

**INKREMENTELLE WERBEWIRKUNG:
WIE DIGITAL AUDIO DAS RADIO
VERSTÄRKEND ERGÄNZT**

SWISS AD IMPACT
OKTOBER 2024

**SWISS
RADIOWORLD
YOUR
MESSAGE
IS OUR
PASSION**



Inhalt

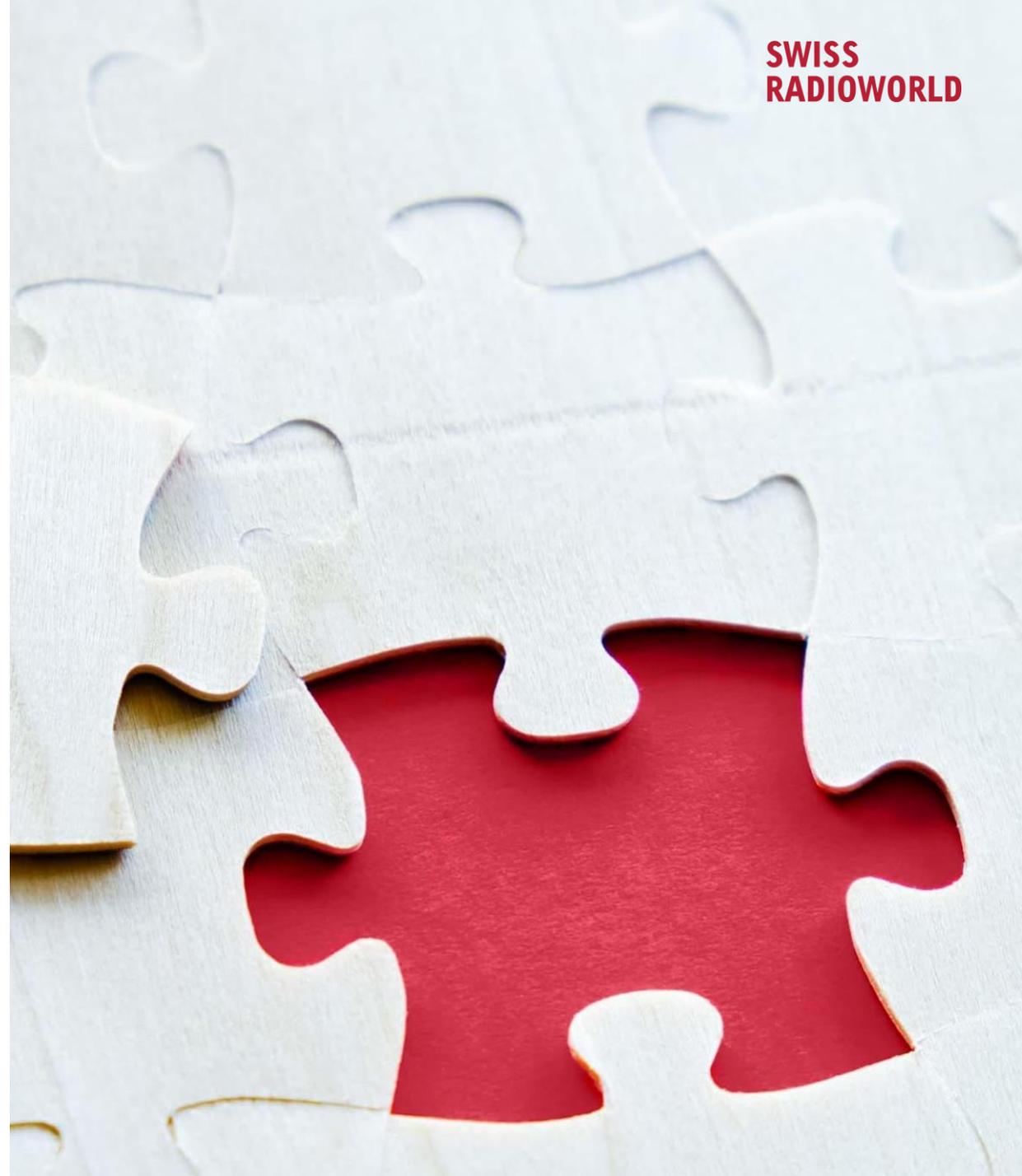
AD IMPACT VON AUDIO IM MEDIAMIX

AD RECOGNITION AUDIO

**SCHÄTZUNG AD RECOGNITION DIGITAL AUDIO NACH
BRUTTO-SPEND**

SOZIODEMOGRAPHISCHER EFFEKT IM AUDIO-MIX

IMPACT-BOOST DURCH AUDIO-KOMBI



METHODISCHER STECKBRIEF

SWISS AD IMPACT – DIGITAL AUDIO TEST

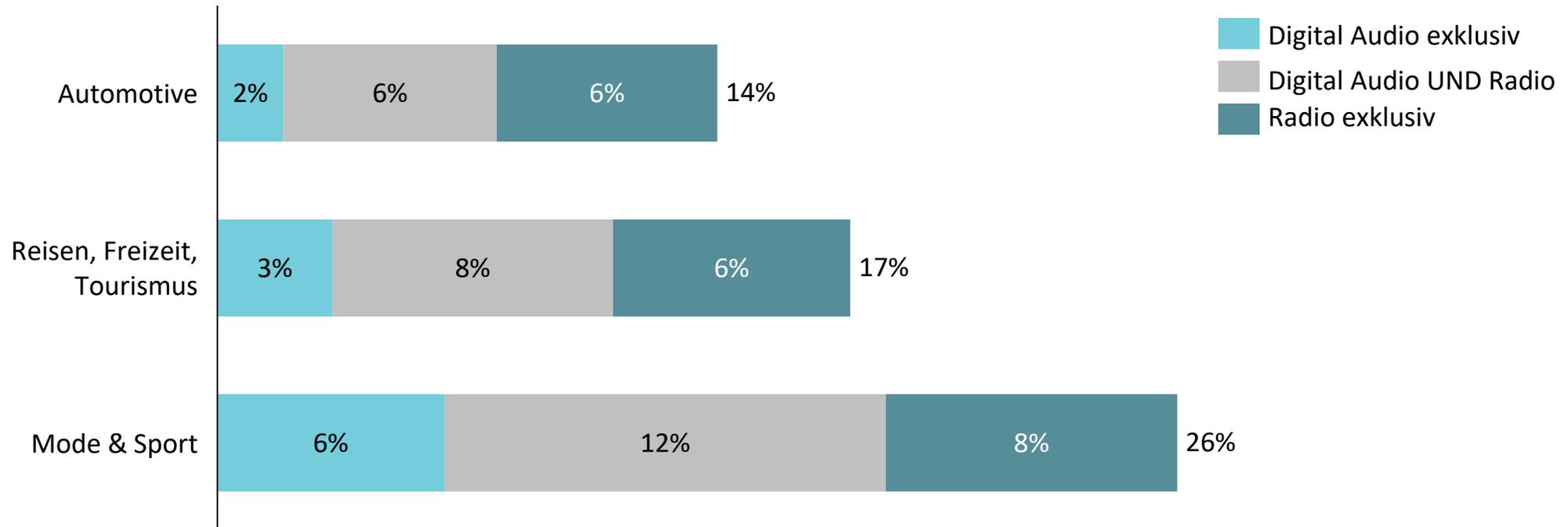
Grundgesamtheit	15–79-jährige Deutsch- und Westschweizer*innen, die mindestens einmal pro Woche das Internet nutzen
Methode	Online-Befragung mittels voll strukturiertem Fragebogen im Swiss Ad Impact-Setup. Versand per E-Mail mit Quoten auf Alter, Geschlecht, Erwerbstätigkeit und Region
Stichprobe	1'537 Befragte (503 Befragte Case 1, 514 Befragte Case 2, 520 Befragte Case 3)
Befragungszeitraum	Dezember 2023 bis August 2024
Vertrauensbereich	Automotive: max. $\pm 4.4\%$ Reisen, Freizeit, Tourismus: max. $\pm 4.3\%$ Mode & Sport: max. $\pm 4.3\%$

