

VISUAL TRANSFER STUDIE 2023

Case Study



TCHIBO KAMPAGNE

Der TV-Spot für Tchibo inszeniert in nur 15 Sekunden das Thema Kaffee-Genuss der Sorten „Espresso“ und „Caffé Crema“ und bringt dieses Vergnügen in Einklang mit Herkunft und Röstung des Kaffees sowie dem Lächeln am Verkaufstresen in der Filiale. Voice-over und Bilder sind dabei perfekt aufeinander abgestimmt. RMS hat den TV-Spot im Rahmen der Visual Transfer Studie in einen 20-sekündigen Audiospot übersetzt.

AUDIO WECKT ERFOLGREICH SPEZIFISCHE TV-BILDER

Der Audiospot erreicht einen guten Visual Transfer Score:

- 79 Prozent der im Rahmen der Studie abgefragten spezifischen Bilder und Aussagen aus dem TV-Spot wurden beim Zweitkontakt mit Audio von den Hörer:innen korrekt zugeordnet.
- Beim Zweitkontakt mit dem TV-Spot lag der entsprechende Wert mit 85 Prozent kaum höher.

Dem Audiospot gelang es zudem gut, Erinnerungen an den TV-Spot zu wecken (60 % der Hörer:innen) und konkrete Bilder des TV-Spots hervorzurufen (60 % der Hörer:innen). Darüber hinaus transportierte Audio auch sehr spezifische Bilder aus dem TV-Spot und lag dabei weitestgehend auf Augenhöhe mit Vergleichswerten, die im Zweitkontakt mit TV entstanden.

Nicht zuletzt aktivierte Audio zentrale produktbezogene Schlüsselbegriffe der Kampagne wie z.B. „leckerer Kaffeeegenuss“, „sorgfältige Röstung“, „vielfältige Kaffee-Sorten“ oder „jeden Tag ein Lächeln“ auf ähnlichem Niveau wie TV.

VISUAL TRANSFER STUDIE 2023

Case Study



TCHIBO KAMPAGNE

AUDIO BEI AKTIVIERUNG AUF AUGENHÖHE MIT TV

Welchen Effekt hat die Kombination aus Audio und TV auf klassische Aktivierungs-KPIs wie Relevant Set und Kaufwahrscheinlichkeit?

Die Studie zeigt: Audio liegt bei beiden KPIs auf Augenhöhe mit TV:

- 65 Prozent der Proband:innen mit Kontakt zu Audio und TV hatten Tchibo im Relevant Set (Vergleichswert TV Mono: 72 %).
- Bei 50 Prozent der Proband:innen löste der Kontakt zu Audio und Bewegtbild darüber hinaus einen Kaufimpuls aus – und damit bei ebenso vielen, wie bei TV Mono (50 %).

„Bei Tchibo können unsere Kunden ‚Wirklich Gutes entdecken‘. Dafür stehen auch die Kaffee-Spezialitäten, die wir in unseren Filialen ausschenken und für zu Hause verkaufen. Den vielfältigen und leckeren Genuss von Tchibo-Kaffee hat der Audiospot mit Hilfe des Visual Transfer Effekts sehr gut transportiert.“

CLAUDIA STOLPE, Senior Strategic Media Managerin bei Tchibo GmbH



FRANK ROSENBERGER
Verkaufsmanager

+49 40 23890644
rosenberger@rms.de

Sie möchten mehr über die Visual Transfer Studie 2023 erfahren? Lassen Sie uns miteinander sprechen.

Mehr spannende Audiothemen unter: <https://rms.de>