



BE INSPIRED BY  
**THE MAGIC**  
OF TOTAL VIDEO

# ■ AGENDA

01

TOTAL VIDEO

02

REICHWEITE

03

WERBEWIRKUNG

**TV =  
TOTAL  
VIDEO**

Total Video bedeutet hochwertiger, markensicherer Broadcast-Content für jede Plattform & Nutzungssituation.



**AUF DIE  
VERFASSUNG  
KOMMT ES AN**

Das wesentliche  
Merkmal ist nicht nur  
das Device, sondern  
auch die  
**Nutzungsverfassung**

**Lean Back  
vs.  
Lean Forward**

# ■ AGENDA

01

TOTAL VIDEO

02

REICHWEITE

03

WERBEWIRKUNG

A high-angle, wide shot of a massive crowd of people at a concert or festival. The crowd is dense and extends far into the distance. Many people have their arms raised, and some are holding up their phones to take pictures. The scene is brightly lit, likely by stage lights, creating a hazy atmosphere. In the foreground, there are several semi-transparent white squares of varying sizes. On the left side, there is a large, solid orange rectangle containing the text "IT'S ALL ABOUT REACH" in white, bold, sans-serif capital letters.

**IT'S ALL  
ABOUT  
REACH**

# ZUSAMMENHANG VON KÄUFERZAHL UND VERKAUFTE MENGE

REICHWEITE  
IST TREIBER FÜR  
**MARKEN-  
WACHSTUM**

Änderung  
Käuferzahl

Mengenänderung

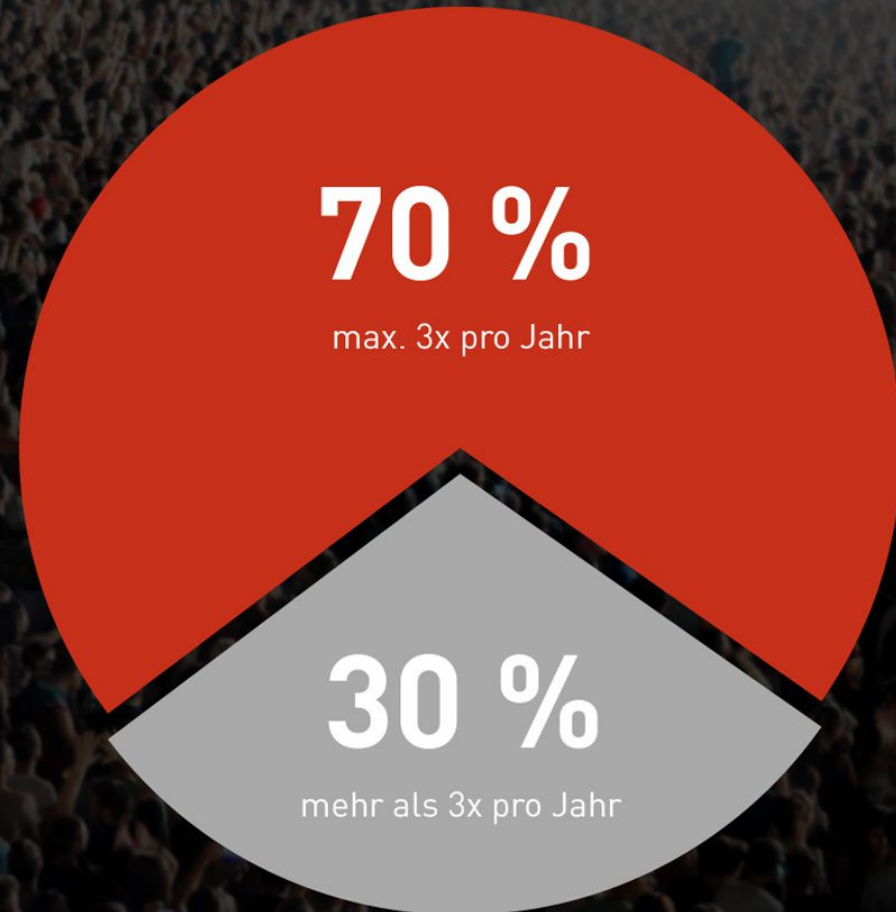


# KÄUFERSTRUKTUR VON MARKEN

ANGABEN IN %

DIE MEHRHEIT  
DER KÄUFER SIND  
**WENIG-  
KÄUFER**

Markenkäufer sind **illoyal**.  
70% kaufen die Marke  
höchstens 3 Mal im Jahr.







