

Zusammenfassung der Studienergebnisse

Die emotionale Kraft des inneren Bildes

Die Rolle von Radio bei der
emotionalen Markenbildung.

Eine Studie im Auftrag von AS&S Radio, RMS und der Radiozentrale.
Durchgeführt vom Marktforschungsinstitut september Strategie & Forschung.

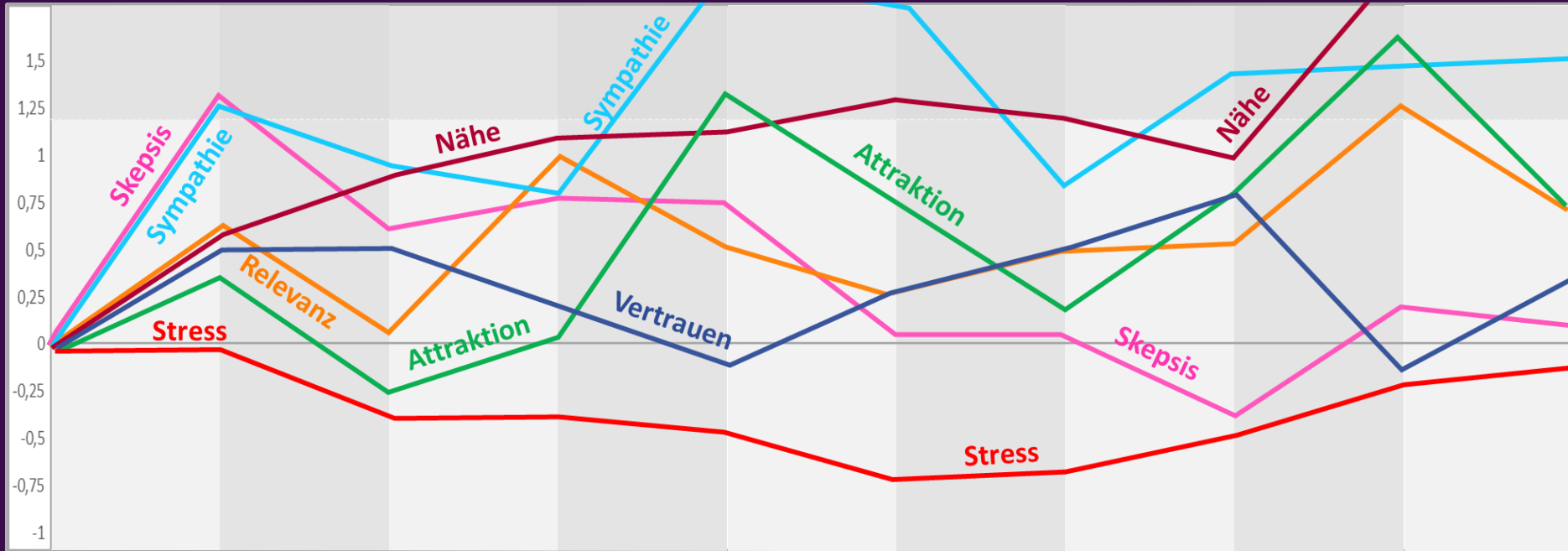


Kann Radio Emotionen? Kann Radio Marken?

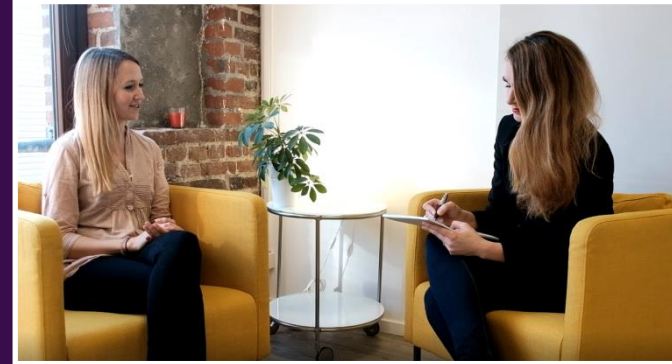
Kampagne pro Radio

Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.

[» Spot auf YouTube hören](#)



Die Methode: Emotionsmessung und Tiefeninterviews



Wie stark ist die emotionale Markenwirkung von Radio?

Welchen Effekt auf die Markenwirkung hat Nebenbei-Hören vs. Hinhören?

