



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

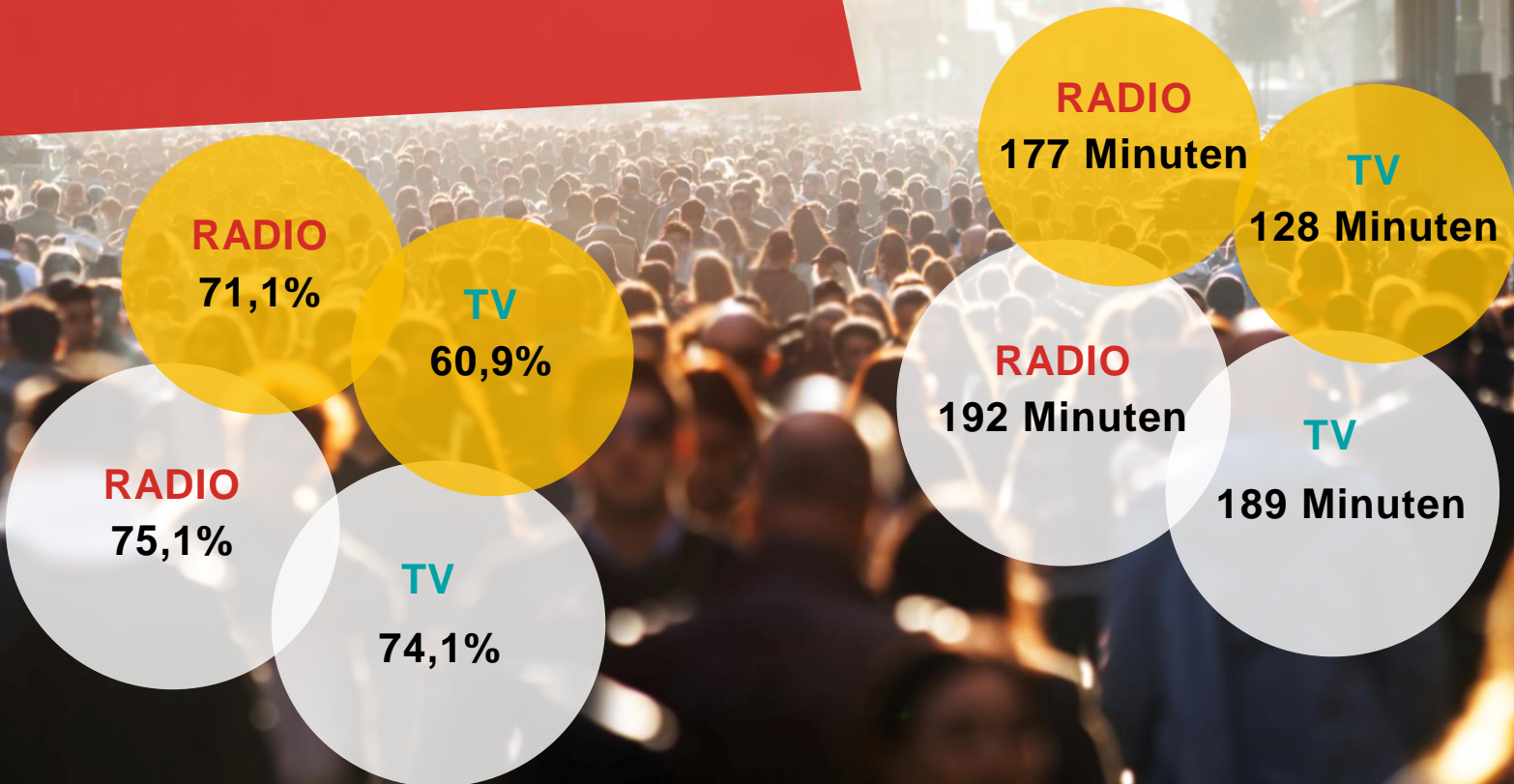
Kreation

Reichweite

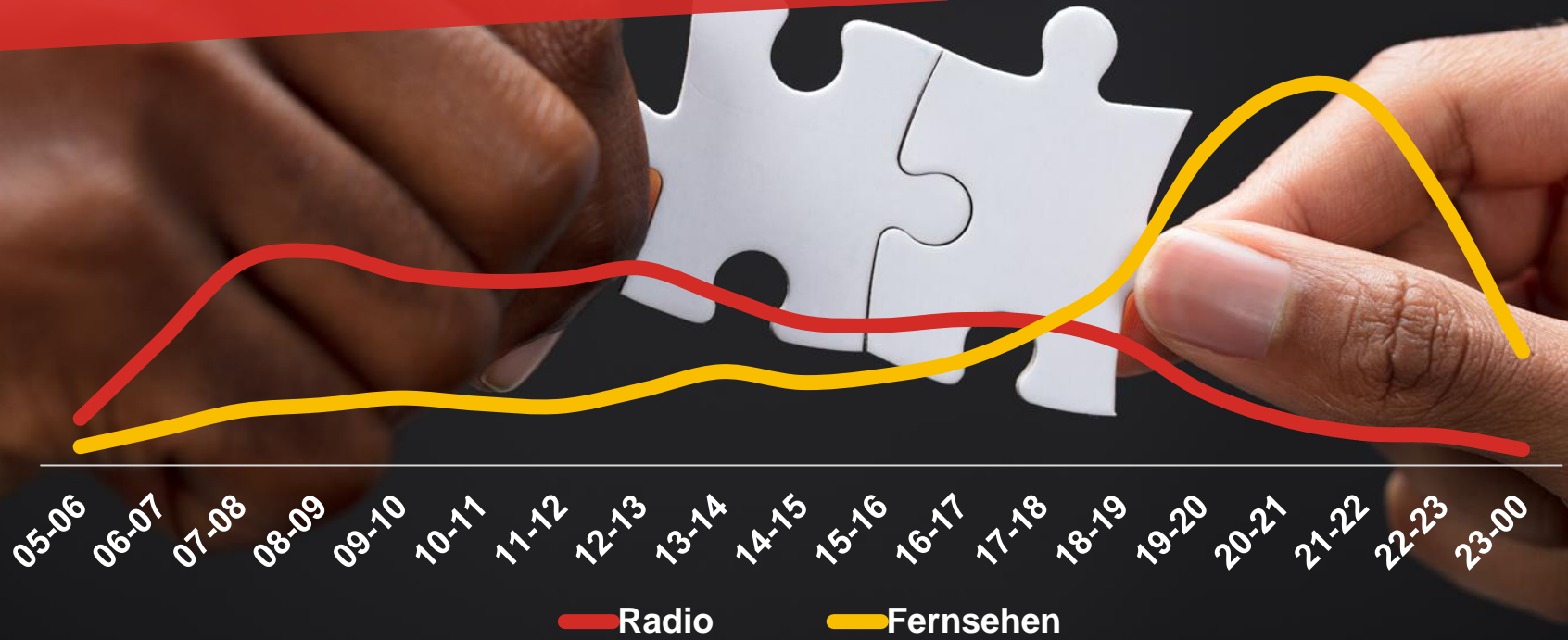
Medienmix



Reichweite



Medienmix



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

Visual Transfer

Methoden-Steckbrief



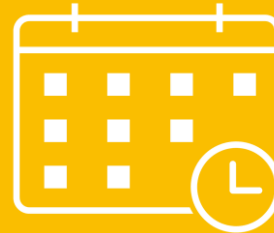