AD RECOGNITION AUDIO

AD RECOGNITION AUDIO

BEITRAG DIGITAL AUDIO UND RADIO

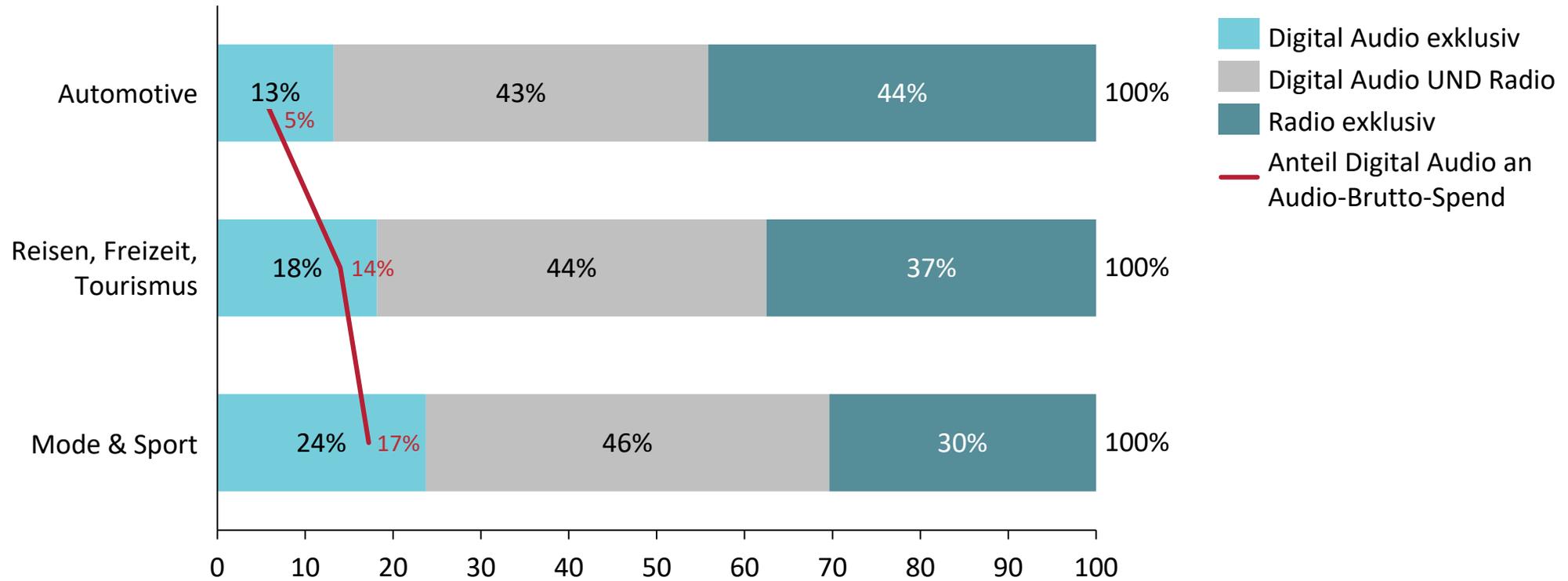
Frage: Können Sie sich erinnern, in den letzten Wochen die folgende Werbung für [Brand] [in] [Channel] gehört zu haben? → Ja



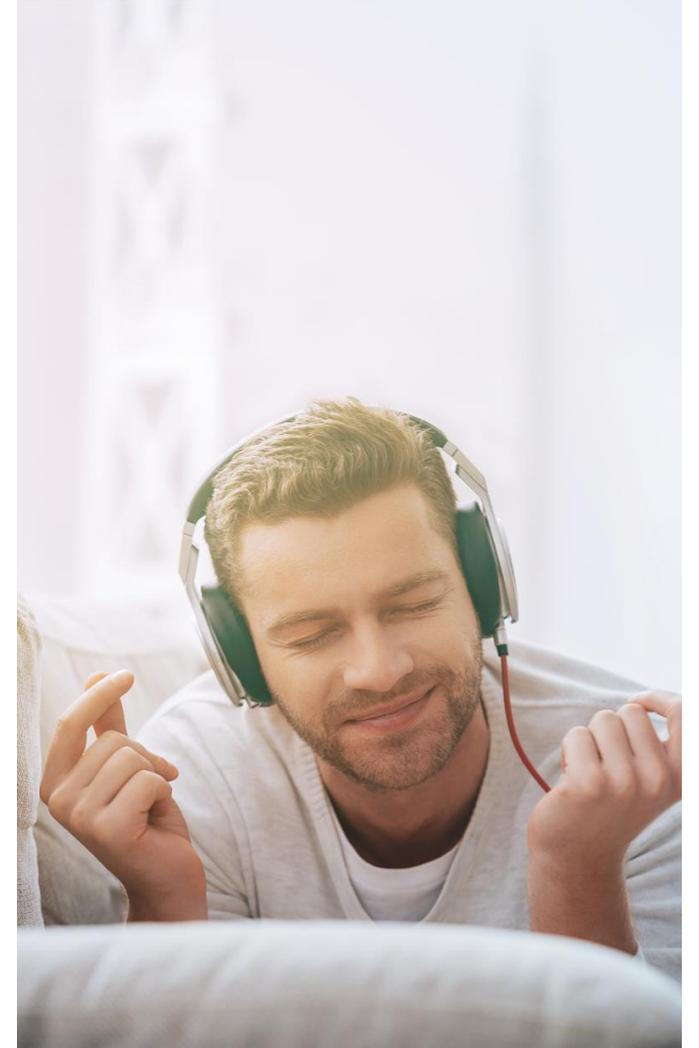
AD RECOGNITION AUDIO

OVERLAP DIGITAL AUDIO UND RADIO

Frage: Können Sie sich erinnern, in den letzten Wochen die folgende Werbung für [Brand] [in] [Channel] gehört zu haben? → Ja