TV ERREICHT DIE  
**WENIG-  
KÄUFER**

Beispiel Schokolade:

Anteil Nicht- und Wenig-  
käufer an der Zielgruppe:

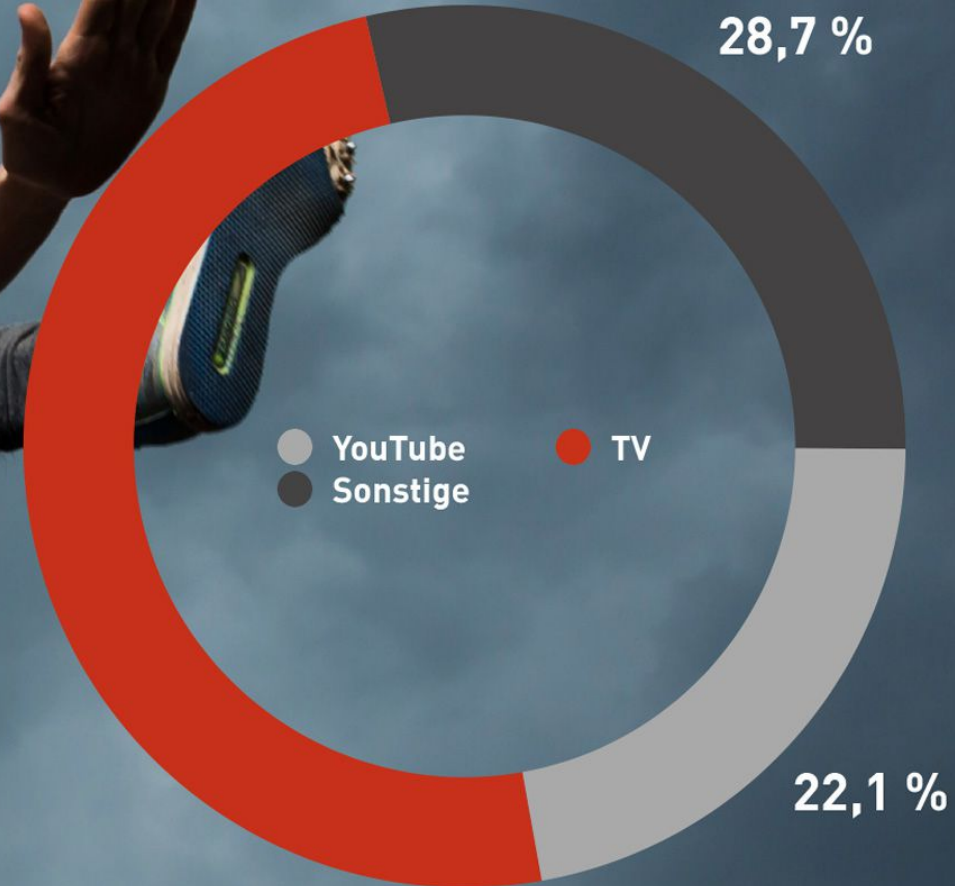
TV > 76%

Facebook > 5%

# MEDIALE REICHWEITE



49,2 %




**NUTZUNG BEWEGTBILD 16-34 JAHRE UK**  
ANGABEN IN %

# WERBLICHE REICH- WEITE



**NUTZUNG BEWEGTBILDWERBUNG 16-34 JAHRE UK**  
ANGABEN IN %



IT'S ALL ABOUT  
**REACH**  
BUT NOT ALL  
**REACH**  
IS EQUAL

Karen  
Nelson-Field

# ■ AGENDA

01

TOTAL VIDEO

02

REICHWEITE

