



# VISUAL TRANSFER



# Die These von Visual Transfer

**Visuell** (und somit auch akustisch)  
bereits eingeprägte TV-Spots werden  
durch den **Einsatz von AUDIO-Spots**  
aus dem **Gedächtnis reaktiviert.**

# Die Basis für einen Visual Transfer-Effekt

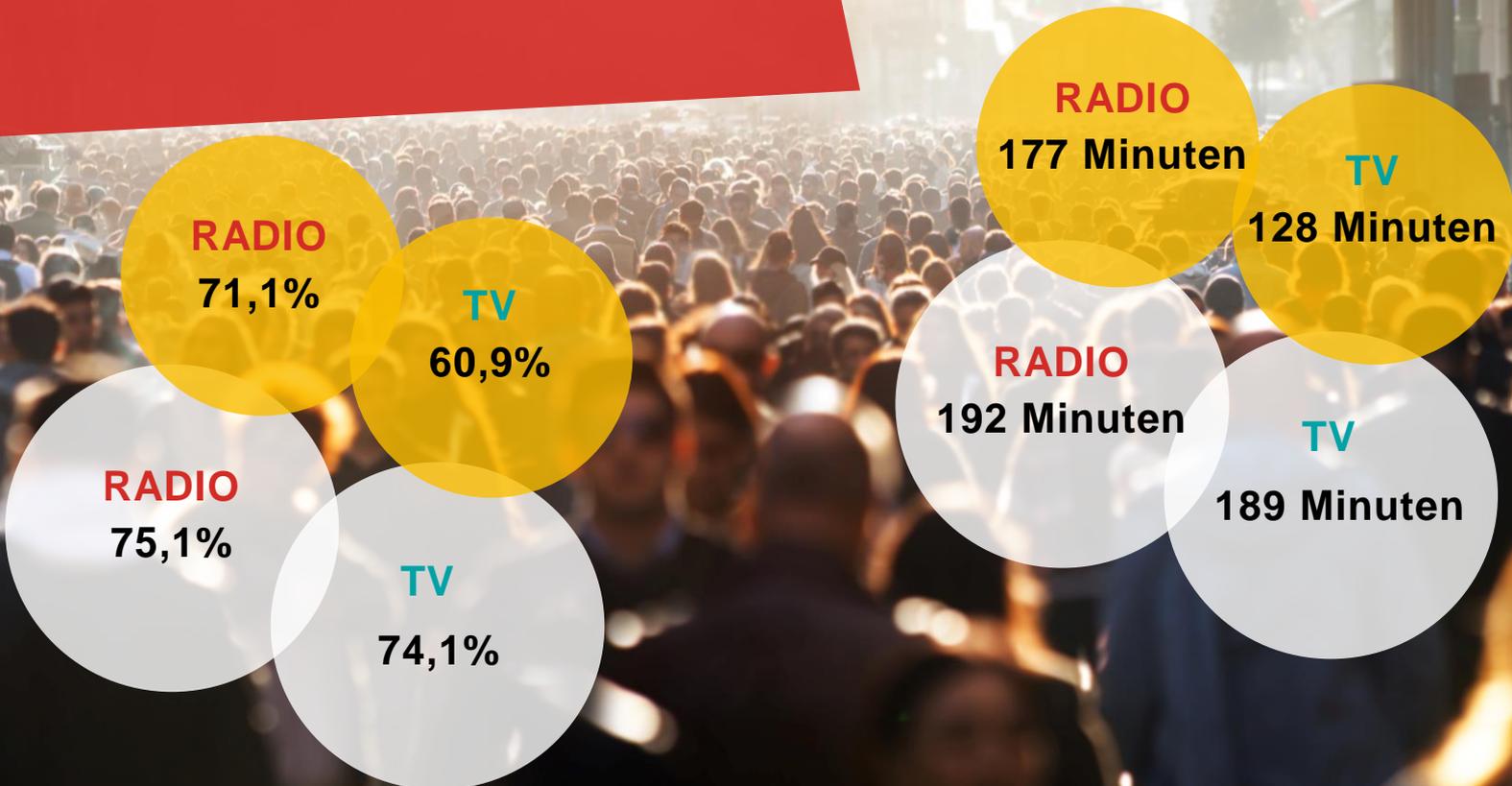
Kreation

Reichweite

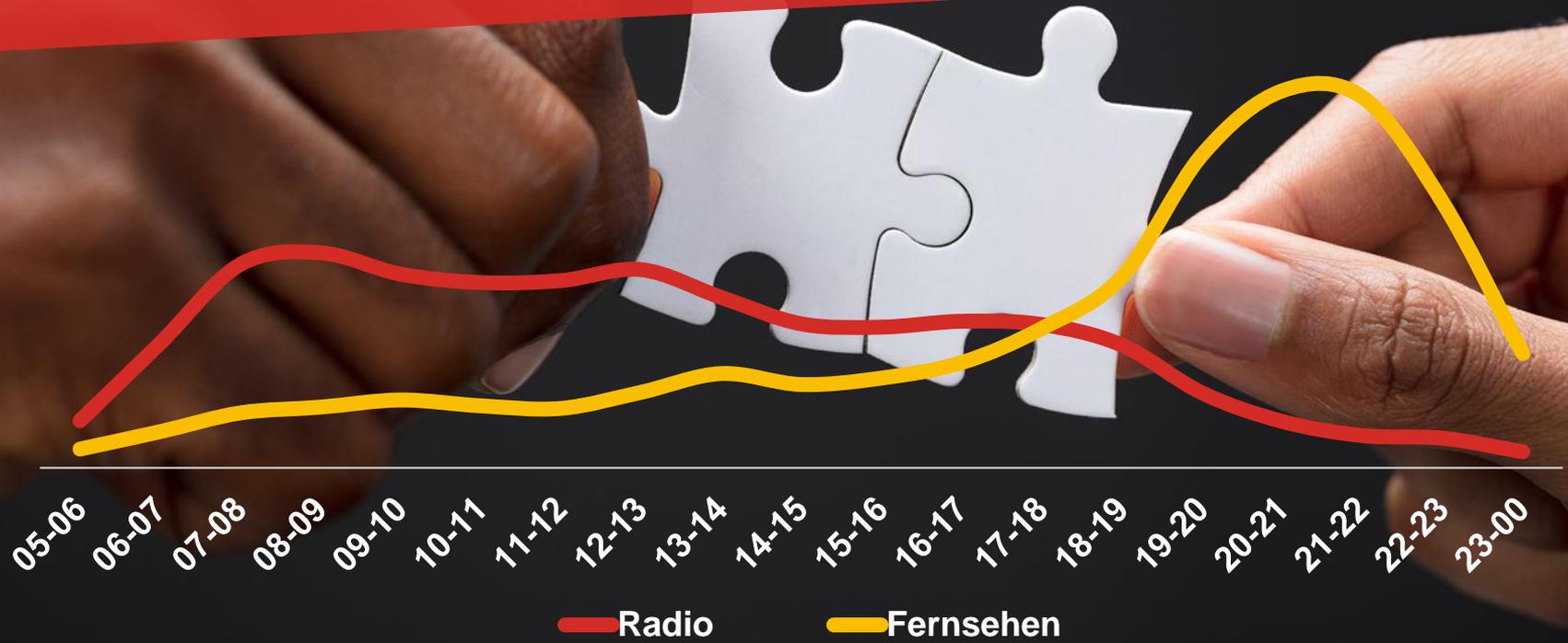
Medienmix



# Reichweite



# Medienmix



Media Server 3.0; Personen ab 14 Jahre; Angaben in %

# Visual Transfer

## Methoden-Steckbrief



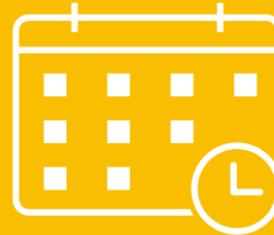
16-59 JAHRE



916 INTERVIEWS



ONLINE



8. – 14. JUNI 2023

# Visual Transfer

Marken aus unterschiedlichen Branchen



Nur die Audiospur der TV-Spots wurde in der Studie vorgespielt, keine Bild-Unterstützung

# Visual Transfer

Marken aus unterschiedlichen Branchen



*Nur die Audiospur der TV-Spots wurde in der Studie vorgespielt, keine Bild-Unterstützung*

# Visual Transfer

Marken aus unterschiedlichen Branchen



*Nur die Audiospur der TV-Spots wurde in der Studie vorgespielt, keine Bild-Unterstützung*