DIGITAL AUDIO ERGÄNZT RADIO-KAMPAGNEN EFFEKTIV UND STEIGERT DIE ERINNERUNGSLEISTUNG

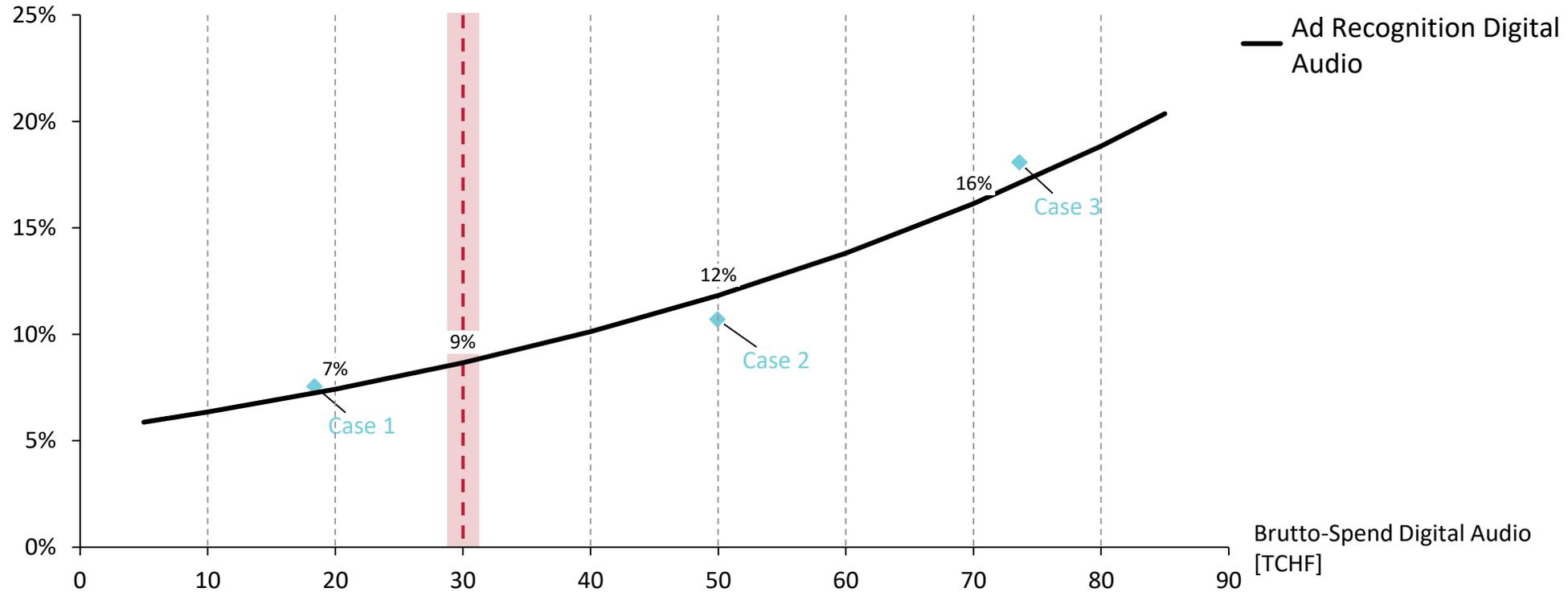


AD RECOGNITION DIGITAL AUDIO NACH BRUTTO-SPEND

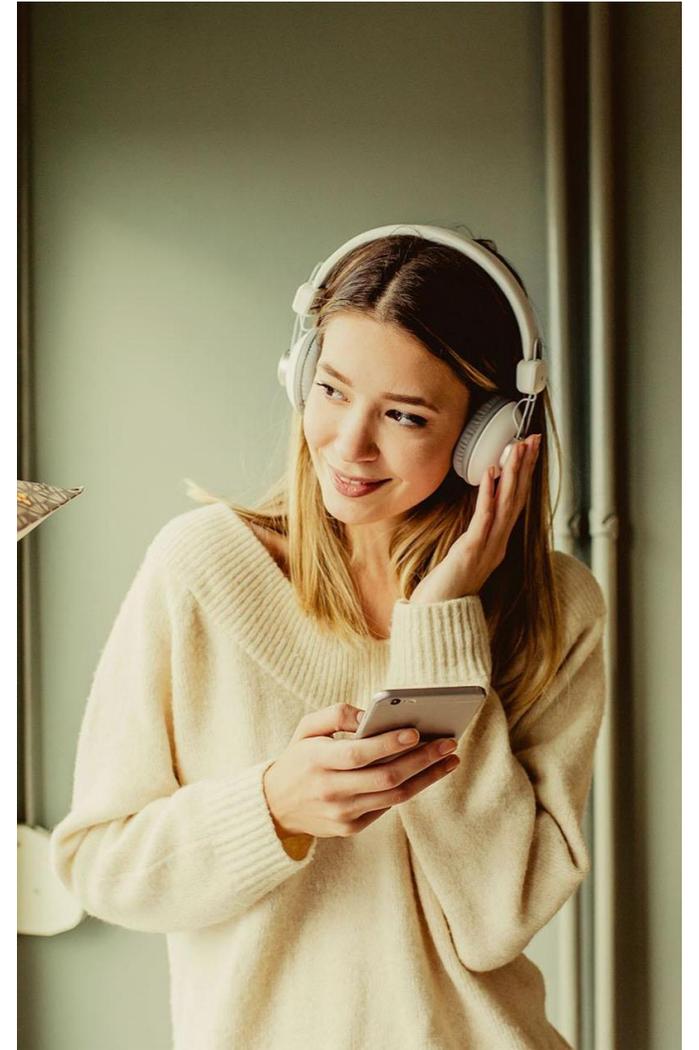
AD RECOGNITION DIGITAL AUDIO

AD RECOGNITION IN ABHÄNGIGKEIT VOM BRUTTO-SPEND

Ad Recognition Digital
Audio



**DIGITAL AUDIO TRÄGT
ÜBERPROPORTIONAL ZUR
ERINNERUNGSLEISTUNG VON
AUDIOKAMPAGNEN BEI. AB
EINEM BUDGET VON 30 TCHF
STEIGT DER BEITRAG VON
DIGITAL AUDIO AN DIE AD
RECOGNITION NOCH
STÄRKER.**