03

WERBEWIRKUNG



**WERBEZIELE:  
AKTIVIERUNG &  
MARKEN-  
AUFBAU**



**SHORT TERM EFFECTS  
ACTIVATION**

**TOTAL  
VIDEO  
KANN BEIDES**



**LONG TERM EFFECTS  
BRAND BUILDING**

# KURZ GEHT NICHT OHNE LANG

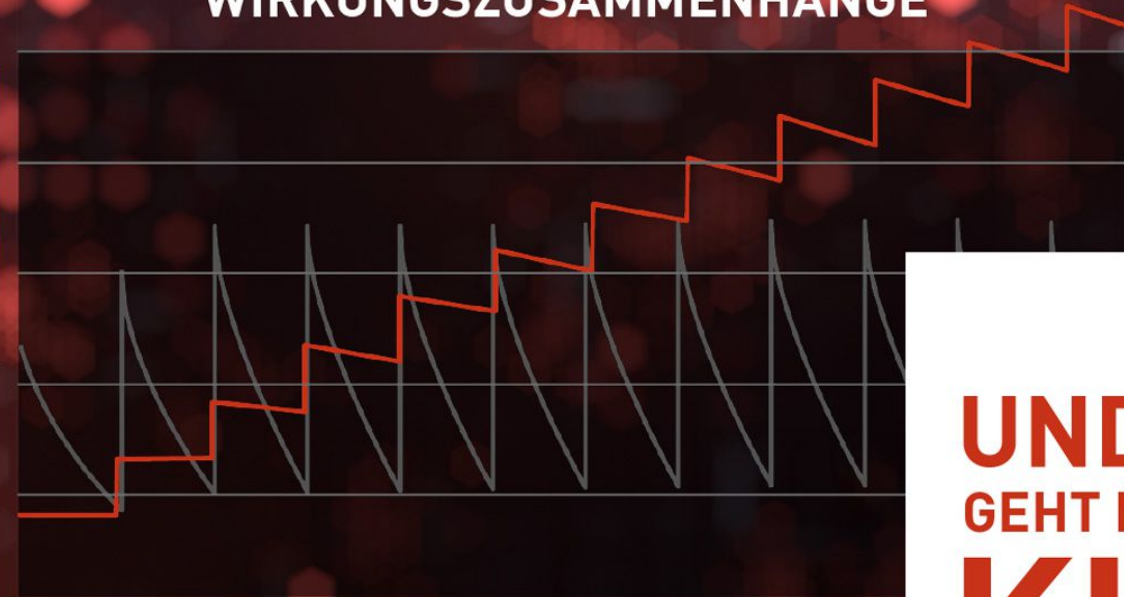
## KURZ- UND LANGFRISTIGE WIRKUNGSZUSAMMENHÄNGE

Brand  
building

Long-term  
sales growth

Sales  
activation

Short-term  
sales uplifts



Short term effects dominate 6 months

# UND LANG GEHT NICHT OHNE KURZ

**60:40-**  
VERHÄLTNIS AM  