16-59 JAHRE



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



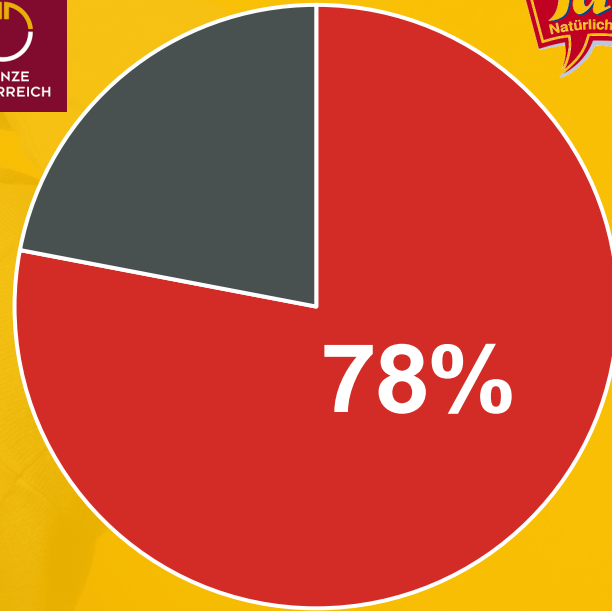
Visual Transfer – ein strenger Maßstab

Korrekte Elemente

Mit Sicherheit dem Test-Spot zuzuordnen

Betrifft den optischen Handlungsablauf

Visual Transfer: AUDIO wirkt!





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