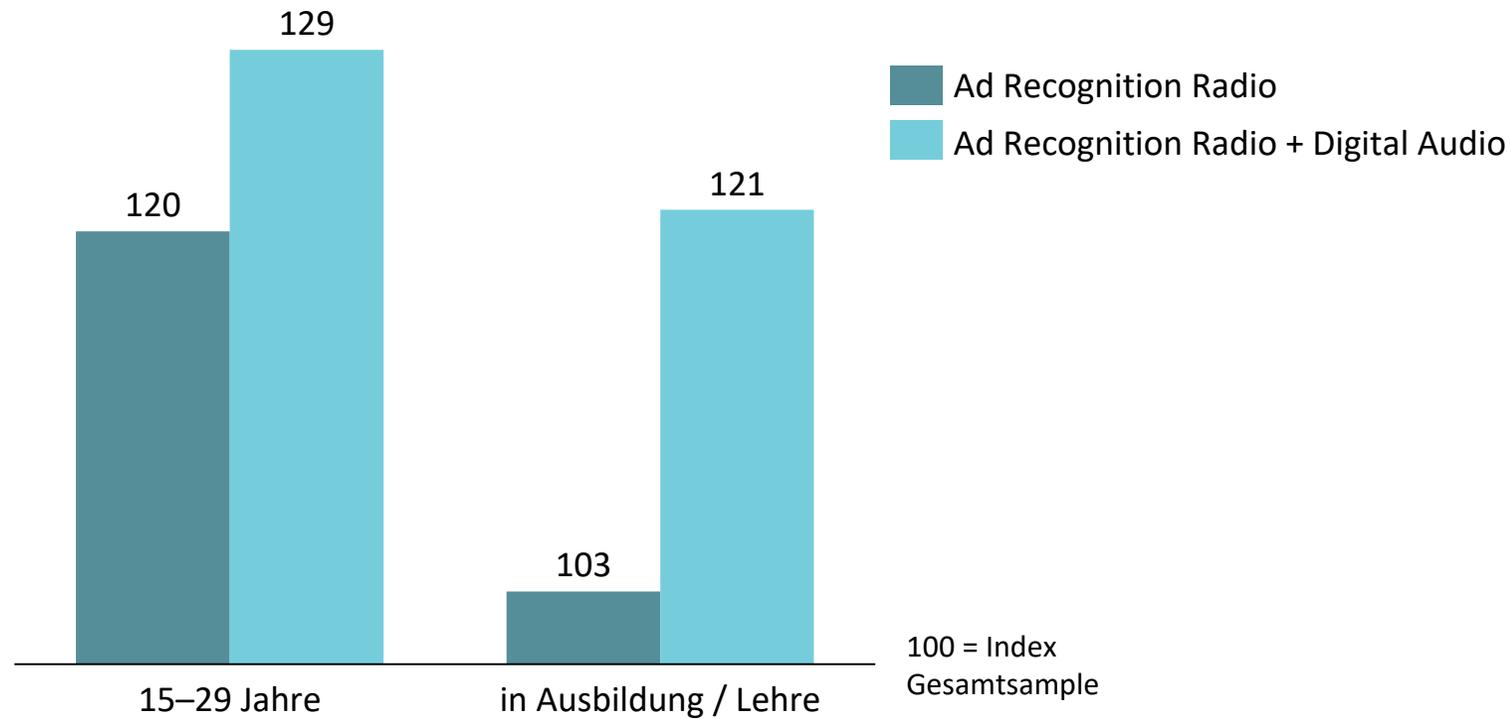


SOZIODEMOGRAPHISCHER EFFEKT IM AUDIO-MIX

SOZIODEMOGRAPHISCHE AFFINITÄT

RADIO VS. KOMBINATION RADIO & DIGITAL AUDIO

Frage: Können Sie sich erinnern, in den letzten Wochen