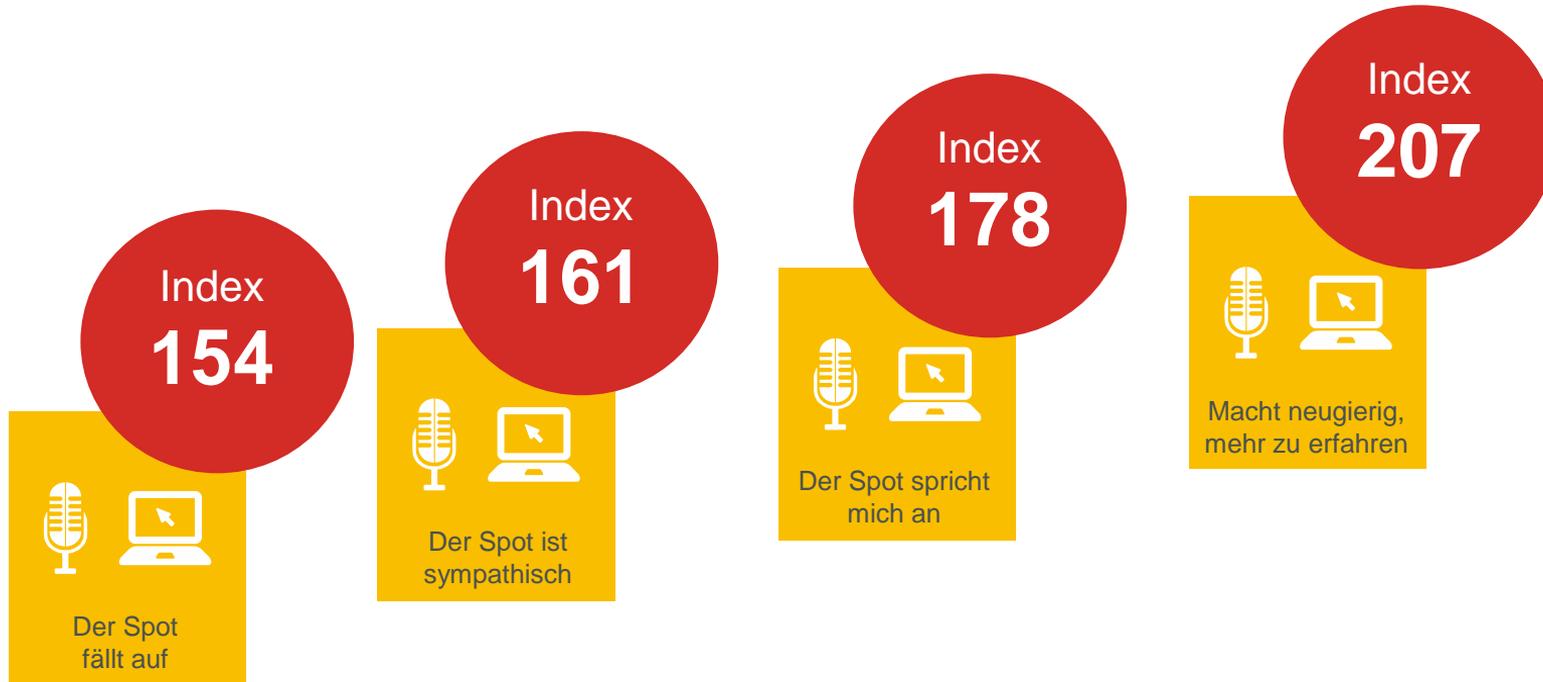
Top 2-Box von 5-stufiger Skala



Quelle: Marketagent, Oktober 2021, PKW-Nutzer + 25-59Jahre, n=1.000; Angaben in %
Wie sehr treffen folgende Eigenschaften und Aussagen Ihrer Meinung nach auf die Radiowerbung von KIA zu?

AUDIO TOTAL-User bewerten den Radiospot besser

Image-Beurteilung des Radiospots von KIA



Quelle: Marketagent, Oktober 2021, PKW-Nutzer + 25-59Jahre, n=1.000; Top 2-Box von 5-stufiger Skala; Angaben als Index (Radio only = 100)
Wie sehr treffen folgende Eigenschaften und Aussagen Ihrer Meinung nach auf die Radiowerbung von KIA zu?