EFFEKTIVSTEN

**60%**  
**BRAND  
BUILDING**

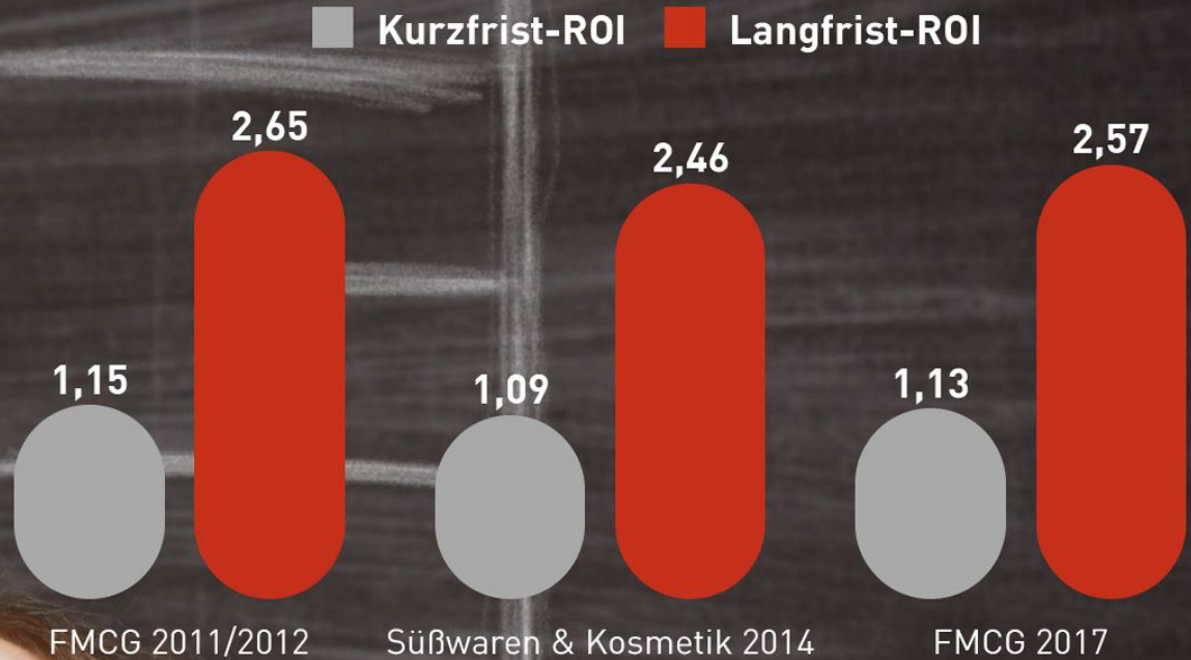
**40%**  
**SALES  
ACTIVATION**



**ROI FÜR  
TV IST  
STABIL HOCH**

## KURZ- UND LANGFRIST-ROI

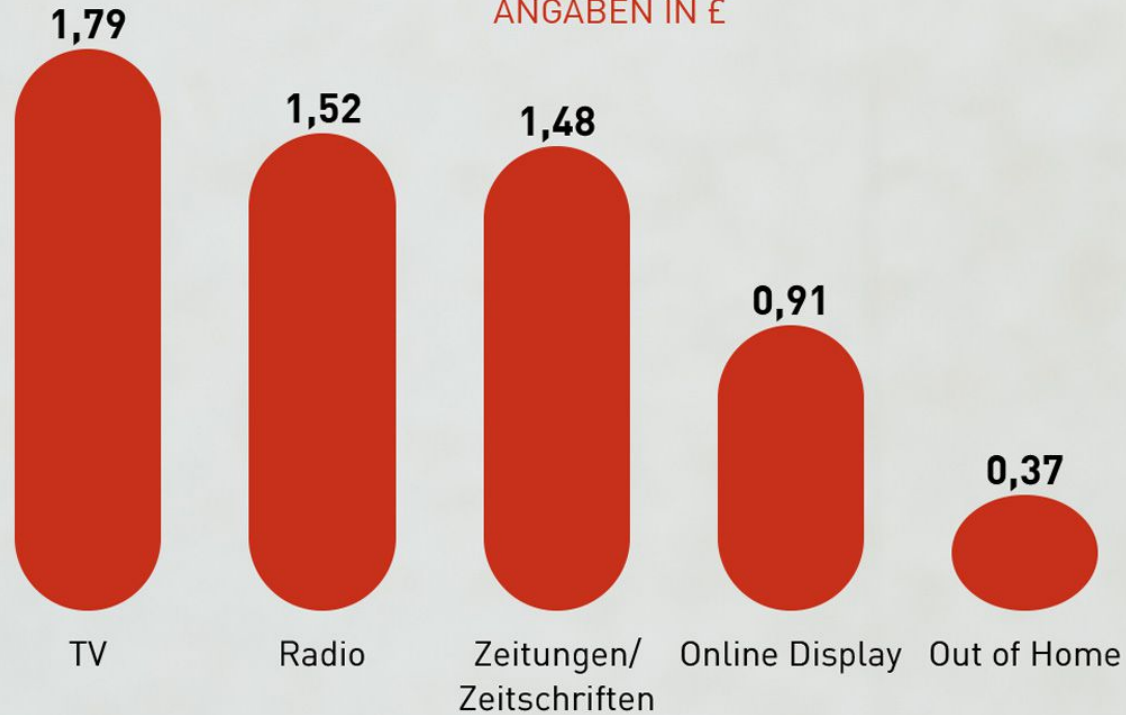
VERHÄLTNIS VON ZUSATZUMSATZ DURCH WERBUNG UND TV-SPENDINGS NETTO



Quelle: Screenforce, SevenOne Media, GfK, Nielsen Media Research; Dargestellt ist der Netto-ROI (pauschale Schätzung der Netto-Investments auf Basis Nielsen Media Research, ZAW)

