

ADDRESSABLE TV

Cases und Grundlagenstudien (Stand: Mai 2023)

AGENDA

- 1 [SwitchIn XXL / Zoom](#)

- 2 [ATV-Spot](#)

- 3 [SwitchIn Zoom Kombi](#)

- 4 [Kombination SwitchIn XXL und TV-Spot](#)

- 5 [Kontaktklassenoptimierung via SwitchIn XXL](#)

- 6 [Grundlagenstudie SwitchIn XXL](#)

CASE – PEUGEOT RIFTER

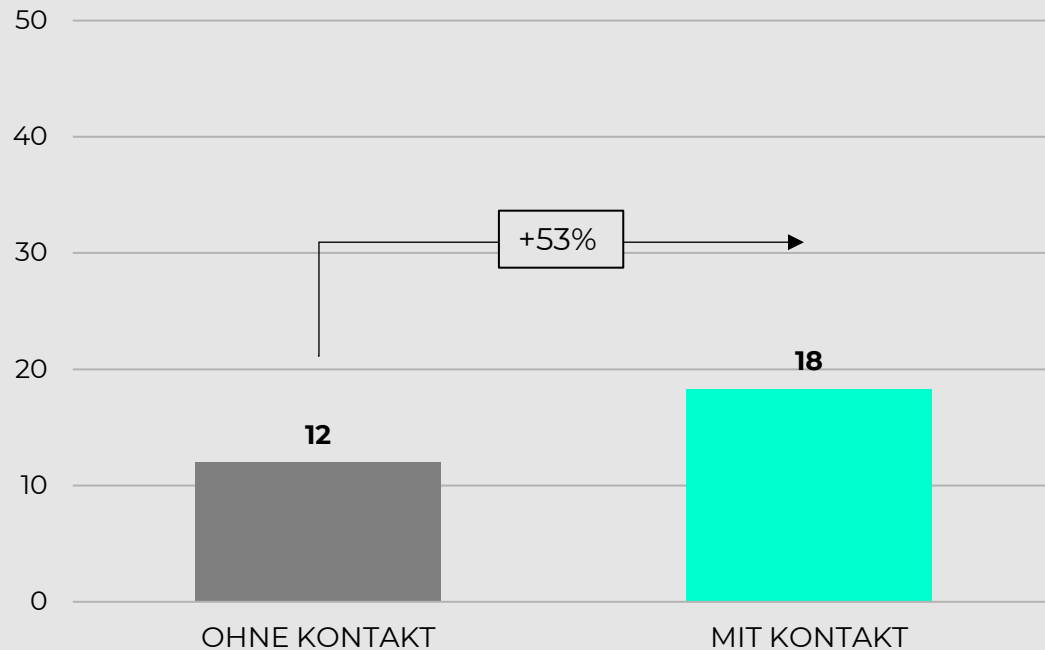
SMART TV-ONLINEBEFRAGUNG ÜBER CONNECTED TV ANHAND EINES STRUKTURIERTEN FRAGEBOGENS



STEIGERUNG DER BEKANNTHEIT MIT ATV-KONTAKT UM 53 PROZENT

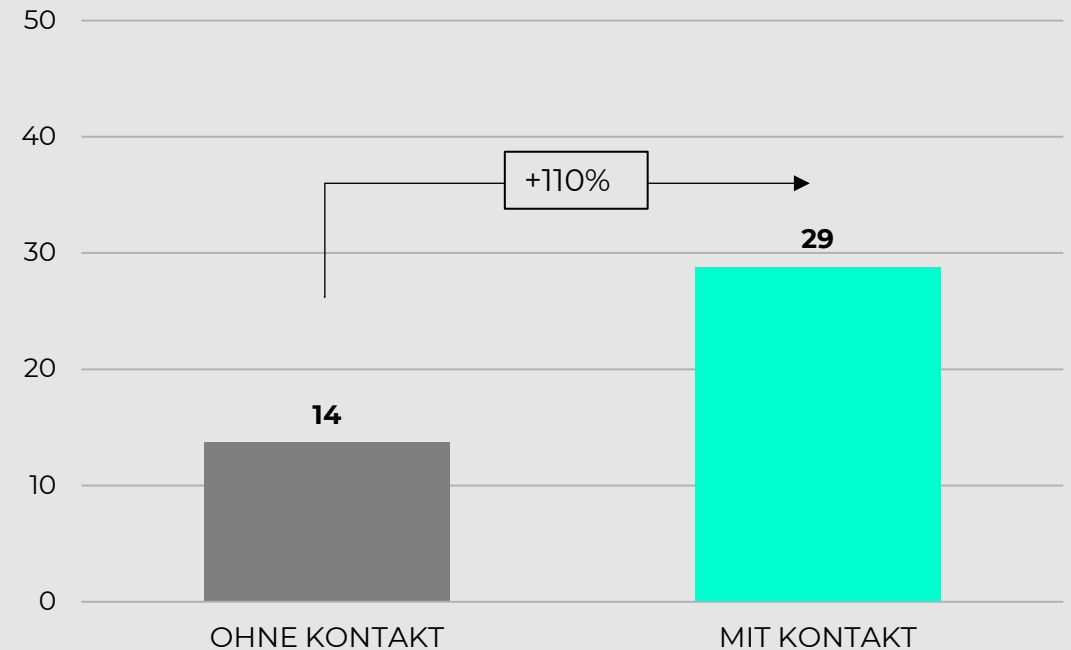
GESTÜTZTE BEKANNTHEIT PEUGEOT RIFTER - KONTAKT

Angaben in Prozent



RELEVANT SET PEUGEOT RIFTER - KONTAKT

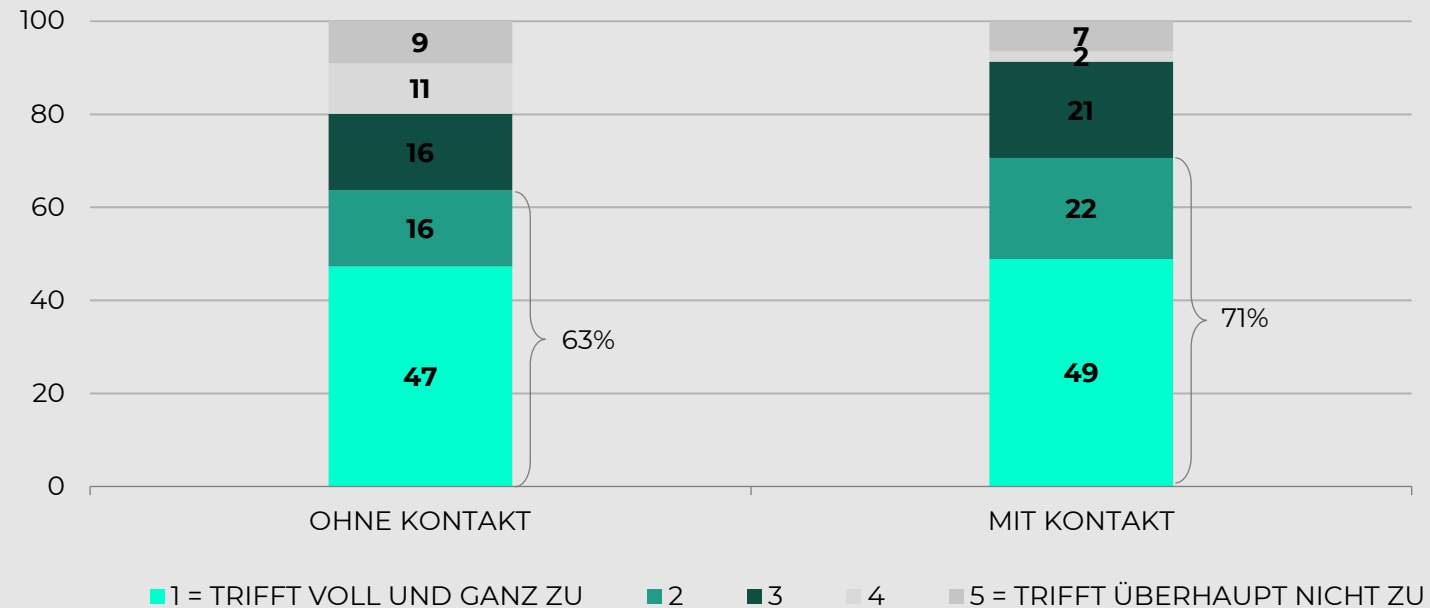
Angaben in Prozent (ja, auf jeden Fall / ja, vielleicht)



