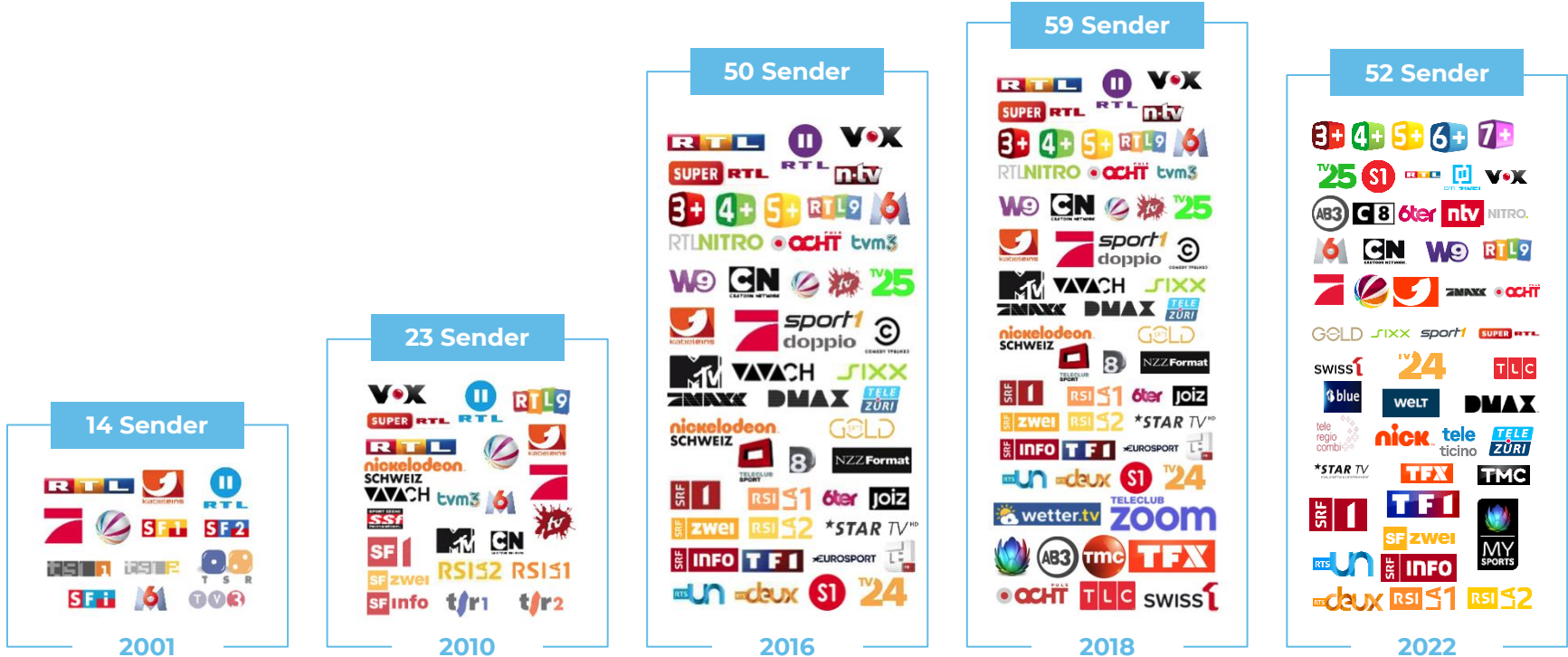


Unterschiedliche Werbewirkung des bewegten Bildes

22. Juni 2022

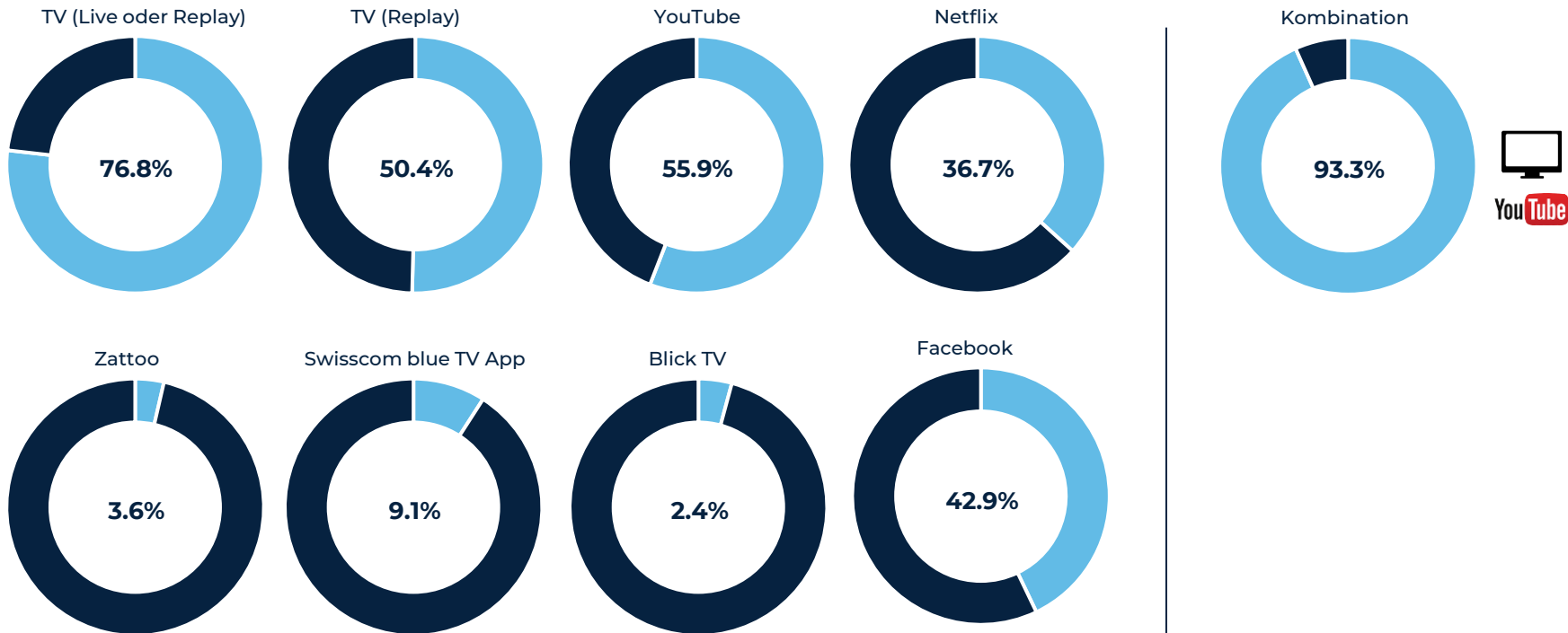
Entwicklung TV-Markt

Geringste Fernsehnutzung und grösste Fragmentierung in Europa



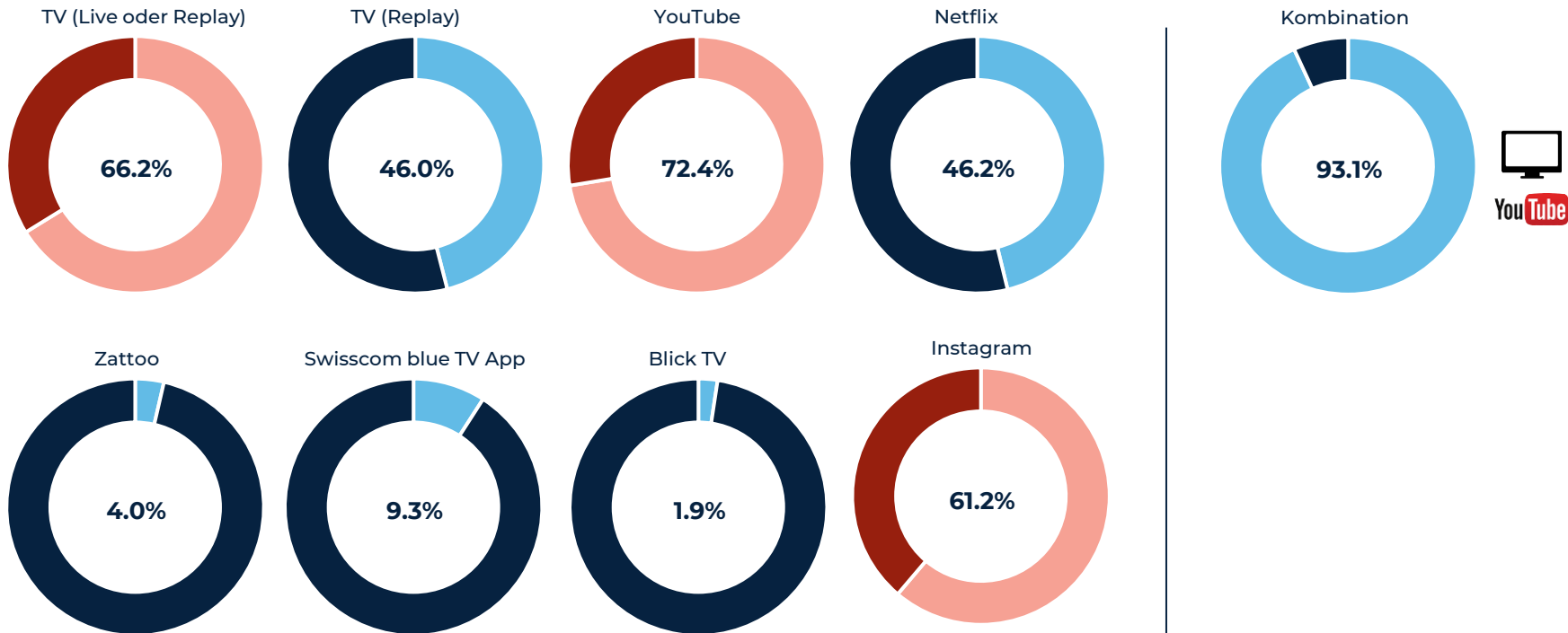
Bewegtbildnutzung der CH-Bevölkerung

15 – 59jährige Personen (4'784 Tsd. / 1'414 Fälle), Nutzung mehrmals pro Woche



Bewegtbildnutzung der CH-Bevölkerung

15 – 39jährige Personen (2'335 Tsd. / 600 Fälle), Nutzung mehrmals pro Woche



All-Screen-Planning

1 Markenbildende Massnahmen

Positionierung, Aufmerksamkeit, Wahrnehmung, Bekanntheit, emotionales Erleben von Marken, First Choice, Purchase Intention.

Reichweite, Kontaktqualität und -frequenz, Sichtbarkeit

2 Performance Massnahmen

Aktivierung, Beeinflussung vom Kaufverhalten und Kaufabsichten (Probierkäufe, Wiederholungskäufe).

Interaktionen, Traffic, Sales, Leads



All-Screen-Planning

- 1 Schliessung von Leistungslücken bei jüngeren Zielgruppen
- 2 Erhöhung der Reichweite
- 3 Optimierung der Tiefenwirkung
- 4 Kostenoptimierung der benötigten Leistung