die folgende Werbung für [Brand] [in] [Channel] gehört zu haben?



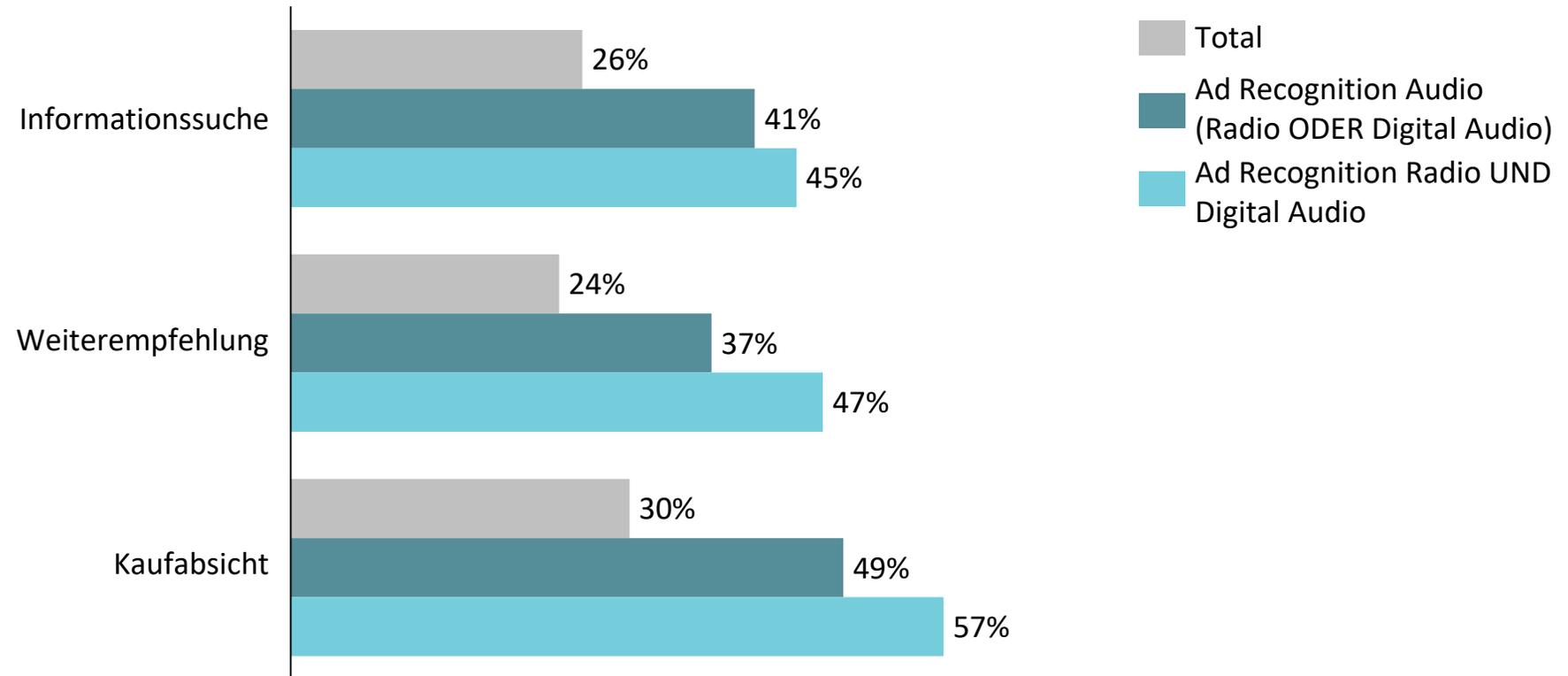
**MIT DIGITAL AUDIO IM MIX
ERREICHT MAN ZUDEM
EINE DEUTLICH JÜNGERE
ZIELGRUPPE FÜR AUDIO-
KAMPAGNEN.**