**TV IST IM  
MEDIEN-  
VERGLEICH AM  
EFFIZIENTESTEN**

**ROI NACH MEDIEN**  
ANGABEN IN €





## TV STÄRKT ANDERE MEDIEN

TV erhöht den ROI  
anderer Medien im Mix

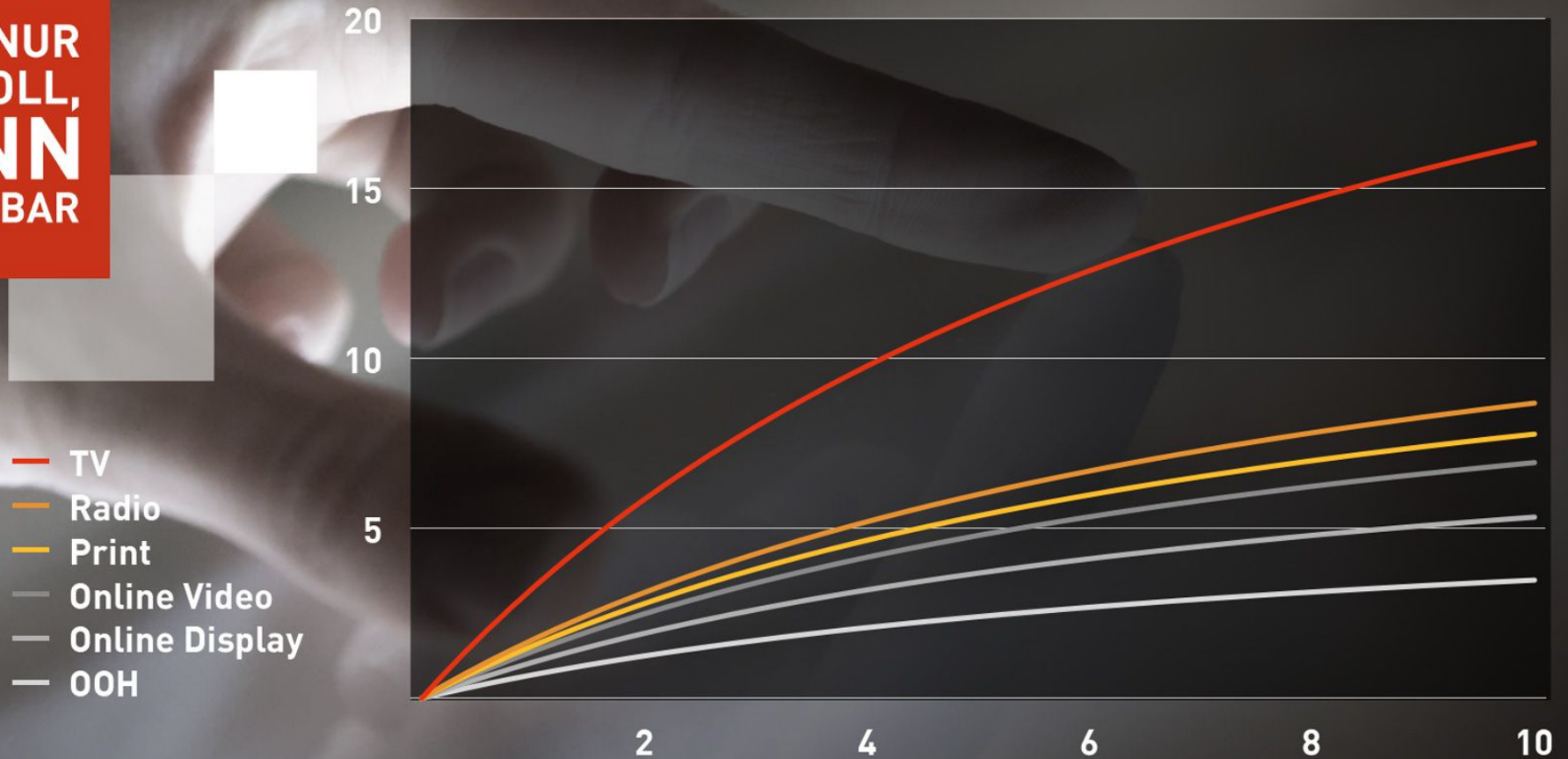
TV pusht Search und  
sorgt für Online-Traffic