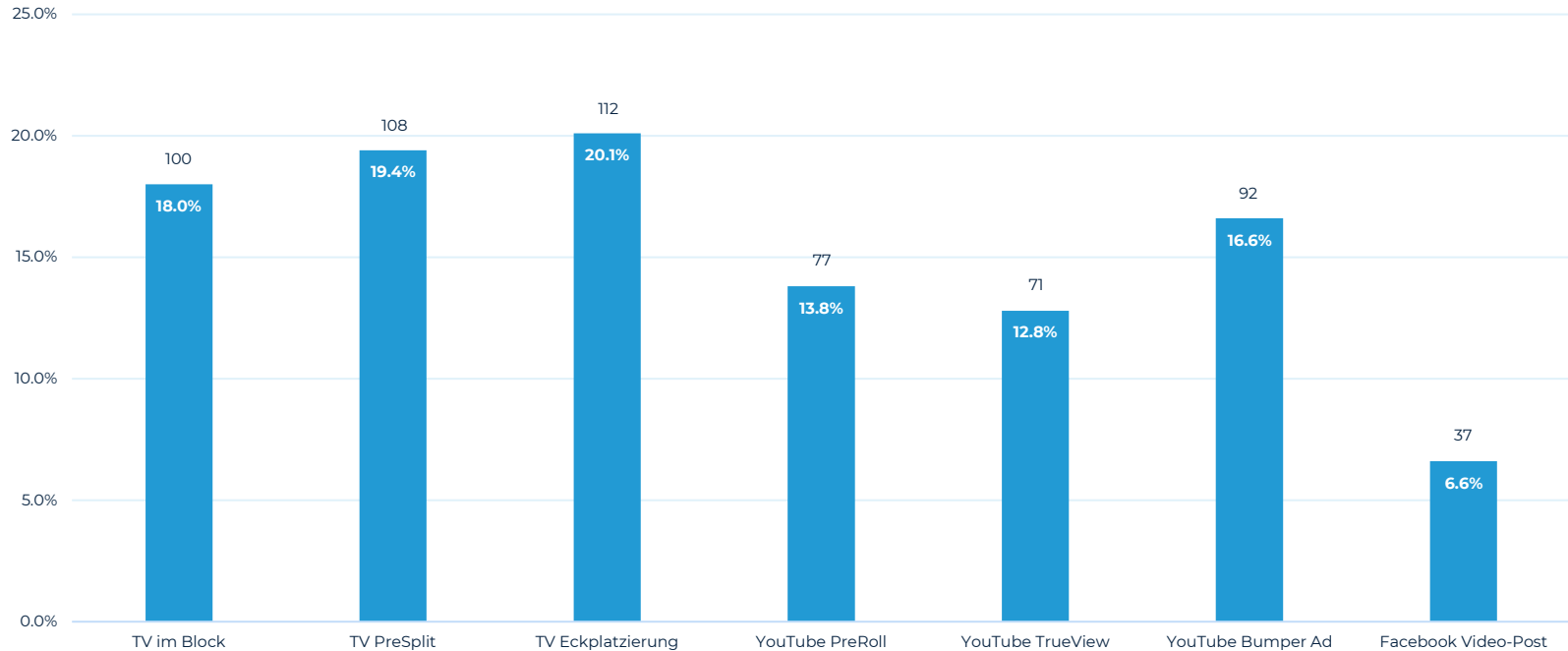
Grösste Herausforderung

Keine breit akzeptierte Schweizer Bewegtbildmessung über alle relevanten Medienkanäle, unterschiedliche Devices und Nutzungssituationen.



