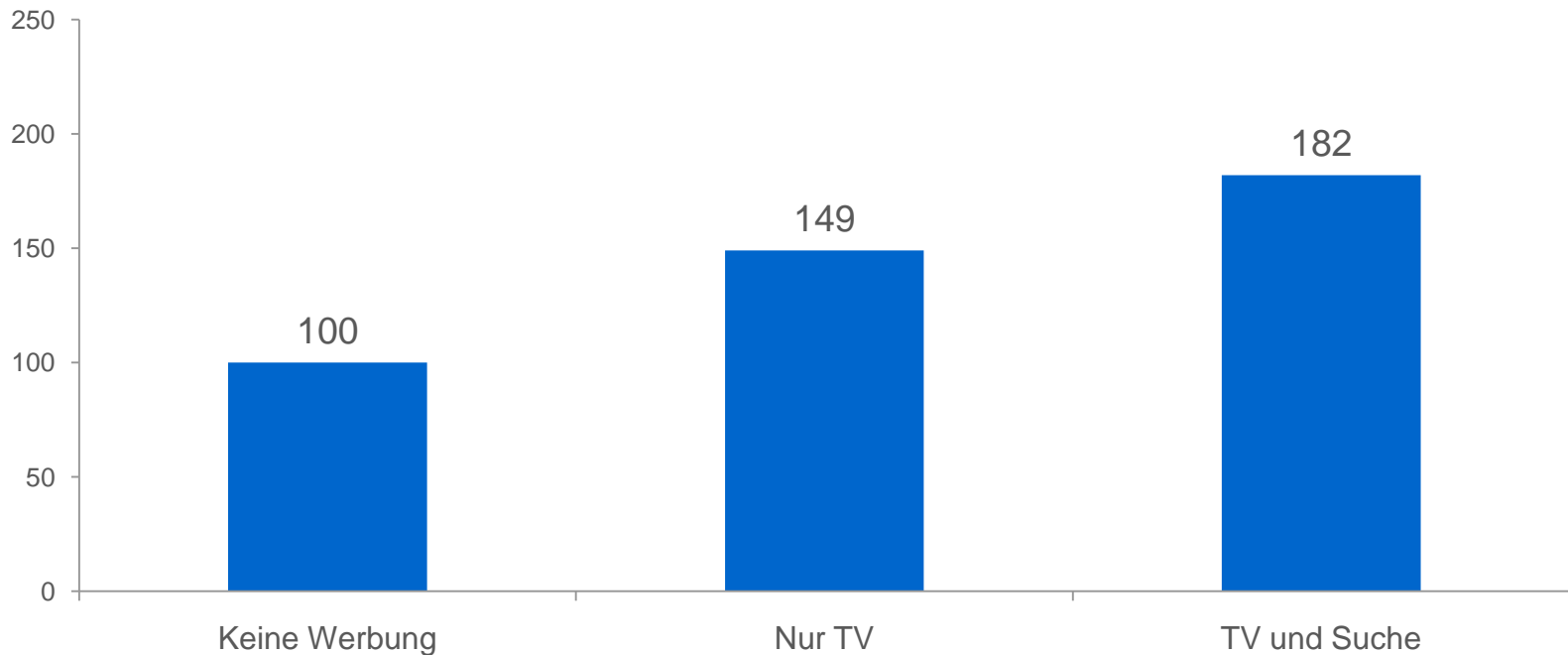


Markenbekanntheit – Interaktion von TV und Suche

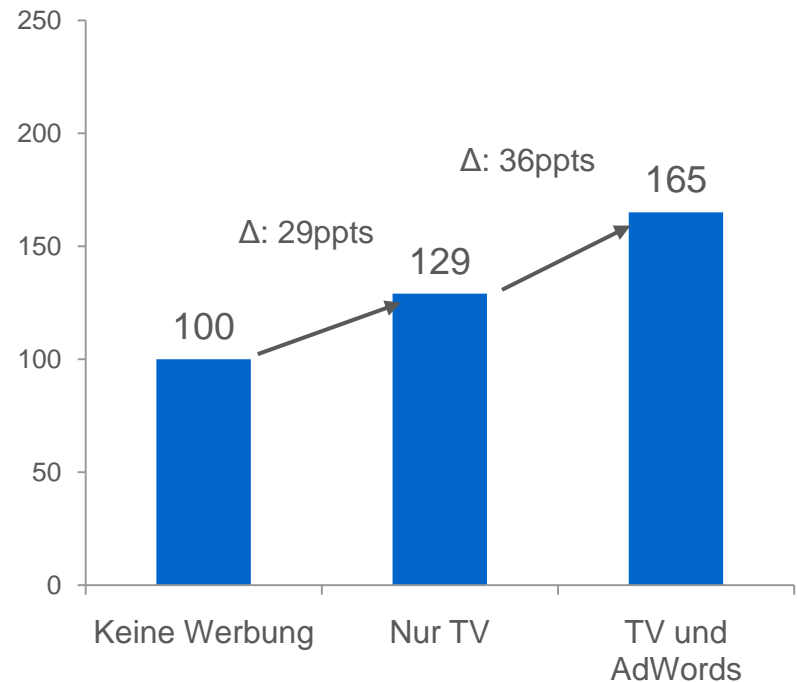
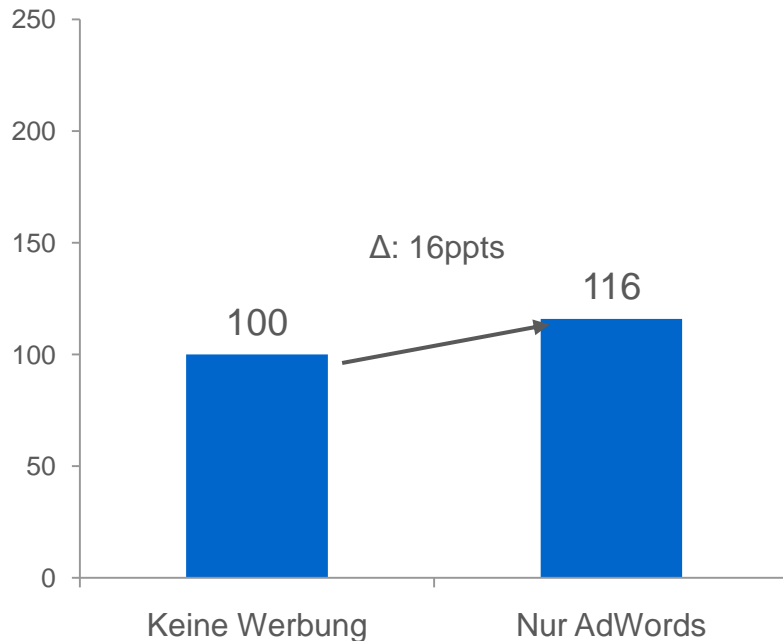
- Suchmaschinenmarketing steigert die Wirkung einer TV Kampagne deutlich – die ungestützte Markenbekanntheit steigt um 22% an