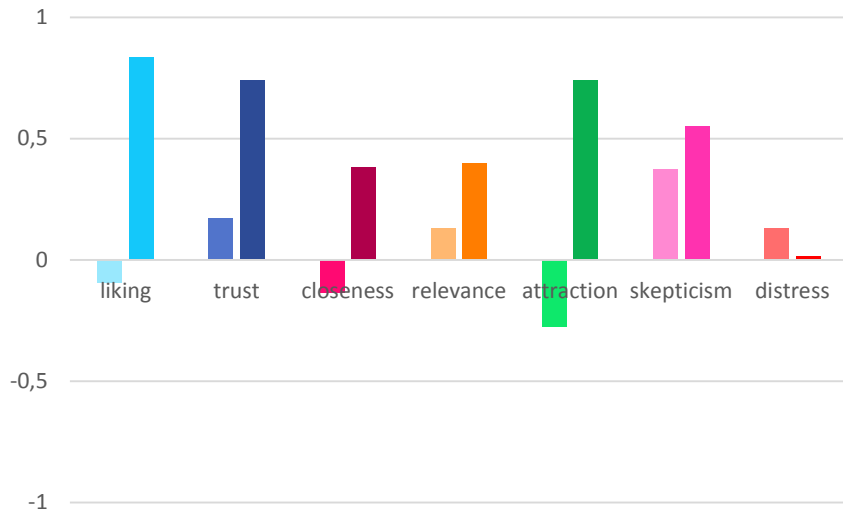
- » 13 Radiospots
- » Emotionsmessung und 90min. psychologische Tiefeninterviews im Anschluss
- » 20-59 Jahre
- » Radiohörer



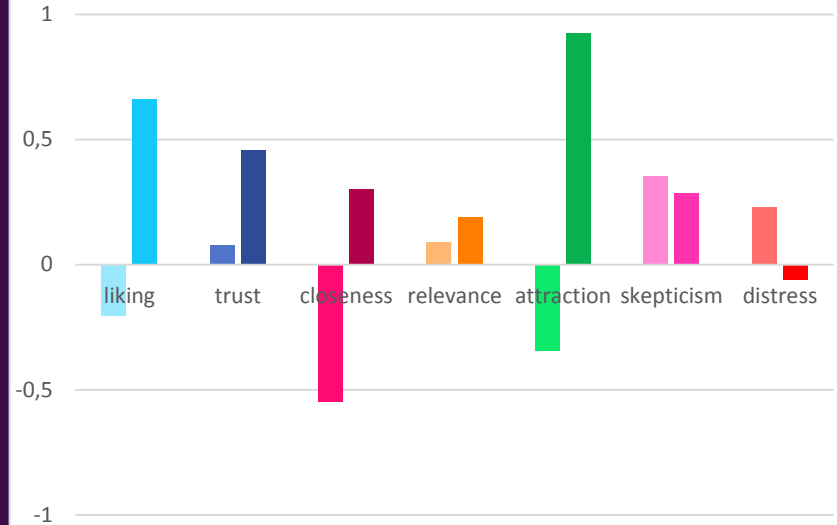
□ unbewusste, emotionale Wirkung von Radiowerbung

Der emotionale Uplift zweier Marken durch einen Radiospot

Rotkäppchen: Emotionaler Impact
(vorher/nachher)



Bank: Emotionaler Impact
(vorher/nachher)