SWITCHIN STÄRKT IMAGE ALS FAMILIENAUTO

AUSSAGEN ZUM PEUGEOT RIFTER - ...IST EIN IDEALES FAMILIENAUTO.

Angaben in Prozent; ohne ‚Keine Angabe‘-Option



CASE – RICOLA

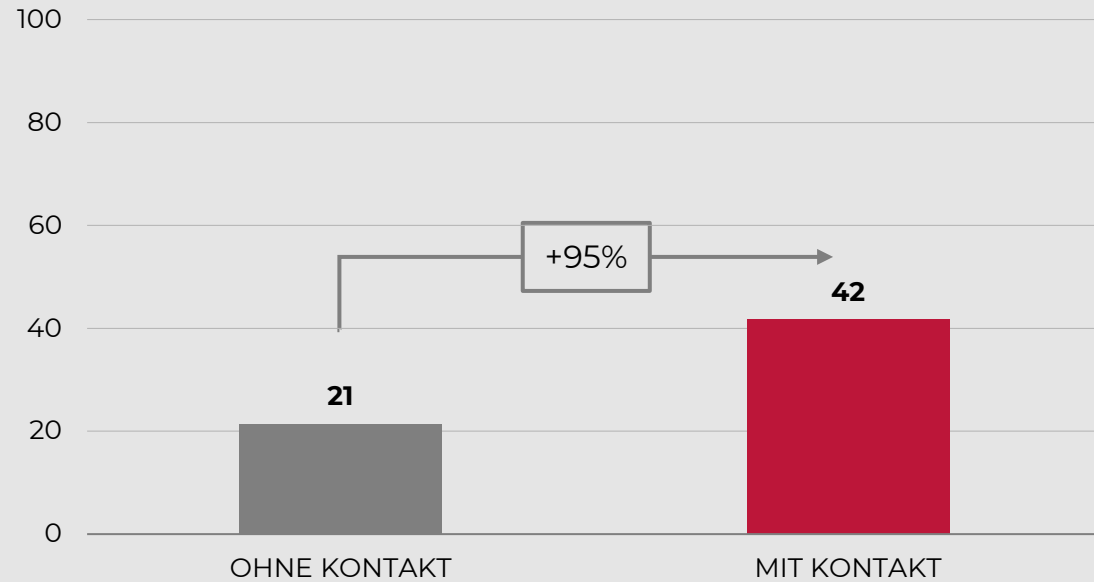
SMART TV-ONLINEBEFRAGUNG ÜBER CONNECTED TV ANHAND EINES STRUKTURIERTEN FRAGEBOGENS



KONTAKT STEIGERT WERBEERINNERUNG UND KAUFBEREITSCHAFT

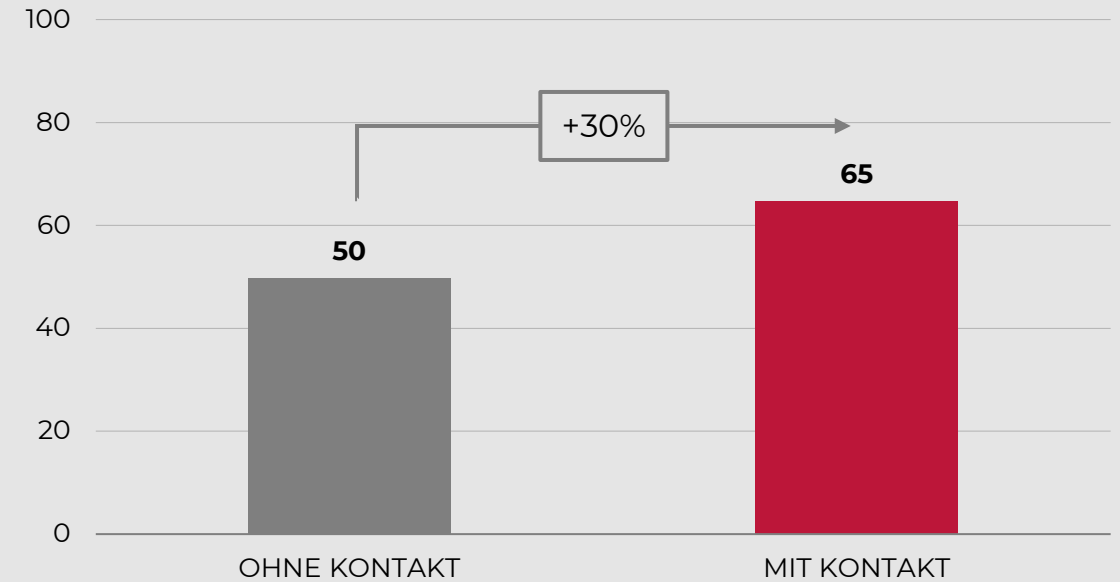
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG – RICOLA

