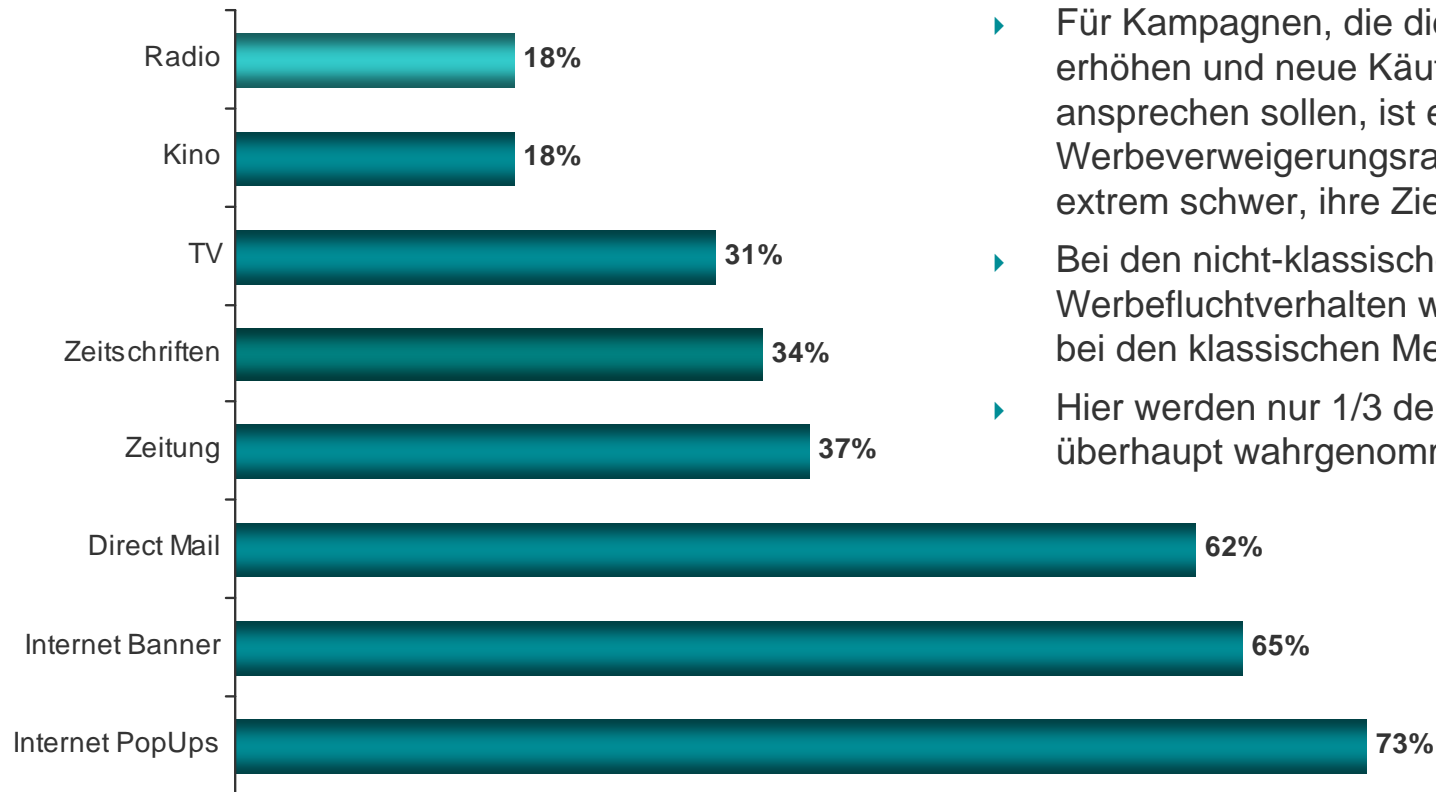


## Radio mit geringstem Werbefluchtverhalten



- ▶ Für Kampagnen, die die Markenbekanntheit erhöhen und neue Käuferschichten ansprechen sollen, ist es bei einer Werbeverweigerungsrate von über 30 % extrem schwer, ihre Ziele zu erreichen.
- ▶ Bei den nicht-klassischen Medien ist das Werbefluchtverhalten wesentlich stärker als bei den klassischen Medien.
- ▶ Hier werden nur 1/3 der Werbebotschaften überhaupt wahrgenommen.

### Definition „Werbeflucht“:

Die Werbung wird nicht wahrgenommen, es wird weg gezappt, weitergeblättert oder weg geklickt.