1

emotionale Dramaturgie:
**Radio kann (auch)
große Emotionen!**

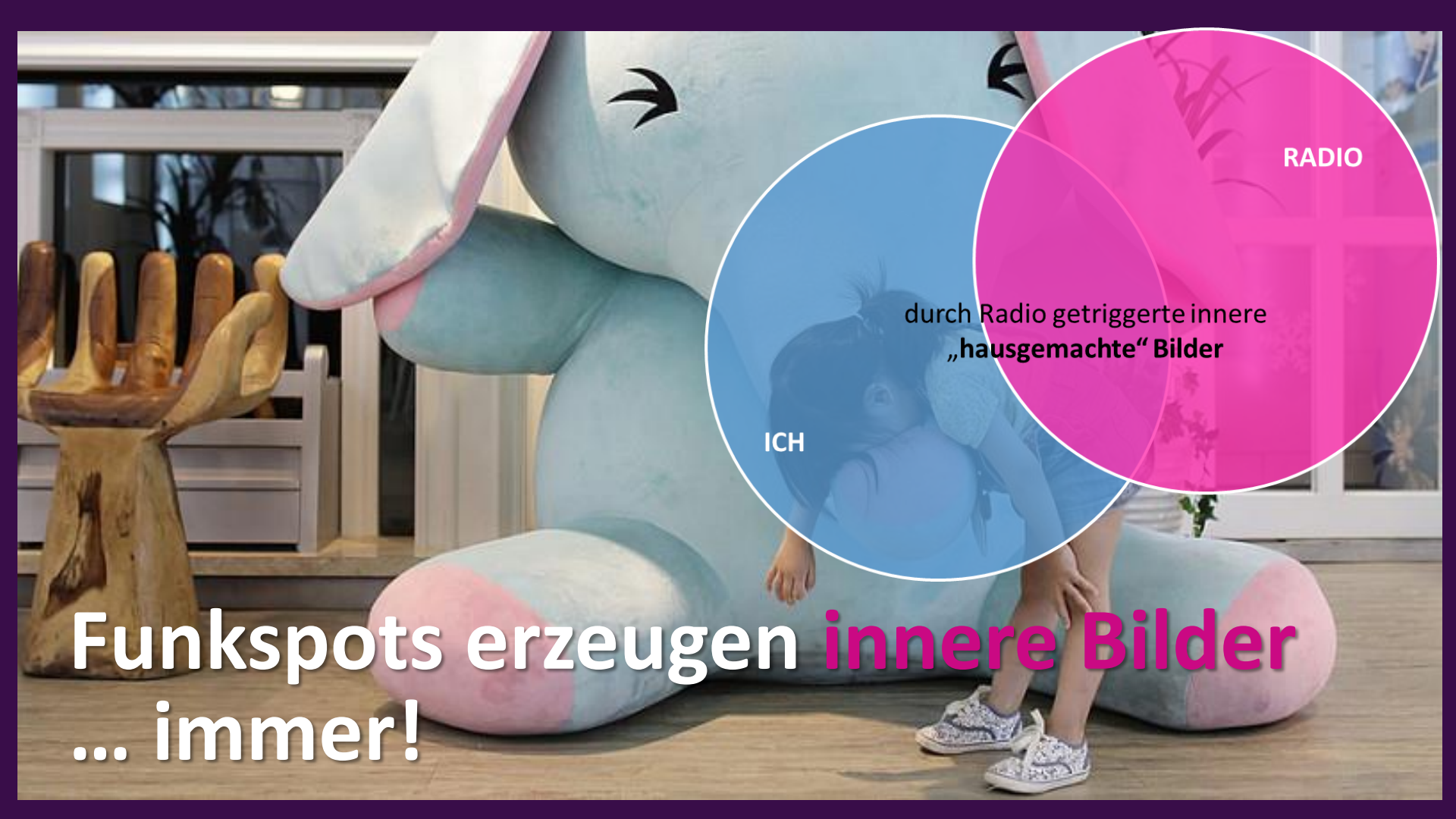
2

emotional brand-uplift
**UND, davon bleibt
einiges an der Marke
haften.**

3

emotional brand-uplift
**Radio schafft v.A.
NÄHE, ATTRAKTION &
SYMPATHIE**





RADIO

durch Radio getriggerte innere
„hausgemachte“ Bilder

ICH

Funkspots erzeugen **innere Bilder**
... immer!

5"

10"

15"

20"

25"

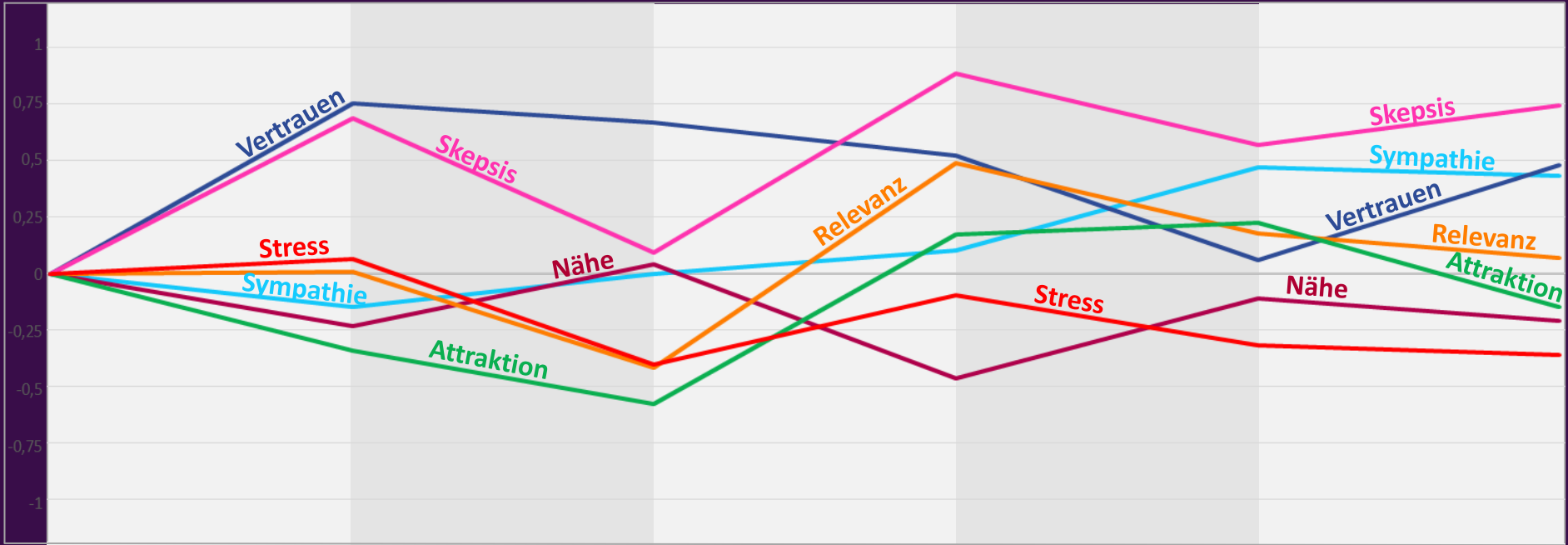
Weibliche Stimme und Rotkäppchen Theme:
 Wenn Sara unverhofft vor der Tür steht. Wenn Jonas befördert wurde. Wenn endlich mal wieder ...