Angaben in Prozent



KAUFBEREITSCHAFT RICOLA EUKALYPTUS KIRSCH

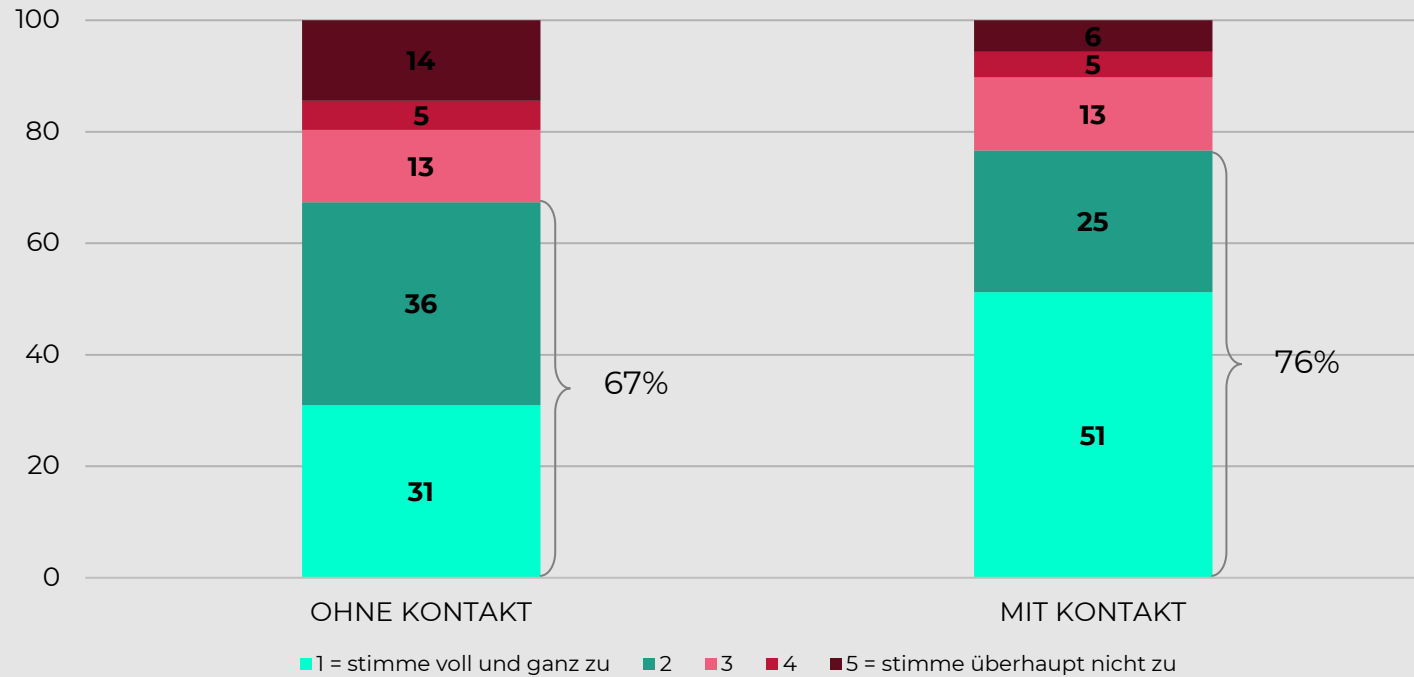
Angaben in Prozent



HAUPTAUSSAGE WIRD GUT VON DEN BEFRAGTEN ERINNERT

AUSSAGE – RICOLA EUKALYPTUS KIRSCHESCHMECKT WOHLTUEND UND ERFRISCHEND.

Angaben in Prozent, ohne KA-Option



AGENDA

- 1 [SwitchIn XXL / Zoom](#)

- 2 **[ATV-Spot](#)**

- 3 [SwitchIn Zoom Kombi](#)

- 4 [Kombination SwitchIn XXL und TV-Spot](#)

- 5 [Kontaktklassenoptimierung via SwitchIn XXL](#)

- 6 [Grundlagenstudie SwitchIn XXL](#)

CASE – WAGNER BELLA NAPOLI

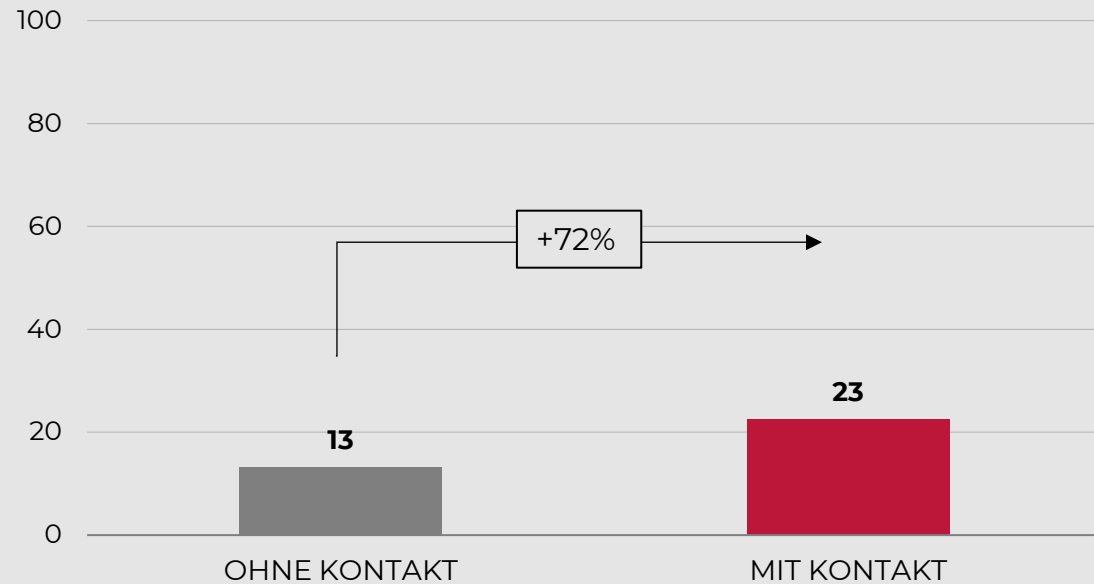
SMART TV-ONLINEBEFRAGUNG ÜBER CONNECTED TV ANHAND EINES STRUKTURIERTEN FRAGEBOGENS



BEKANNTHEIT STEIGT MIT KONTAKT ZUM ATV-SPOT

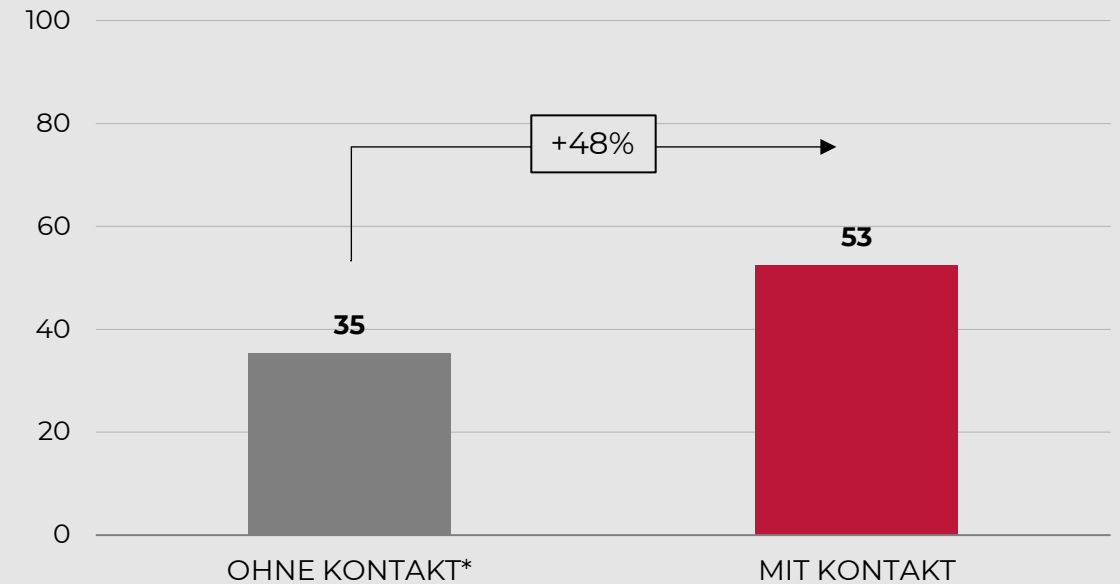
GESTÜTZTE BEKANNTHEIT WAGNER BELLA NAPOLI

Angaben in Prozent



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG WAGNER BELLA NAPOLI

Angaben in Prozent, z.T. niedrige Fallzahlen



AGENDA

- 1 [SwitchIn XXL / Zoom](#)

- 2 [ATV-Spot](#)