Quelle: Dentsu Aegis Resolutions 2018 / GUX 2015

# ZUSATZUMSATZ NACH INVESTMENT

ANGABEN IN MIO. EUR

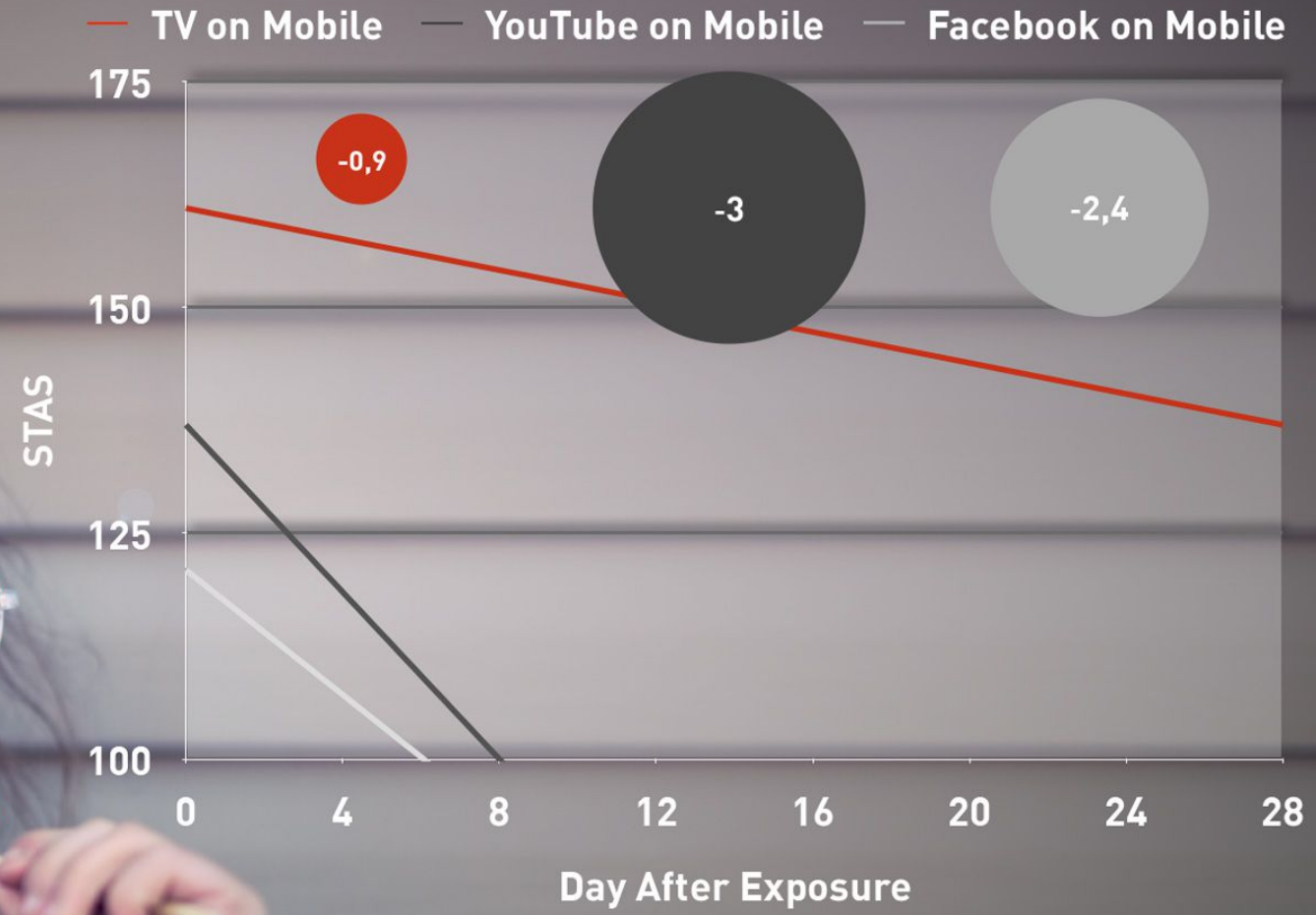
ROI IST NUR  
WERTVOLL,  
**WENN**  
SKALIERBAR



**NACH  
HALTIG  
KEIT?**

# STAS DECAY NACH MEDIENKANAL

ANGABEN IN STAS UND DECAY RATE IN %



Quelle: Not all reach is equal, Prof. Karen Nelson-Field



Die  
Nutzungsverfassung  
macht den Unterschied:  
Je „broadcastiger“,  
desto wirkungsvoller.