Besuch alter Freund ansteht. Oder Tante Bäbel spontan mit Kuchen vorbeikommt. Wenn eine tolle Idee geboren wurde.

Oder eine neuer Erdenbürger. Es gibt tausend gute Gründe anzustoßen.

Gläserklingen, Anstoßen.
 Und mit Rotkäppchen Alkoholfrei, keinen einzigen, es nicht zu tun.

Die Alternative im Sektglas - Rotkäppchen alkoholfrei.



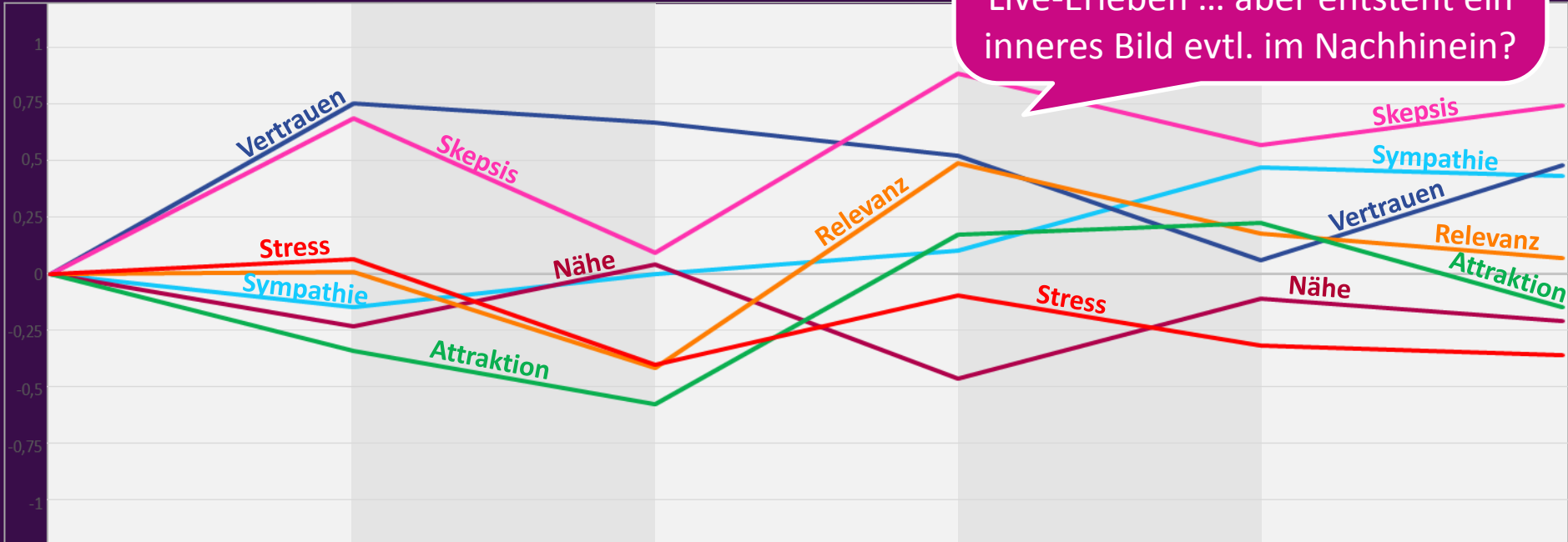
Weibliche Stimme und Rotkäppchen Theme:
Wenn Sara unverhofft vor der Tür steht. Wenn Jonas befördert wurde. Wenn endlich mal wieder ...