- 3 **[SwitchIn Zoom Kombi](#)**

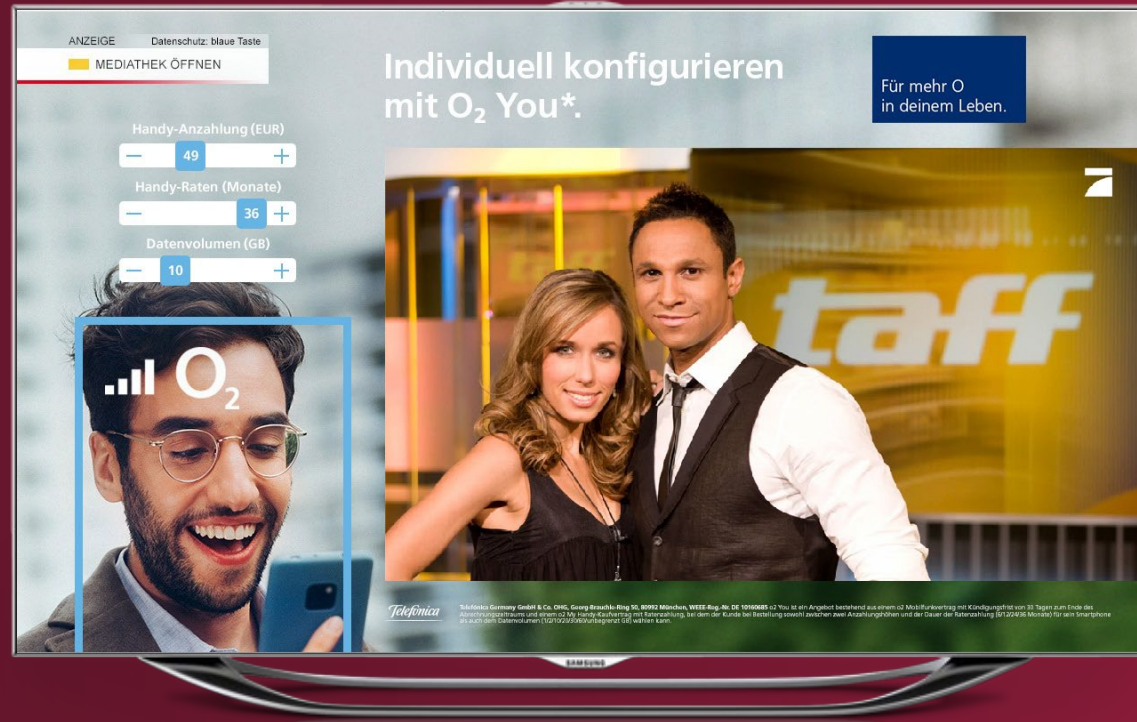
- 4 [Kombination SwitchIn XXL und TV-Spot](#)

- 5 [Kontaktklassenoptimierung via SwitchIn XXL](#)

- 6 [Grundlagenstudie SwitchIn XXL](#)

CASE – 02

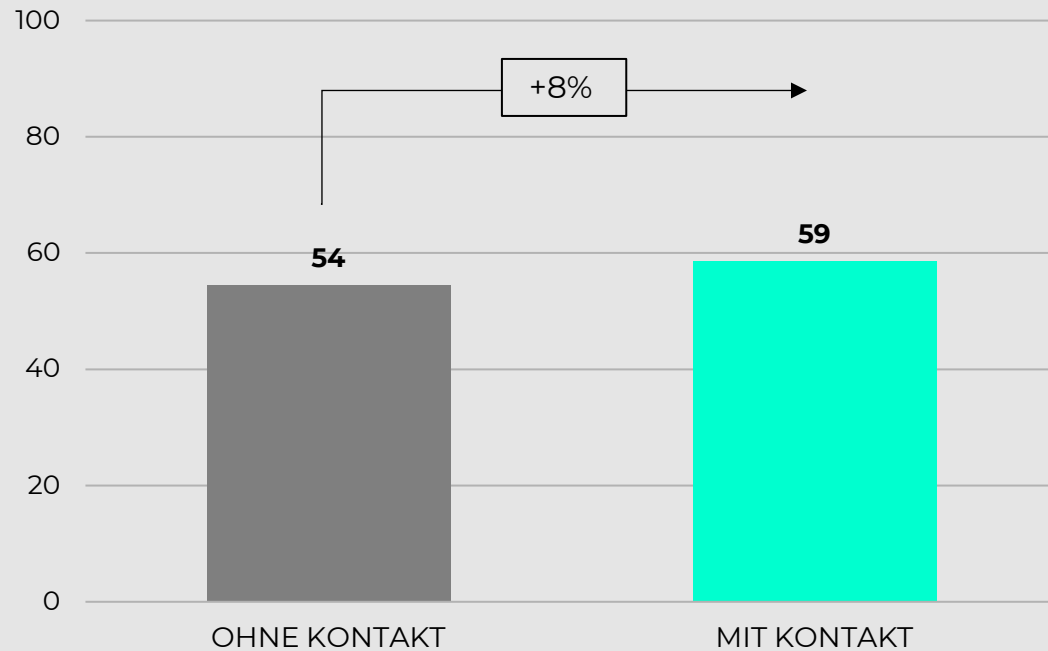
SMART TV-ONLINEBEFRAGUNG ÜBER CONNECTED TV ANHAND EINES STRUKTURIERTEN FRAGEBOGENS



