

# VISUAL TRANSFER STUDIE 2023

## Case Study



### CEWE FOTOBUCH KAMPAGNE

Ein CEWE FOTOBUCH hält die schönsten Erinnerungen in Bildern fest. Im aktuellen TV-Spot erinnert sich ein junges Elternpaar beim Anschauen an besondere Urlaubsmomente mit ihrem Kind. Im Rahmen der Visual Transfer Studie 2023 wurde dieses emotionale CEWE Produkt in einen 30-sekündigen Audiospot übersetzt.

### AUDIO IN PUNCTO ASSOZIIERTER BILDWELTEN AUF TV-NIVEAU

Der Audiospot für das CEWE FOTOBUCH hat einen überdurchschnittlich hohen Visual Transfer Score:

- 90 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.
- Zum Vergleich: Beim Zweitkontakt mit dem TV-Spot lag der entsprechende Wert mit 89 Prozent sogar niedriger.

Audio transportierte dabei nicht nur spezifische Bilder sondern aktivierte zentrale produktbezogene Schlüsselbegriffe der Kampagne wie z.B. „Schöne Urlaubserinnerungen“, „Mein Lieblingsbild“, „Momente für die Ewigkeit“ oder „individuell gestalten“ auf ähnlichem Niveau wie TV.

Dem Audiospot gelang es sehr gut:

- Erinnerungen an den TV-Spot zu wecken: 72 Prozent der Hörer:innen
- konkrete Bilder des TV-Spots hervorzurufen: 73 Prozent der Hörer:innen

# VISUAL TRANSFER STUDIE 2023

## Case Study



### CEWE FOTOBUCH KAMPAGNE

*„Visualität und die Kraft von Fotos liegen in unserer DNA. Bei CEWE und insbesondere bei einem CEWE FOTOBUCH spielen daher die ganz individuellen Emotionen, die man mit den Bildern verbindet, eine bedeutende Rolle.“ „Dass es dem Audiospot gelungen ist, im Zusammenspiel nahezu die gleichen spezifischen Bilder im Kopf hervorzurufen und im Sinne der Marke ebenso zu emotionalisieren wie der TV Spot, hat mich absolut positiv überrascht.“*

FABIAN SCHWARTZ, Senior Projektmanager Media bei CEWE Stiftung & Co. KGaA

### AUDIO BEI AKTIVIERUNG IM VORTEIL GEGENÜBER TV

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

Audio hat bei beiden KPIs jeweils leichte Vorteile gegenüber TV:

- Starke 88 Prozent der Proband:innen mit Kontakt zu Audio und TV hatten das CEWE FOTOBUCH im Relevant Set (Vergleichswert TV Mono: 86 %).
- Bei 70 Prozent der Proband:innen löste der Kontakt zu Audio und Bewegtbild darüber hinaus einen Kaufimpuls aus (Vergleichswert TV Mono: 64 %).



**JAN POSCHLOD**  
Audio Sales Manager

+49 40 23890646  
[poschlod@rms.de](mailto:poschlod@rms.de)

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

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