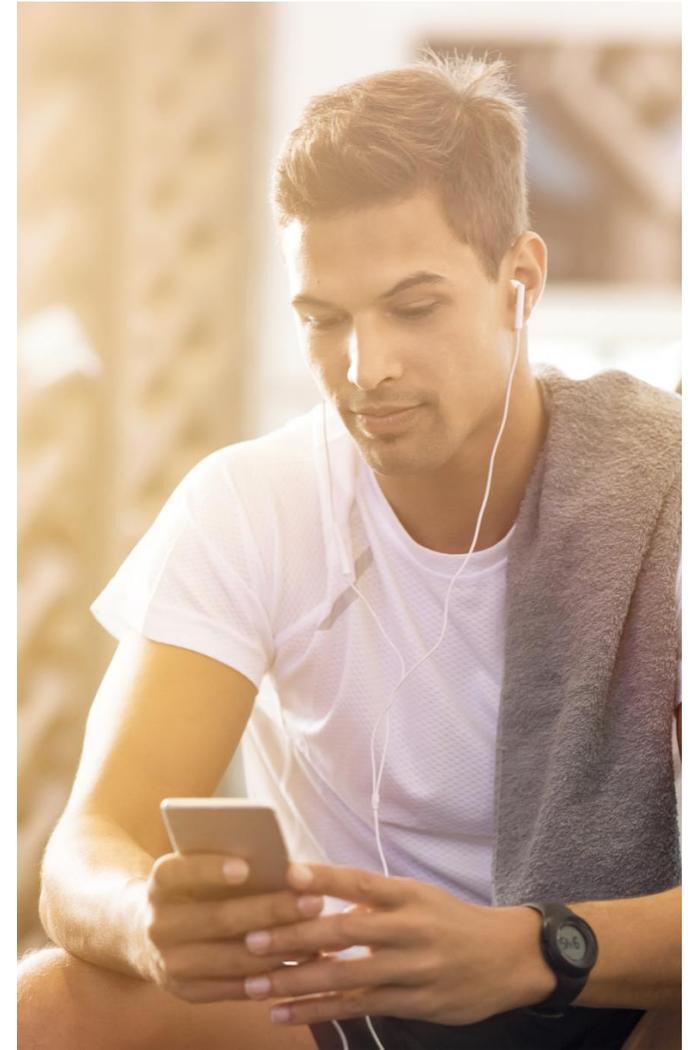
IMPACT-BOOST DURCH AUDIO-KOMBI

AD IMPACT KPI

TOTAL UND AD RECOGNITION AUDIO



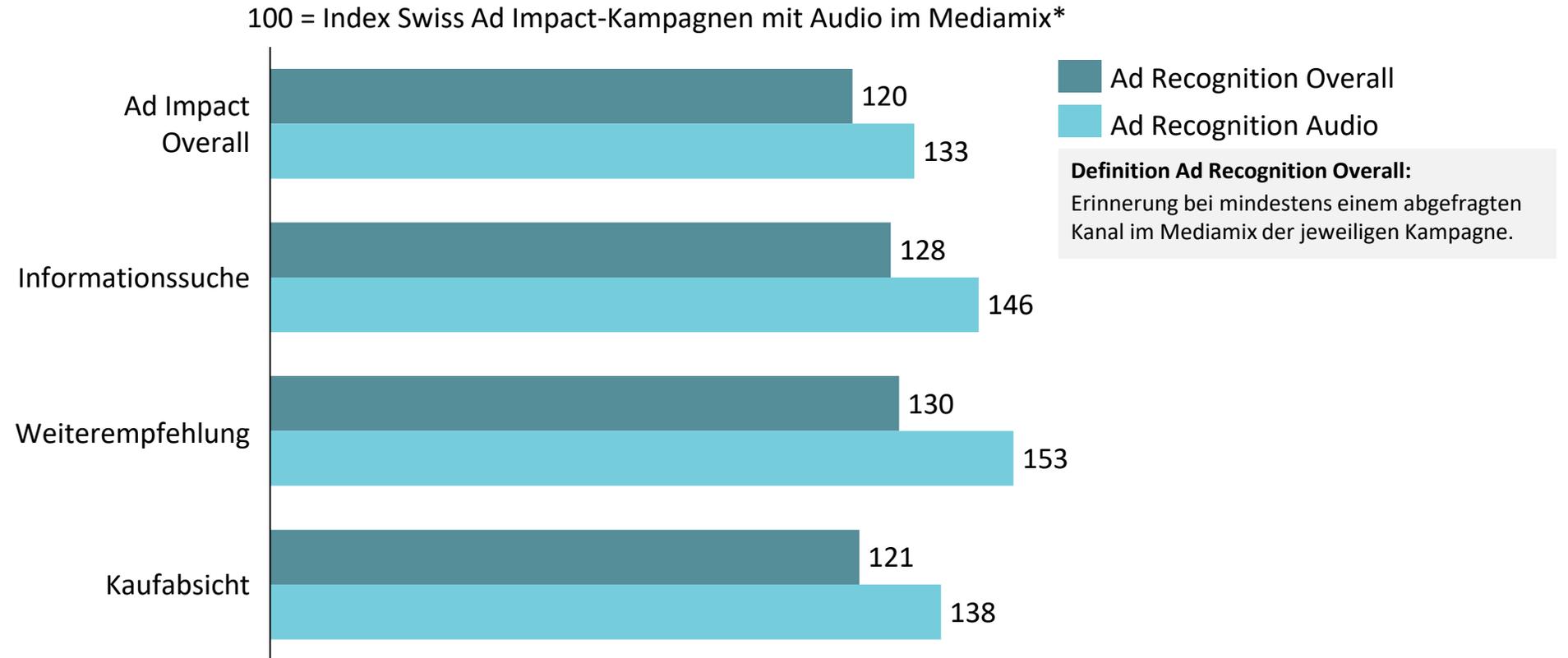
**DURCH DIE STRATEGISCHE
INTEGRATION BEIDER KANÄLE
KÖNNEN WERBETREIBENDE
NICHT NUR EINE BREITERE
UND JÜNGERE ZIELGRUPPE
ERREICHEN, SONDERN AUCH
DIE ERINNERUNGSLEISTUNG
UND DIE GESAMTWIRKUNG
IHRER KAMPAGNEN
VERBESSERN.**