STEIGERUNG DER BEKANNTHEIT MIT ATV-KONTAKT UM 8 PROZENT

GESTÜTZTE BEKANNTHEIT O2

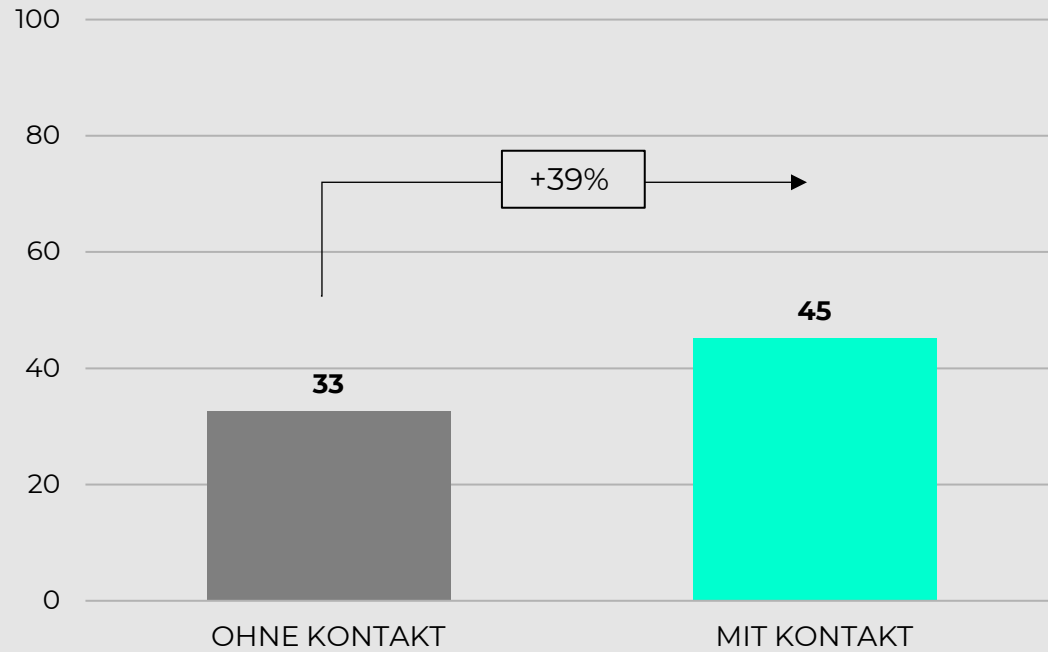
Angaben in Prozent



SWITCHIN ZOOM KOMBI STEIGERT DIE WERBEERINNERUNG

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG O2

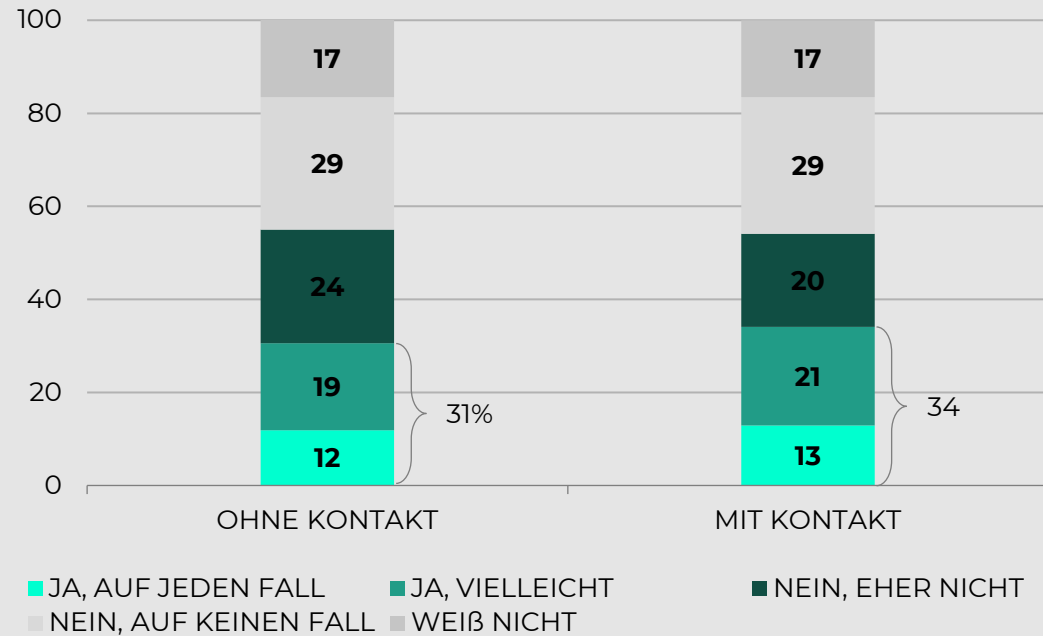
Angaben in Prozent



SWITCHIN-KONTAKT STEIGERT DIE KAUFBEREITSCHAFT

RELEVANT SET O2

Angaben in Prozent



AGENDA

- 1 [SwitchIn XXL / Zoom](#)

- 2 [ATV-Spot](#)

- 3 [SwitchIn Zoom Kombi](#)

- 4 **[Kombination SwitchIn XXL und TV-Spot](#)**

- 5 [Kontaktklassenoptimierung via SwitchIn XXL](#)

- 6 [Grundlagenstudie SwitchIn XXL](#)

CASE – KIRI

EXPERIMENTELLE STUDIE IM PAYBACK ONLINE-PANEL

ANZEIGE Datenschütz: blaue Taste
MEDIATHEK ÖFFNEN

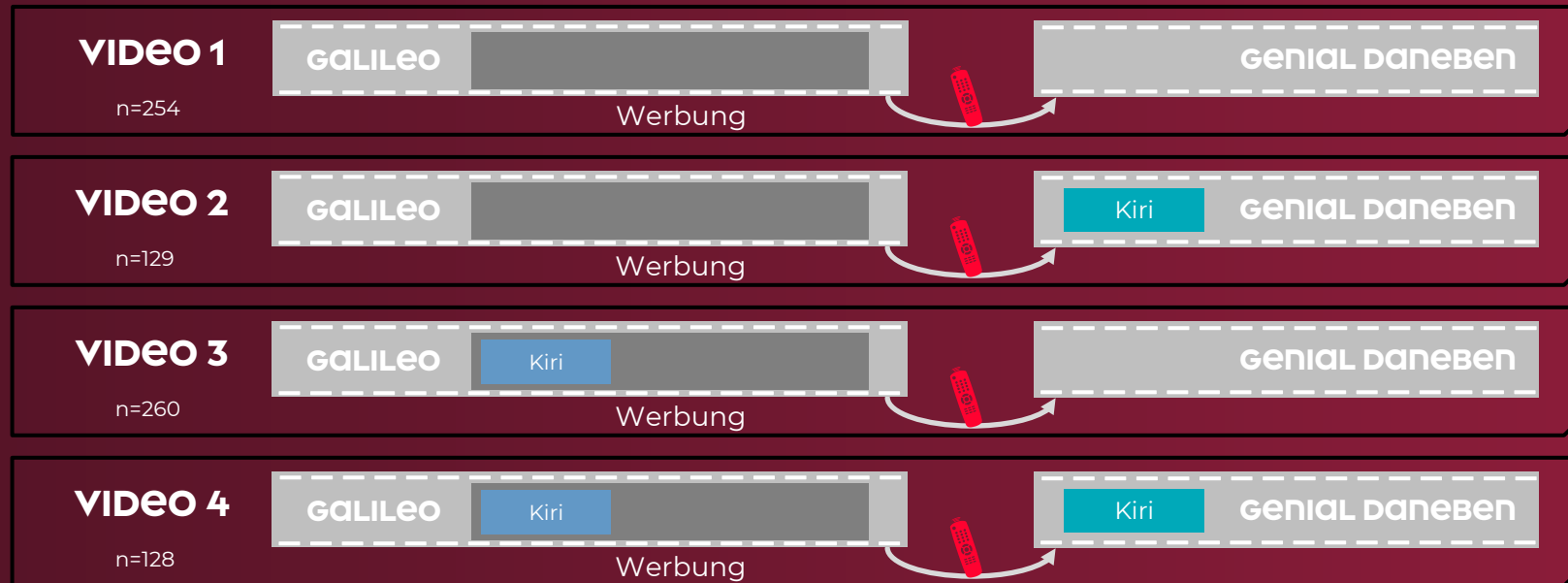
Kiri
Was macht Kiri so besonders?