Besuch alter Freund ansteht. Oder Tante Bärbel spontan mit Kuchen vorbeikommt. Wenn eine tolle Idee geboren wurde.

Oder eine neuer Erdenbürger. Es gibt tausend gute Gründe anzustoßen.

Gläserklingen, Anstoßen.

Beliebige Feiermomente ... keine herausragende emotionale Dramaturgie im Live-Erleben ... aber entsteht ein inneres Bild evtl. im Nachhinein?



1

emotionale Dramaturgie:
**Radio kann (auch)
große Emotionen!**

2

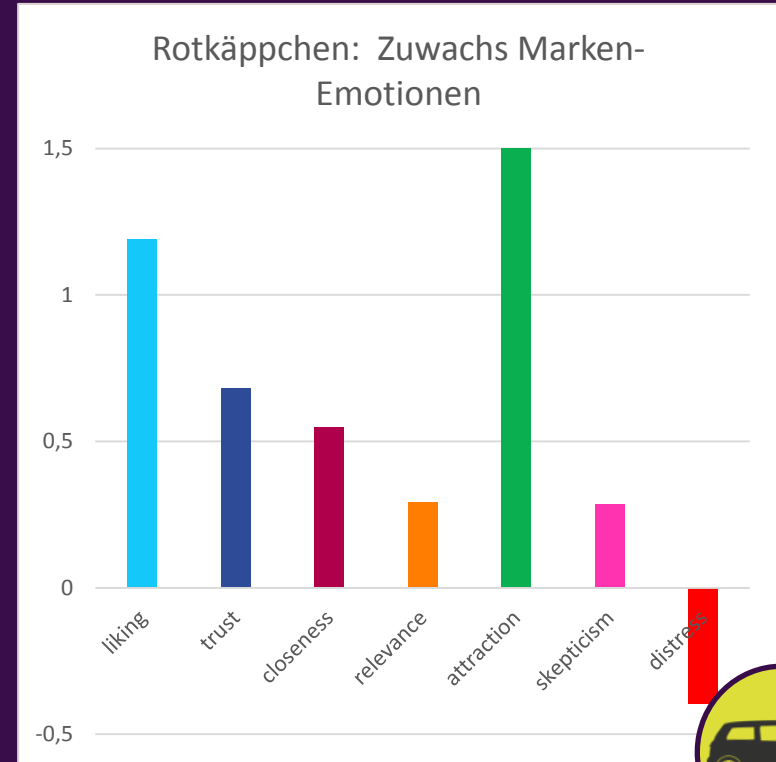
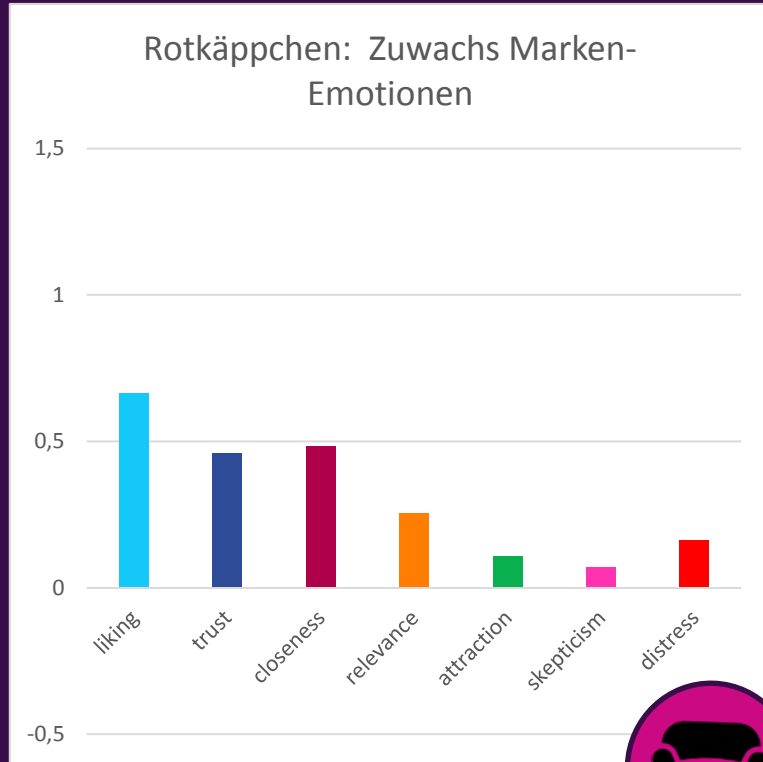
emotional brand-uplift
**UND, davon bleibt
einiges an der Marke
haften.**