Werbewirkung

Ungestützte Werbeerinnerung mit Single-Kontakt



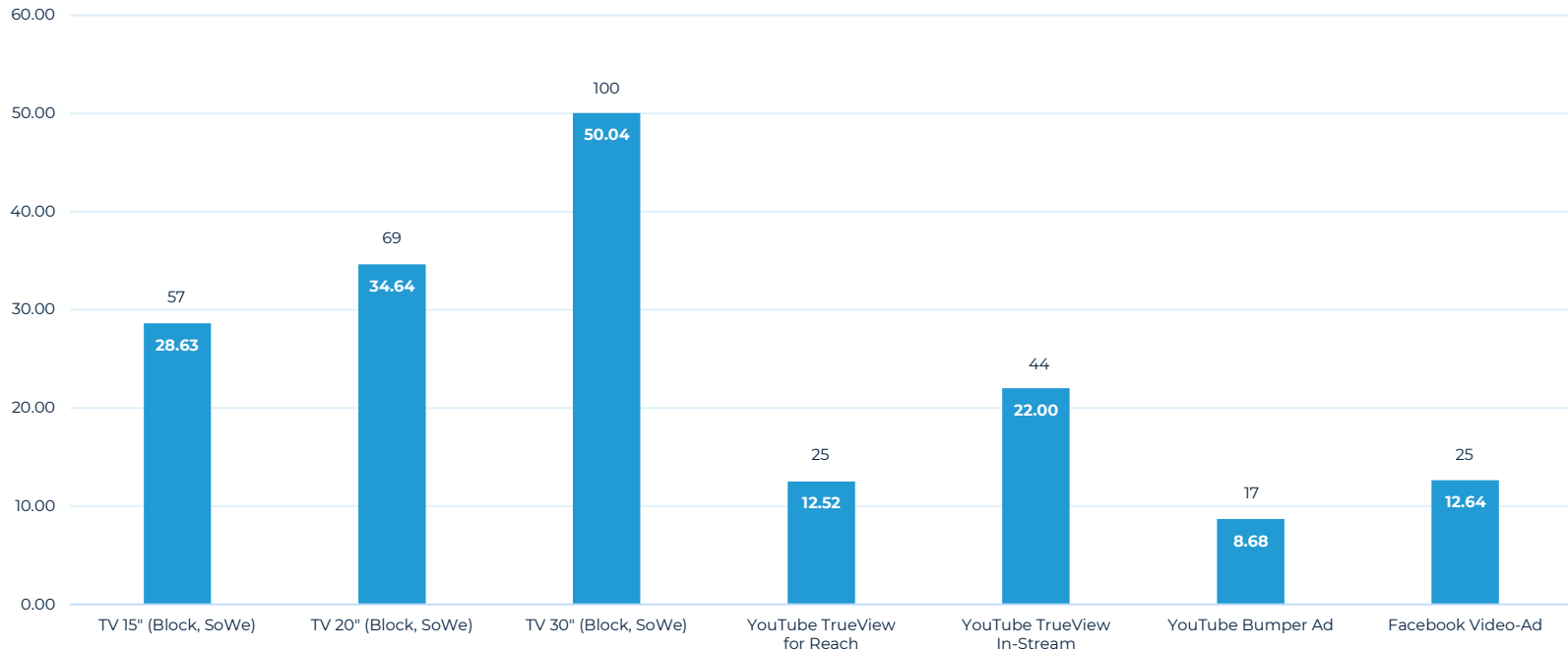
Quelle: Medienäquivalenz Studie Video 2018 – SevenOne Media, Google, FACIT Research.

- realitätsnahe Nutzungssituation in Wohnzimmeratmosphäre | 3'700 Einzelinterviews in Hamburg, München, Berlin und Frankfurt (29 Test- und 1 Kontrollgruppe à ca. 120 Personen).

- Abgefragt wurden 3 Marken (Retail, Consumer Electronic, FMCG), ausgespielt wurden zusätzliche Werbemittel von 20 Distraktor-Marken.

TKP-Vergleich

Netto/netto in CHF



Mediengerechte Umsetzungen

Kein Einsatz vom bereits existierenden TV-Spot in den digitalen Kanälen



**Der Spot muss auch
ohne Ton wirken**

bspw. mit Untertitel



**Lieber kürzere als
längere Spots**

maximal 15 – 20"



**Kernbotschaft
bereits zum Start**

bspw. mit Logo-Einsatz



**9:16 Format
für Mobile-Videos**

Vielen Dank!



Christian Rufener

Managing Director

c.rufener@mediaschneider.com

mediaschneider



Mediaschneider & Hoy AG
Zollikerstrasse 141 | Postfach | 8008 Zürich
Tel. 044 387 52 72 | mediaschneider.com