Kiri

Unsere gute Milch von Kühen, die viel Zeit auf der Weide verbringen

INITIATIVE FÜR WEDEHALTUNG

AUFBAU DER PROGRAMMSTRECKEN



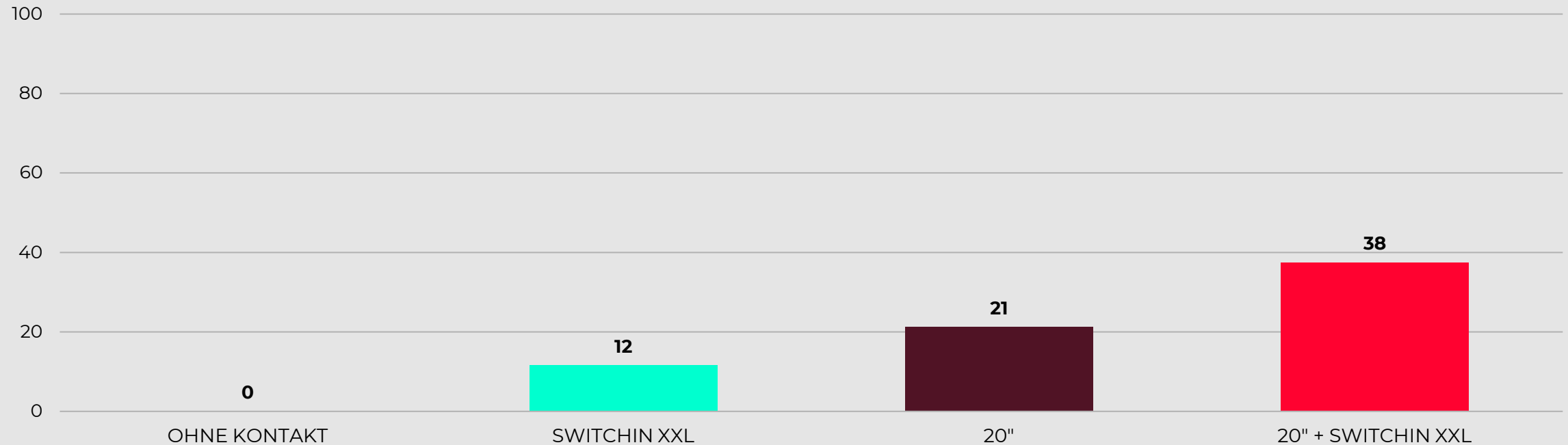
20"

SwitchIn
XXL

KOMBINATION WIRKT POSITIV AUF DIE SPONTANE WERBEERINNERUNG

UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG - KIRI

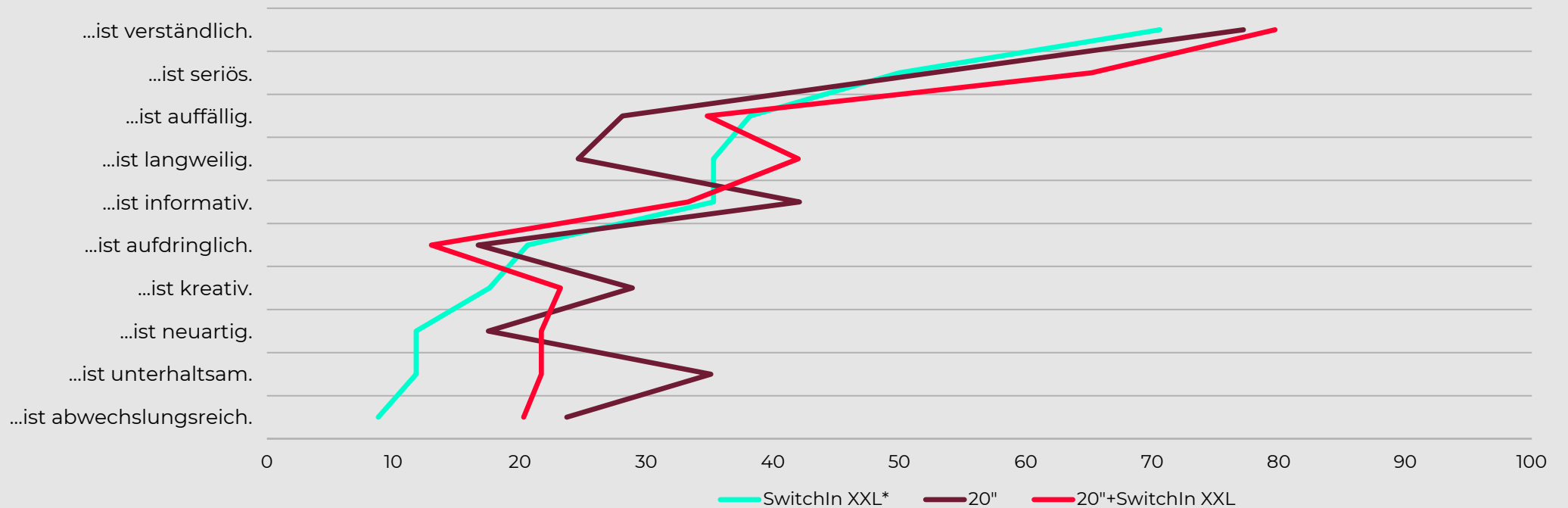
Angaben in Prozent



BEWEGTBILD WIRKT UNTERHALTSAMER UND ABWECHSLUNGSREICHER

SPOTPROFIL KIRI

Angaben in Prozent (Top2)



AGENDA

- 1 [SwitchIn XXL / Zoom](#)

- 2 [ATV-Spot](#)

- 3 [SwitchIn Zoom Kombi](#)

- 4 [Kombination SwitchIn XXL und TV-Spot](#)

- 5 **[Kontaktklassensoptimierung via SwitchIn XXL](#)**

- 6 [Grundlagenstudie SwitchIn XXL](#)

CASE – OTC

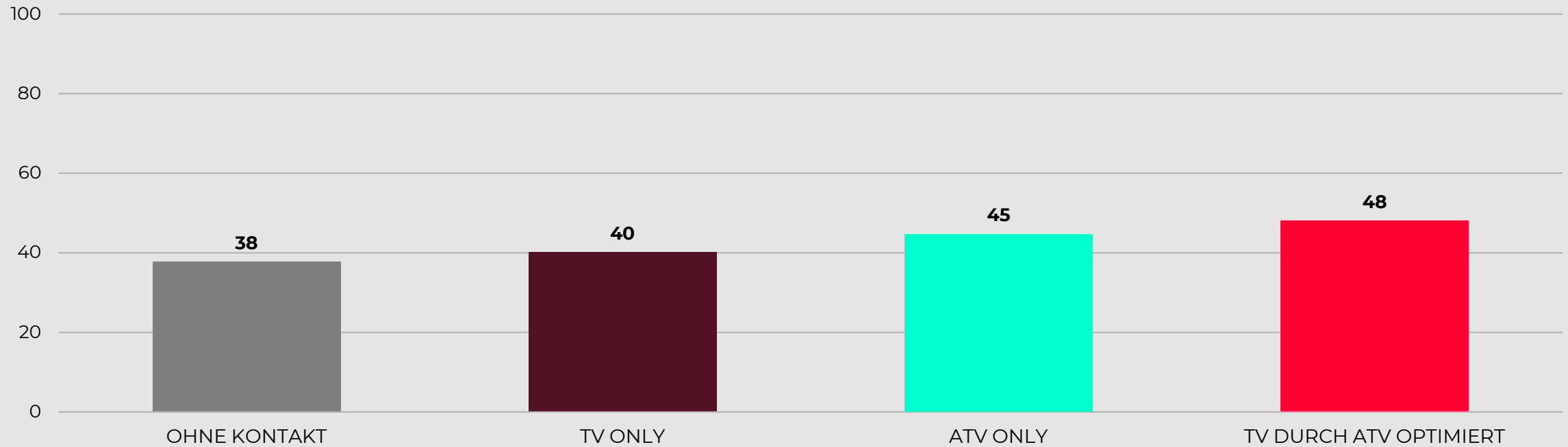
SMART TV-ONLINEBEFRAGUNG ÜBER CONNECTED TV ANHAND EINES STRUKTURIERTEN FRAGEBOGENS



HÖCHSTE BEKANNTHEIT MIT KOMBINIERTEM KONTAKT

GESTÜTZTE BEKANNTHEIT - OTC

Angaben in Prozent



AGENDA

- 1 [SwitchIn XXL / Zoom](#)

- 2 [ATV-Spot](#)

- 3 [SwitchIn Zoom Kombi](#)