3

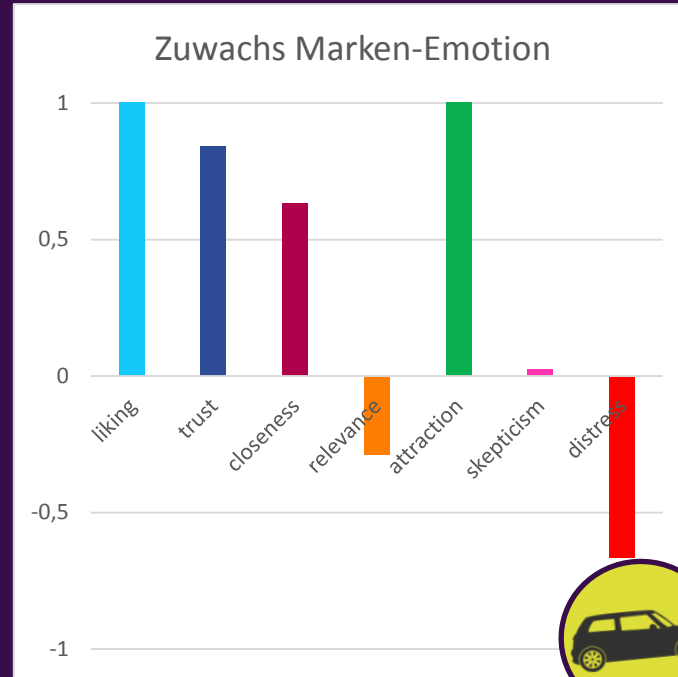
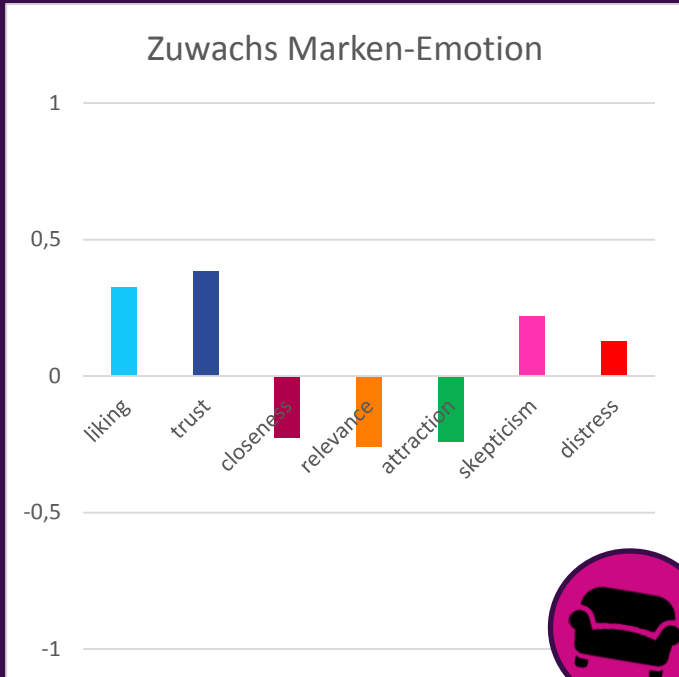
emotional brand-uplift
**Radio schafft v.A.
NÄHE, ATTRAKTION &
SYMPATHIE**



Der emotionale Uplift einer Sektmarke



Audible: Geschichten, die nebenbei wirken



Verfassung um Geschichte „mitzugehen“

Audible: Geschichten, die nebenbei wirken



Spots, die kein großes Verständnis erfordern, haben in der Nebenbei-Rezeption einen emotional intensiveren Eindruck auf die Marke hinterlassen

Verfassung um Geschichte „mitzugehen“

Nebenbei wirken Funkspots
... intensiver und oft positiver



A man with a shaved head, a full dark beard, and dark sunglasses is pointing his right index finger directly at the camera. He is wearing a dark blue suit jacket over a light-colored collared shirt. The background is a plain, light-colored wall. The text 'Nebenbei am Türsteher vorbei kommen!' is overlaid in large white font across the lower half of the image.

**Nebenbei am Türsteher
vorbei kommen!**

Zielgruppe!!!

