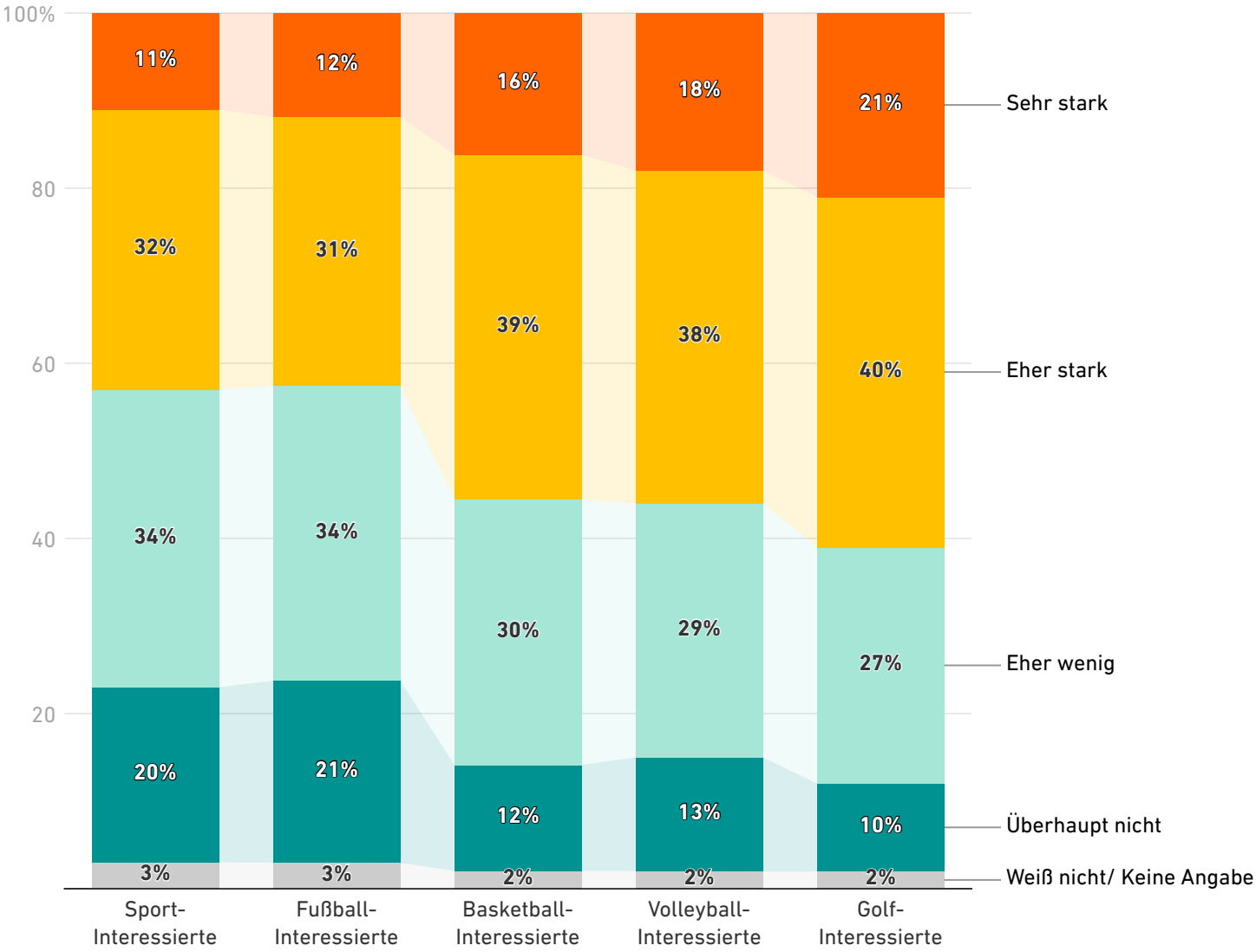
Wirkung emotionaler Markenkommunikation auf das Kaufverhalten



Quelle: ONE8Y

Erhebungszeitraum: 10.11.2025 bis 11.11.2025
Erhebungsland: Deutschland
Stichprobe: n=1.116 Sport-Interessierte (Top 2 auf 4er Skala), n=930 Fußball-Interessierte (Top 2 auf 4er Skala), n=578 Basketball-Interessierte (Top 2 auf 4er Skala), n=435 Volleyball-Interessierte (Top 2 auf 4er Skala) und n=245 Golf-Interessierte (Top 2 auf 4er Skala)
Frage: Wie stark beeinflusst emotionale Werbung Ihre Kaufentscheidung?