- 4 [Kombination SwitchIn XXL und TV-Spot](#)

- 5 [Kontaktklassenoptimierung via SwitchIn XXL](#)

- 6 [**Grundlagenstudie SwitchIn XXL**](#)

CASE – MINI CLUBMAN

EXPERIMENTELLE GRUNDLAGENSTUDIE IM STUDIO

Klassischer TV-Spot
(24 Sekunden)

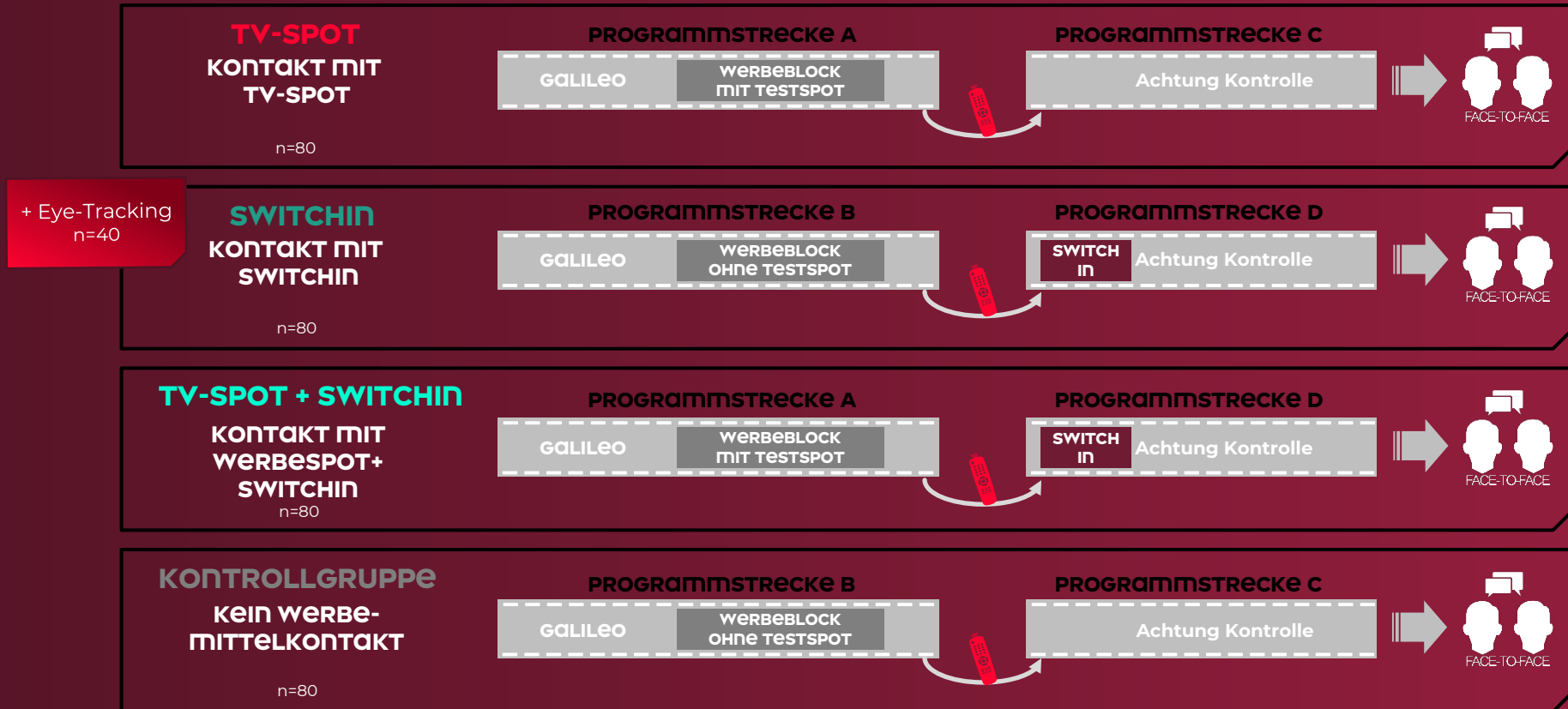


HAT GROSSES MIT IHNEN VOR.
DER MINI CLUBMAN.

SwitchIn XXL
(10 Sekunden)