Das Ohr kennt viele Klischees

Es ist toll,
ein Mädchen
zu sein,
Weil...

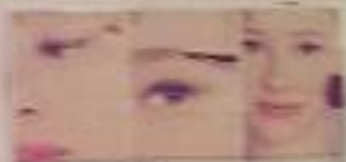
Liebe

Freundschaft
Essen



Augen

Augen



Schönheit

Bikini!

Eis



Immer

5"

10"

15"

20"

25"

30"

35"

ruhige Männerstimme:
Ihr Wagen trägt Sie in die Weite - und die Sonne brennt, an einem Horizont, der keine Ende kennt

Sie spüren den Wind in den Haaren und lehnen sich entspannt zurück, in einem Moment voll Glück.

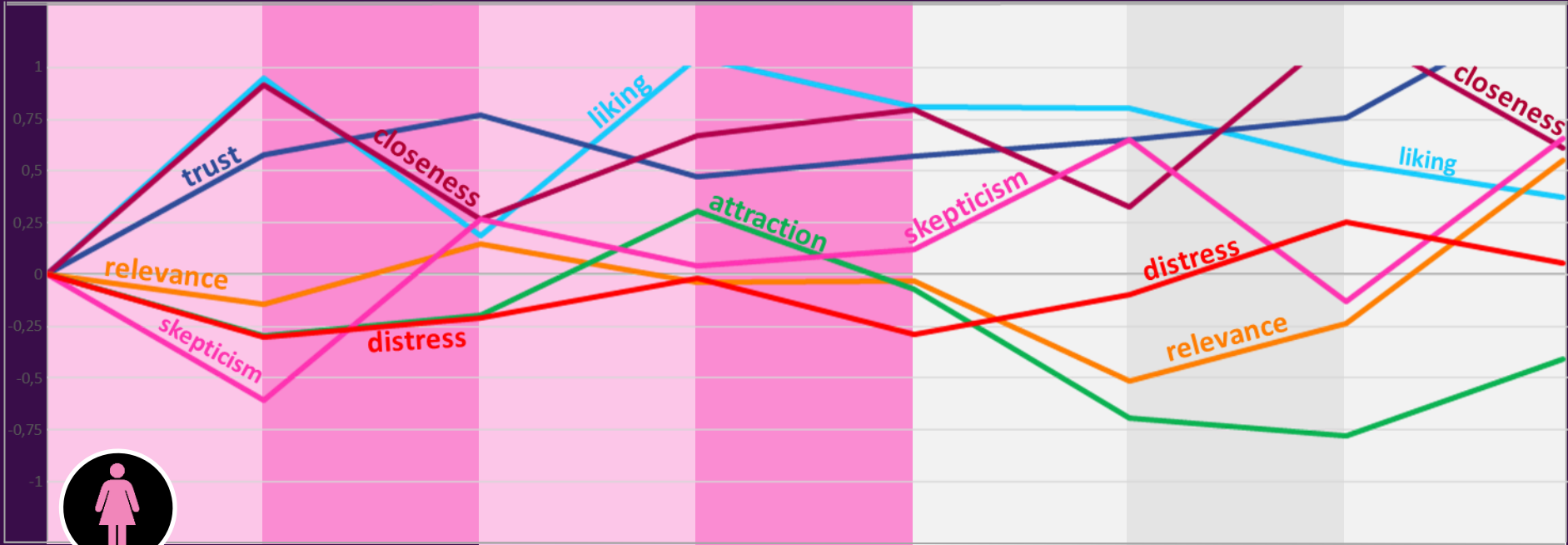
Und während Sie einen Gang höher Schalten, wünschen Sie sich: Möge dieses Gefühl ...

... für Jahre halten.
Sprecherwechsel
Entspanntes Fahren, mit Gebrauchtwagen von Audi

Dank der Audi-Gebrauchtwagen-Plus Garantie. Bis zum 5. Fahrzeugjahr.

Jetzt erleben. Beeindruckende Auswahl und viele Vorteile, bei den Audi-Gebrauchtwagen-Plus-Wochen.

Vom 27.Februar bis 26.März. Weitere Infos unter Audi-Zentrum-Stuttgart.de
Jingle/heartbeat



5"

10"

15"

20"

25"

30"

35"

ruhige Männerstimme:
Ihr Wagen trägt Sie in die Weite - und die Sonne brennt, an einem Horizont, der keine Ende kennt

Sie spüren den Wind in den Haaren und lehnen sich entspannt zurück, in einem Moment voll Glück.