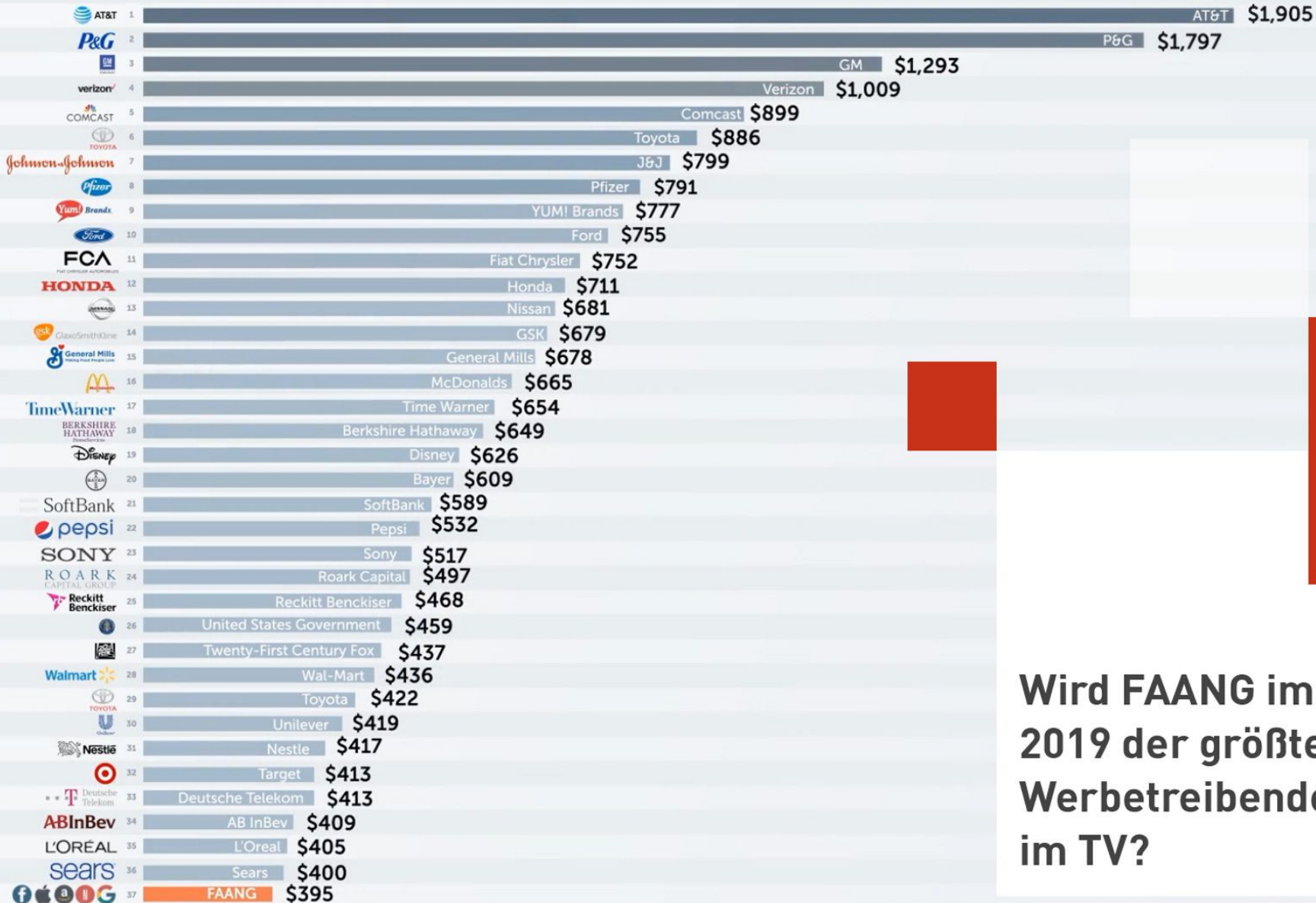


TV:  
**Ähnliche Nutzungs-**  
**verfassung** bei Content  
und Werbung

YouTube / Facebook:  
**Unterschiedliche**  
**Nutzungsverfassung** bei  
Content und Werbung



**NOT ALL  
REACH IS  
EQUAL?**



2019?

Wird FAANG im Jahr 2019 der größte Werbetreibende im TV?


**MONEY  
FOLLOWS  
IMPACT**



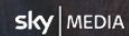


# VIELEN DANK

12 Vermarkter – ein Team! [screenforce.de](https://www.screenforce.de)

 SevenOne  
Media

 agcc  
an der universität köln

 sky | MEDIA

 IP

 Discovery

 Disney MEDIA SALES & PARTNERSHIPS

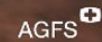
 EL CARTEL  
MEDIA

 sport1 MEDIA

 Sevens TV  
DEUTSCHLAND

 ASS®

 VISION  
video impact

 AGFS+