Index Ungestützte Markenbekanntheit Aggregiertes Ergebnis über 4 Marken



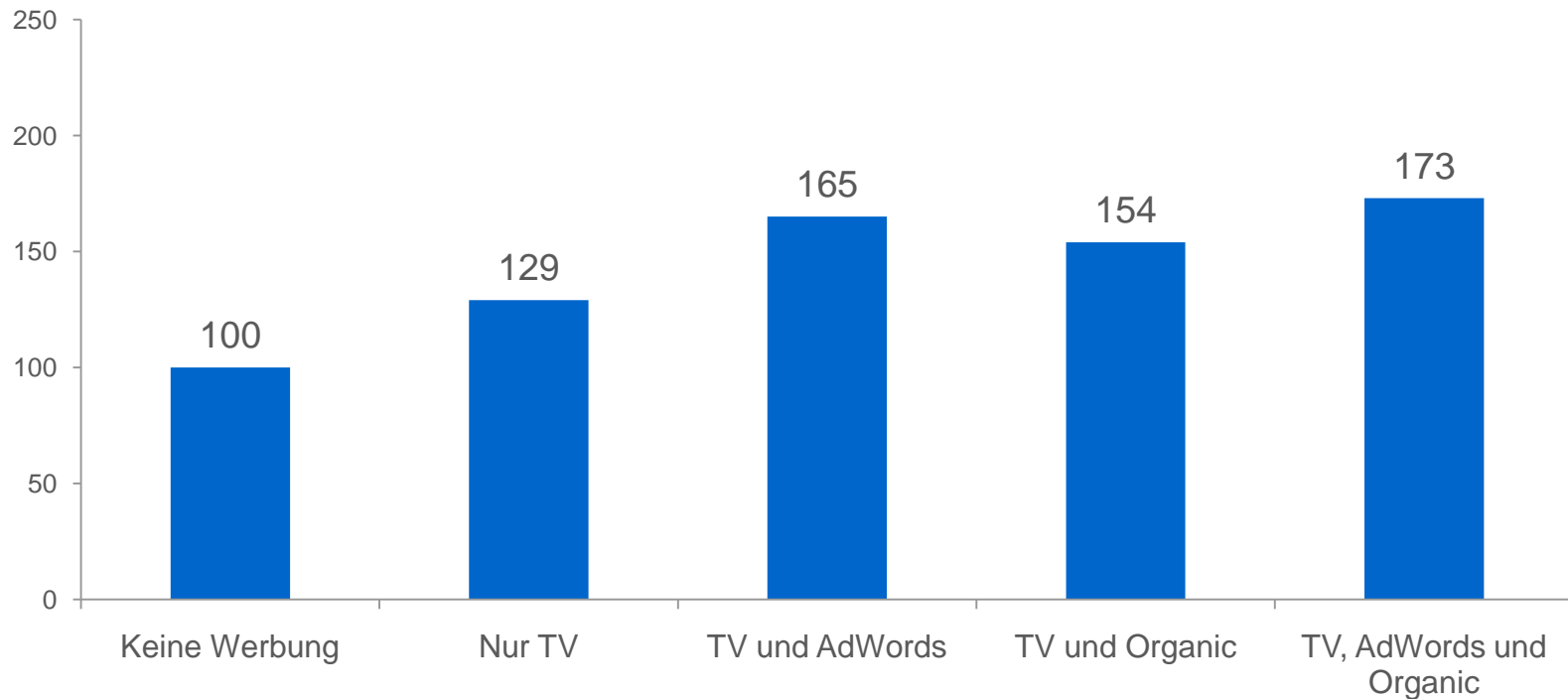
- Die Wirkung von AdWords erhöht sich deutlich nach dem TV Kontakt – 1+1=3!

Index Relevanz Aggregiertes Ergebnis über 4 Marken



- Die optimale Nutzung von SEO und SEA in Kombination mit TV-Werbung steigert die Marke noch stärker als im TV alleine

Index Relevant Set
Aggregiertes Ergebnis über 4 Marken



Wettbewerbereffekt – Interaktion von TV und Suche

- Eine TV-Kampagne ohne eine begleitende Suchkampagne zahlt auf die Bekanntheit des werbenden Wettbewerbers ein

Index Ungestützte Markenbekanntheit (Basis: Nicht-Nutzer) Aggregiertes Ergebnis über 4 Marken

