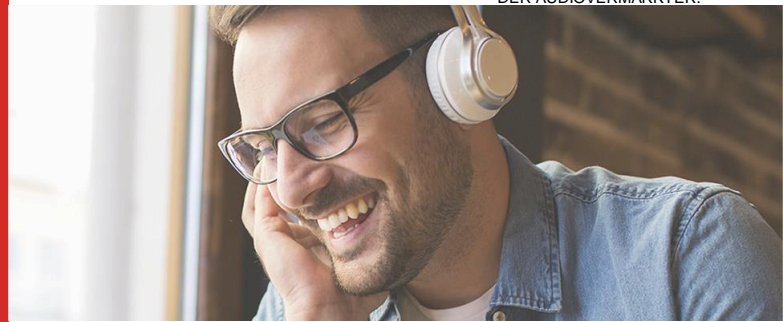


## LG SETZT AUF 3D AUDIO IN PODCAST ADS



### HINTERGRUND DER KAMPAGNE:

LG geht im Voice Advertising innovative Wege und setzt auf programmatisch ausgesteuerte Creatives mit der neuen 360 Grad Audio Technologie. Um die LG TONE Free DFP8 Earbuds mit Active Noise Cancellation zielgruppengerecht zu bewerben, nutzt das Technikunternehmen erstmals eine Podcast-Kampagne mit immersive Audio.

Dabei werden die Dynamic Podcast Ads (Spot-Produktion: Alex Jacobi With Love and Data und kreative Idee zur Kommunikation des Produkt-USP stammt von Mediaplus und RMS ) in Echtzeit passgenau und Adserver-basiert ausgespielten Zielgruppe zugeschnittenen Spots schaffen somit maximale Aufmerksamkeit – im richtigen Moment, am richtigen Ort. Und dank immersive Audio mit einem intensiven Rundum-Hörerlebnis. Das 3D-Erlebnis spricht dabei besonders diejenigen an, die ihren Podcast über Kopfhörer hören. [Laut unserer aktuellen Studie](#) sind das rund 64 Prozent der Hörer:innen!

### WELCHE VORTEILE HAT 3D AUDIO?

360 Grad Audio lässt beim Hörenden einen intensiven, räumlichen Eindruck entstehen. Man fühlt sich mit 360 Grad Audio beim Audiokonsum als sei man mitten im Geschehen. Denn das Hörerlebnis kommt dabei aus mehreren Richtungen. Die 3D Audio-Technologie ist, im Gegensatz zu Stereoaufnahmen, die den Ton nur von links und rechts erzeugen können, in der Lage ihn von oben, unten oder vorn und hinten erschallen zu lassen. So entsteht ein fesselndes, sehr intensives Hörerlebnis.

### DETAILS DER KAMPAGNE:

- Bewerbung des Produktes LG Tone Free DFP 8 Earbuds mit Active Noise Cancellation im aufmerksamkeitsstarken Podcastumfeld.
- Individuelle Produktion von 3D Dynamic Podcast Ads
- Targeting auf die oben beschriebene Kopfhörer-Zielgruppe (Junge Singles, junge, kinderlose Paare, Familien)
- Die Podcast-Kampagne läuft im Zeitraum vom 18.10. – 15.11.2021 und umfasst insgesamt rund vier Millionen Ad Impressions.

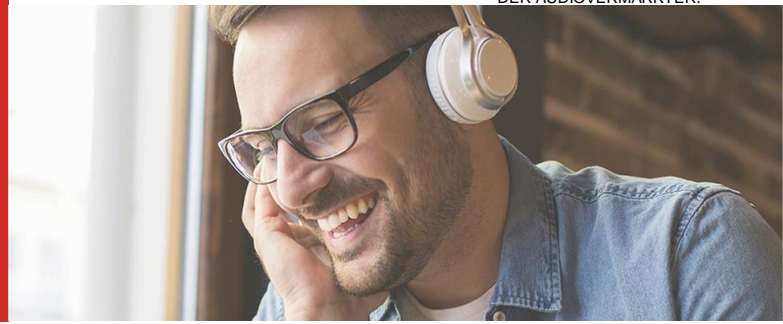
### NUTZEN DER PODCAST ADS FÜR LG

Skalierbare  
Reichweite

Hohe Aufmerksamkeit  
für die werbliche Botschaft  
innerhalb von Podcasts

Podcast-affine  
3D-Audio-Kreation

## LG SETZT AUF 3D AUDIO IN PODCAST ADS



### ERGEBNISSE DER BEGLEITFORSCHUNG

Eine begleitende Marktforschung von MediaAnalyzer untersucht die Kampagnenleistung. Die Zielgruppe besteht zu gleichen Teilen aus Männern und Frauen im Alter zwischen 18 bis 54 Jahren. Die Befragten werden in zwei Gruppen mit je 200 Personen unterteilt, von denen eine Gruppe die Podcast Spots per Stereokopfhörern, die andere via Lautsprecher hört.

#### Höhere Motivation zum Websitebesuch in der Kopfhörer-Gruppe

- Personen, die die Spots per Kopfhörer hören, besuchen im Anschluss mit einer deutlich größeren Wahrscheinlichkeit die Website von LG
- um mehr als **60 %** ist die Motivation im Vergleich zur Lautsprecher-Gruppe höher.

#### Stärkeres Produktinteresse bei Kopfhörerverwendung

- Das Interesse, sich im Anschluss an die Podcastwerbung über das beworbene Produkt zu informieren, ist in der Kopfhörer-Gruppe höher.
- Bei knapp jedem Dritten wird hier das Interesse geweckt, in der Lautsprecher-Gruppe ist es etwa jeder Fünfte.

#### Deutlich größere Aktivierungsleistung unter den Kopfhörer-nutzer:innen

- Geht es um die Kaufabsicht, zeigen sich die Unterschiede der beiden Gruppen am stärksten.
- Bei den Kopfhörernutzer:innen ist die Wahrscheinlichkeit für einen Produktkauf um ganze **112 %** höher als in der Vergleichsgruppe.

*„LG Electronics steht seit jeher für technische Innovationen. Der Home Entertainment Bereich macht hier keine Ausnahme. Deshalb sind wir besonders stolz, unsere LG TONE Free Earbuds als Pionierkunde mit Dynamic Podcast Ads zu bewerben. Denn die innovative Kraft unserer Produkte wird am besten durch bahnbrechende, neue Werbeformate vermittelt.“*

**- Andreas Urbach, Head of Product Marketing Home Entertainment, LG Electronics Deutschland GmbH -**

### FAZIT

Insgesamt zeigt die Marktforschung die starke Aktivierungskraft von Online Audio in Verbindung mit 3D Audiospots bei Kopfhörernutzung auf. Damit belegen die Ergebnisse den hohen Fit von immersive Audio-Technologie und Podcasts als Werbekanal.

#### ELMAR STEIN

Digitale Medien  
Leiter Digital Sales

+49. 40. 23890-337  
[stein@rms.de](mailto:stein@rms.de)



**Sie möchten mehr über 360 Grad Audio und Dynamic Podcast Ads erfahren?** Lassen Sie uns darüber miteinander sprechen.

Mehr spannenden Audio-Themen unter:  
[www.rms.de](http://www.rms.de)