# Visual Transfer – ein strenger Maßstab

Korrekte Elemente

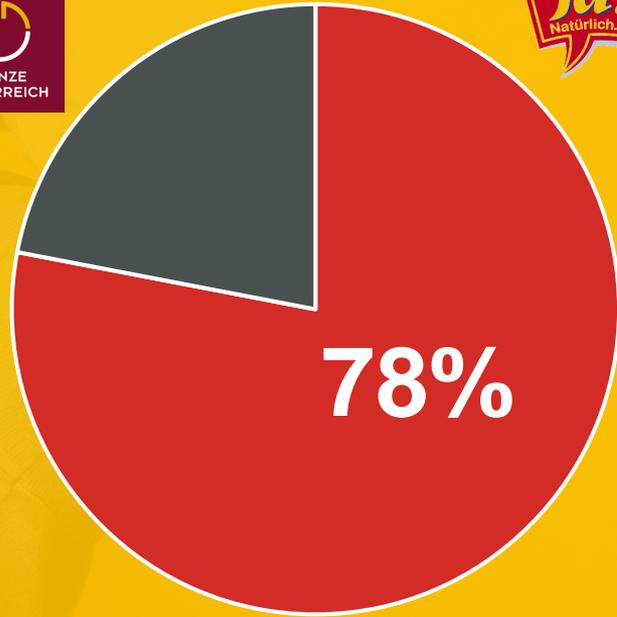
Mit Sicherheit dem Test-Spot zuzuordnen

Betrifft den optischen Handlungsablauf

# Visual Transfer: AUDIO wirkt!



BRONCHO  
STOP®



OBI®

Austrian 

RMS



# Visual Transfer – TOP 3

87

**BRONCHO  
STOP®**

88



89

**Austrian** 

# Visual Transfer – TOP 3 der Teens & Twens

**BRONCHO  
STOP®** 117



114



112



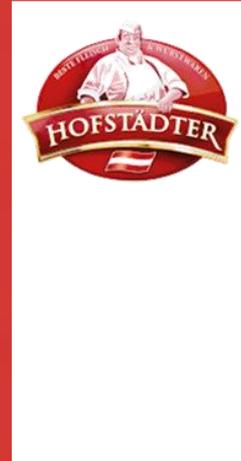


# Die Lustigsten

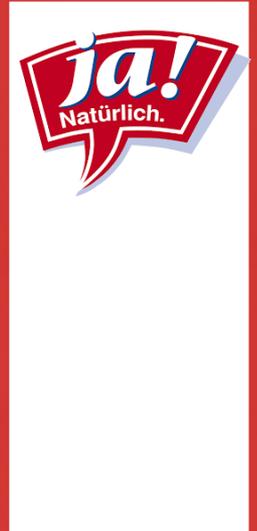
60



60



69



# Die Sympathischsten



67

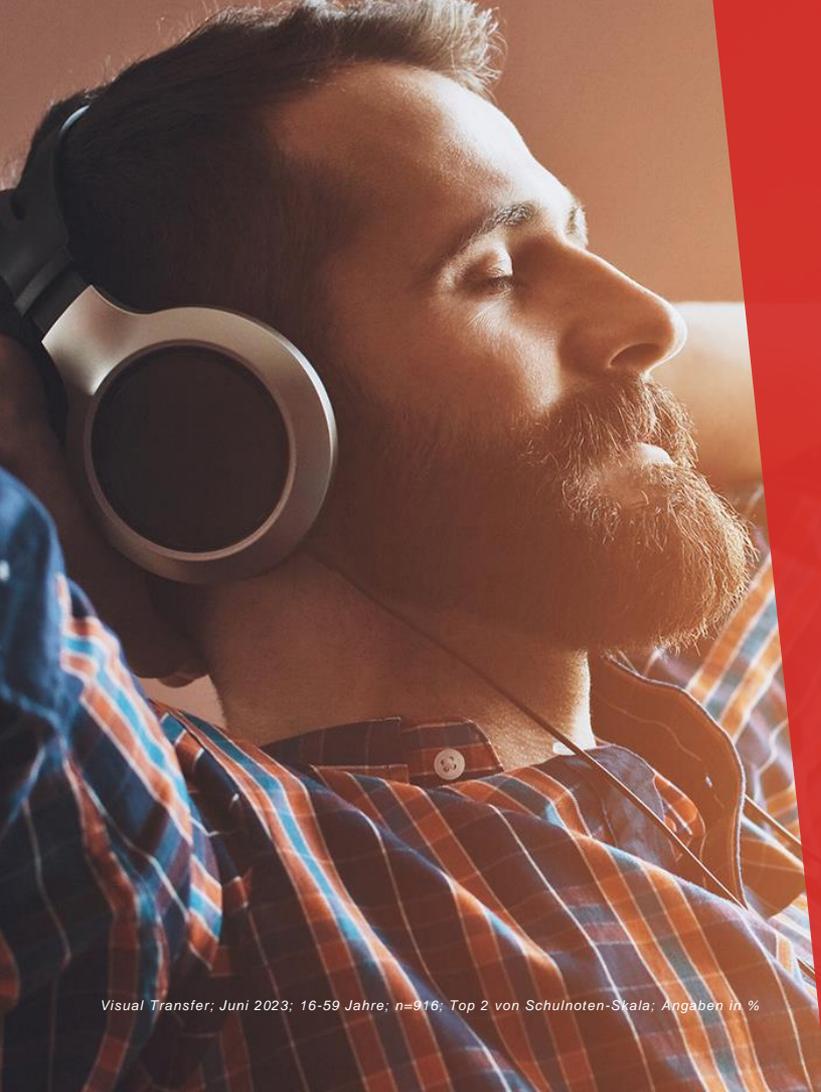


73



73





# Die Passendsten

75

**OBI**

78



87



# Summary

**AUDIO** maximiert  
die Reichweite einer TV-Kampagne

**AUDIO** verstärkt  
die Werbewirkung von TV

**AUDIO** erhöht  
kosteneffizient den Werbedruck

**AUDIO** erzeugt  
Bilder im Kopf