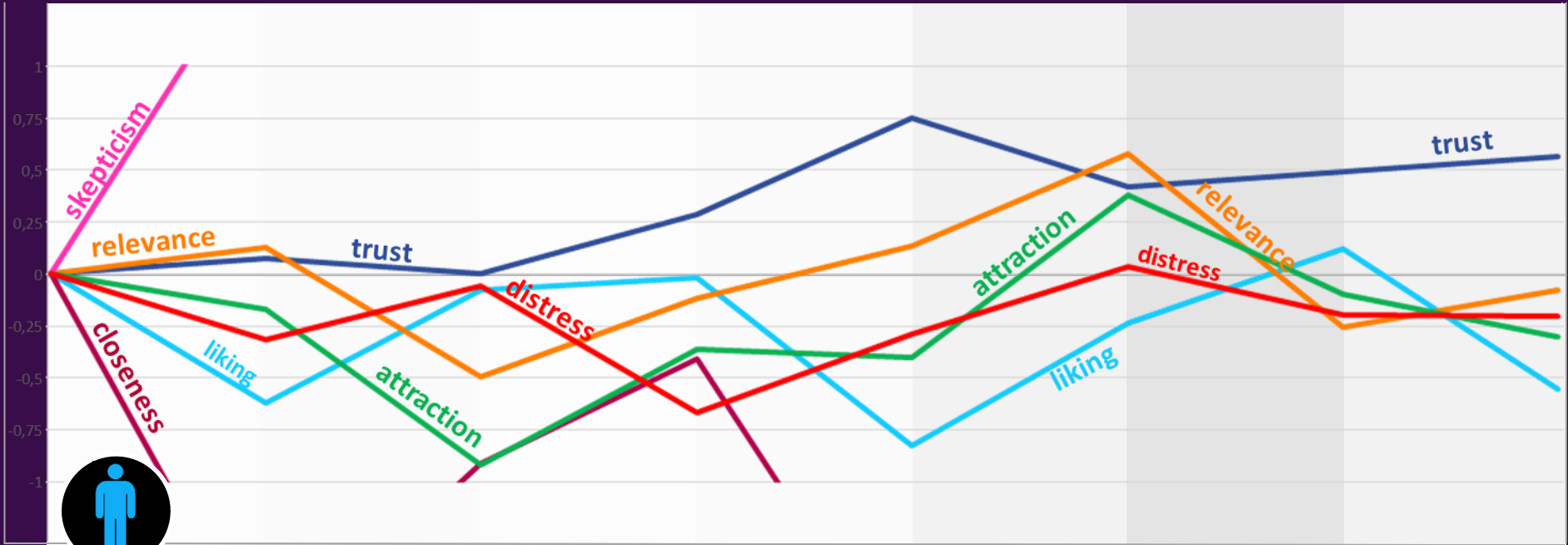
Und während Sie einen Gang höher Schalten, wünschen Sie sich: Möge dieses Gefühl ...

... für Jahre halten.
Sprecherwechsel
Entspanntes Fahren, mit Gebrauchtwagen von Audi

Dank der Audi-Gebrauchtwagen-Plus Garantie. Bis zum 5. Fahrzeugjahr.

Jetzt erleben. Beeindruckende Auswahl und viele Vorteile, bei den Audi-Gebrauchtwagen-Plus-Wochen.

Vom 27.Februar bis 26.März. Weitere Infos unter Audi-Zentrum-Stuttgart.de
Jingle/heartbeat



A pair of brown leather headphones with silver accents is resting on a wooden surface. To the left, a smartphone displays a cityscape at night. The background is a dark, textured surface, possibly a speaker or a piece of furniture.

... in der Inspiration eines **inneren Bildes**,
liegt die wahre emotionale Kraft des Radios
& und die wahre Meisterschaft der Kreation

GANZ NEBENBEI:
**RADIO WECKT
DIE EMOTIONALE KRAFT
DES INNEREN BILDES**



**WIRKUNG IM
STAND-BY-MODUS**

Radiospots vermitteln
Markenbotschaften besser,
wenn sie direkt das Unter-
bewusstsein erreichen



**WAS INS OHR GEHT,
BLEIBT IM KOPF**

Radiospots, die nebenbei
gehört werden, haben
einen positiven Impact auf
das Markenbild



**EMOTIONALE NÄHE
DURCH INNERE BILDER**

Radiospots triggern
individuelle Bilder zur
Marke und erhöhen so
die Identifikation

+71%

Quelle: Studie „Die emotionale Kraft des inneren
Bildes“, September Strategie & Forschung

RADIO
ZENTRALE

ASS
RADIO

RMS
Der Audiovermarkter.