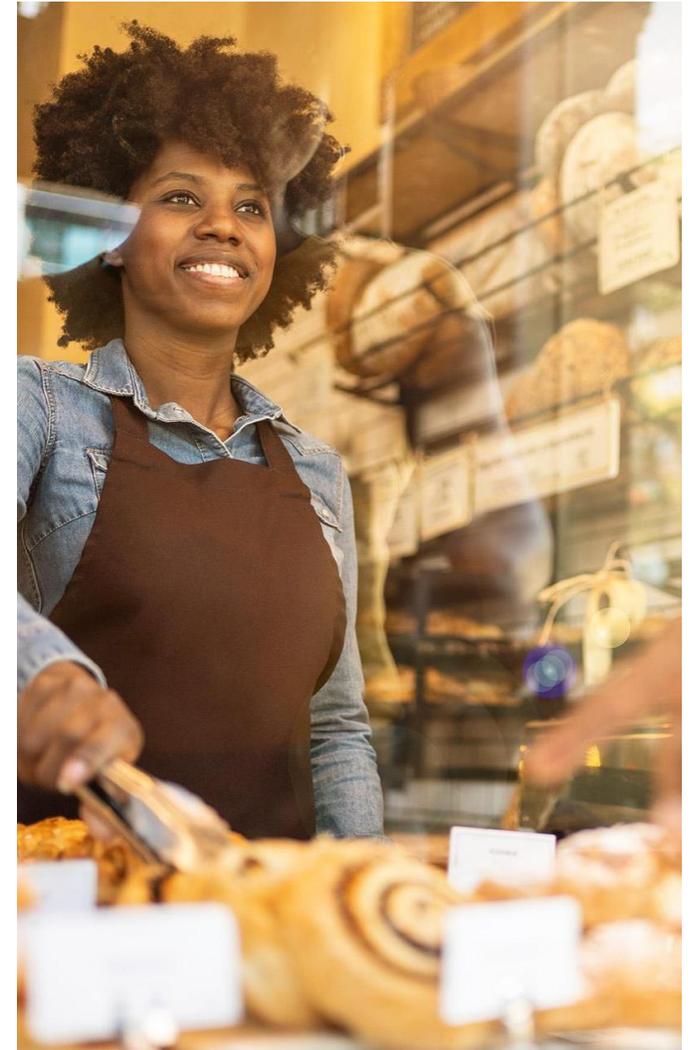
AD IMPACT VON AUDIO IM MEDIAMIX

AD IMPACT VON AUDIO IN SWISS AD IMPACT-STUDIEN

AD RECOGNITION OVERALL VS. AD RECOGNITION AUDIO



**DIE NEUN BISHERIGEN
SWISS AD IMPACT-STUDIEN
MIT AUDIO IM MEDIAMIX
BELEGEN: AUDIO IST EIN
ÜBERDURCHSCHNITTLICH
STARK AKTIVIERENDER
KANAL, INSBESONDERE FÜR
DEN ABVERKAUF.**



THANK YOU WITH PASSION

Nicolas Peggs

Senior Account Manager

Swiss Radioworld AG

+41 79 954 19 48

nicolas.peggs@swissradioworld.ch

SWISS RADIOWORLD