AUDIO TOTAL-User zeigen höheres Involvement

Mit AUDIO TOTAL mehr Wirkung



95

KIA-Kenner

5

Werbung von KIA im Radio
aufgefallen (aided Recall)

20

Weiterempfehlung von
KIA an Freunde



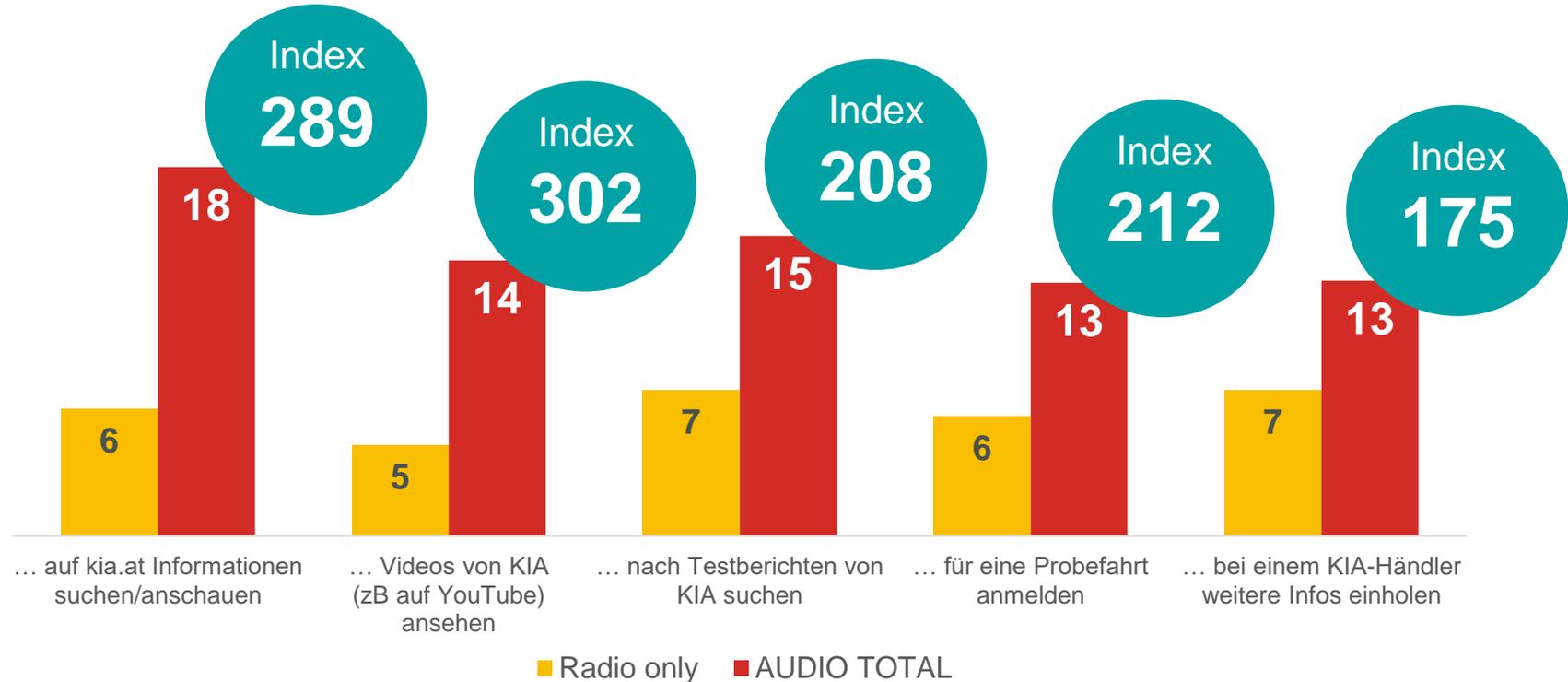
97

17

26

AUDIO TOTAL aktiviert signifikant

Mit Online Audio deutlich höhere Aktivierungskraft



Quelle: Marketagent, Oktober 2021, PKW-Nutzer + 25-59Jahre, n=1.000; Top 2-Box von 6-stufiger Skala; Angaben in % sowie als Index (Radio only = 100)
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich in Bezug auf KIA...?

AUDIO TOTAL = mehr Wirkung

Gedanken von RMS: AUDIO that inspires



**HÖHERER
RECALL**



**HÖHERES
INVOLVEMENT**



**IMAGE-
UPLIFT**



**STÄRKERE
AKTIVIERUNG**