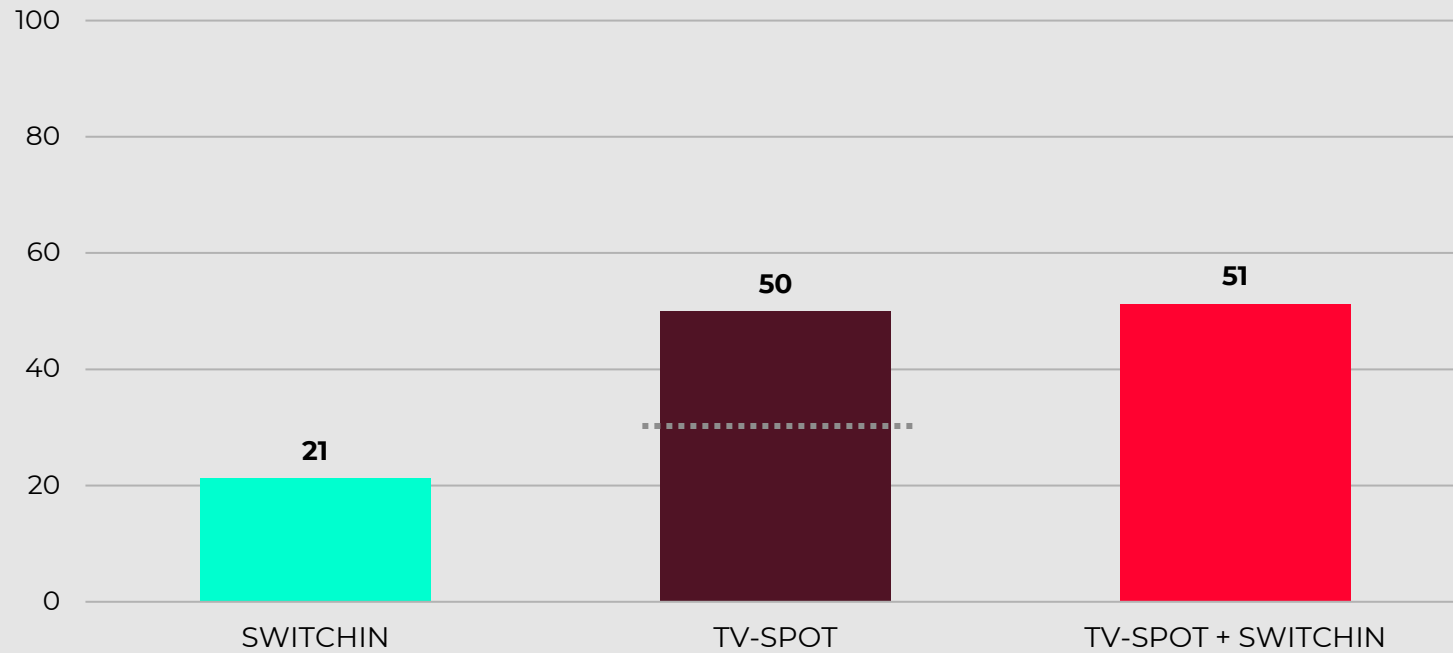
EXPERIMENT MIT VIER TESTGRUPPEN



SWITCHIN MIT GUTER ERINNERUNGSLEISTUNG

UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

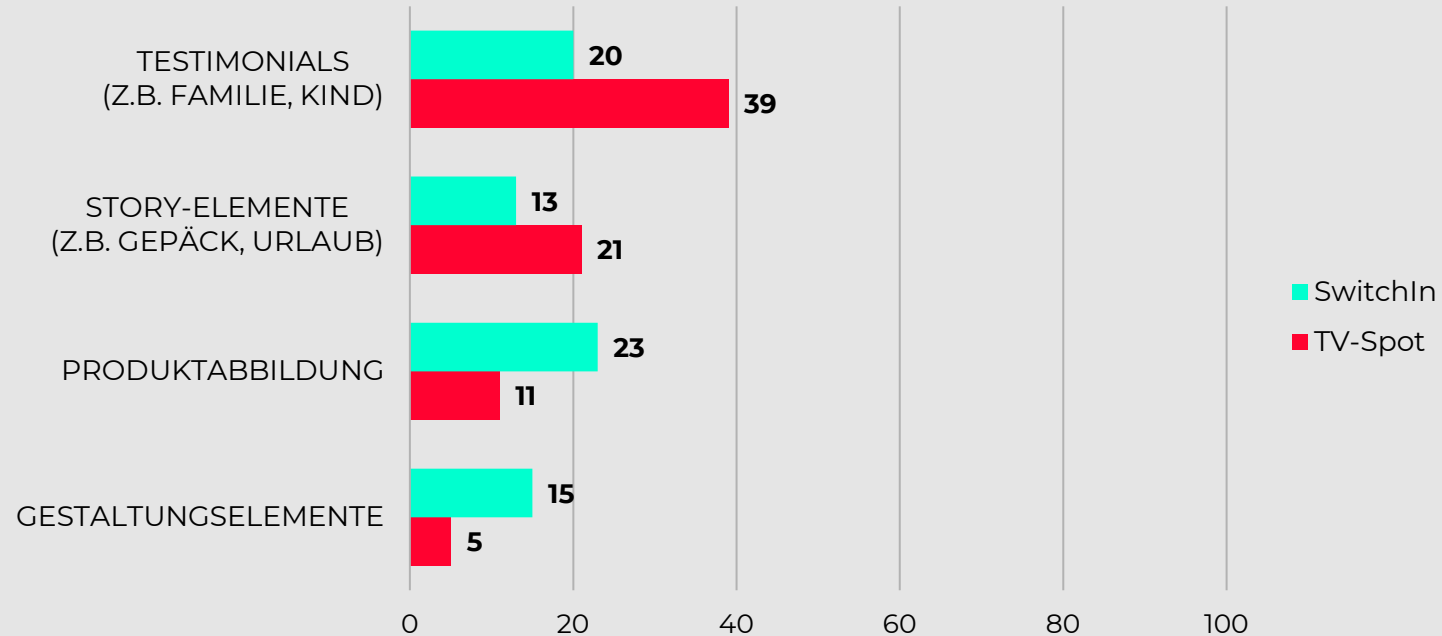
Angaben in Prozent



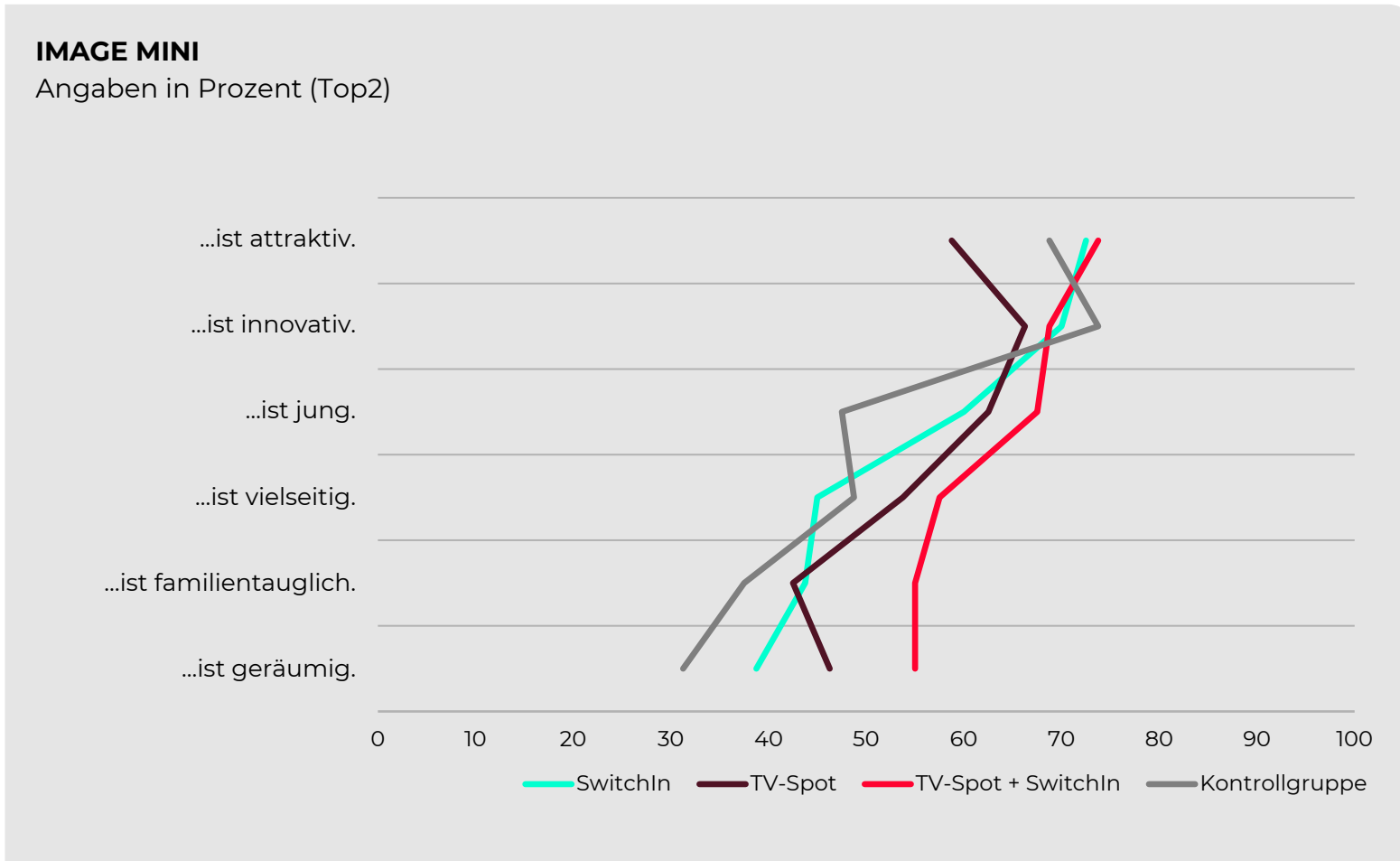
SWITCHIN TRANSPORTIERT INSBESONDERE DETAILINFORMATIONEN EFFEKTIV

RECALL WERBEDETAILS

Angaben in Prozent



KOMBINATION SWITCHIN UND SPOT MIT STÄRKSTER IMAGEWIRKUNG



EYE-TRACKING BELEGT HOHE AUFMERKSAMKEITSLEISTUNG

HEATMAP



SWITCHIN MIT HOHER WAHRNEHMUNG – JEDER DRITTE SIEHT REDBUTTON

Eye Tracking Betrachtungsverlauf

