

EINFACHE MASSNAHMEN ZU MEHR SICHTBARKEIT UND WIRKUNGSVOLLEM MARKETING

TV-Werbung wie die großen Marken – auch mit kleinem Budget, gezielt eingesetzt und klar messbar dank smart TV

Big Screen Werbung als strategischer Wachstumstreiber für KMU

Big Screen Werbung eröffnet KMU eine wirkungsvolle Chance, lokale Sichtbarkeit mit der Strahlkraft großer Markenwelten zu verbinden. Durch präzises Geo Targeting, flexiblem Budgeteinsatz und aufmerksamkeitsstarken Platzierungen erreichen Unternehmen ihre Zielgruppen genau dort, wo Entscheidungen entstehen – im Alltag der Menschen. Das Ergebnis sind messbare Reichweiten, ein moderner Markenauftritt und ein klarer Wettbewerbsvorteil in einem zunehmend fragmentierten Werbemarkt.

Sichtbarkeit.

Reichweite bleibt die Basis jeder erfolgreichen Kommunikation. Über **90 % aller Deutschen** lassen sich über Videowerbung erreichen. Damit macht Video Nutzung fast die Hälfte der gesamten Mediennutzung aus. Ein großer Teil davon entfällt wiederum auf den **Big Screen**, also das klassische TV- oder Streaming-Erlebnis. Zum Vergleich: Auf Social-Media-Angeboten verbringen die Deutschen im Durchschnitt lediglich **36 Minuten pro Tag**.

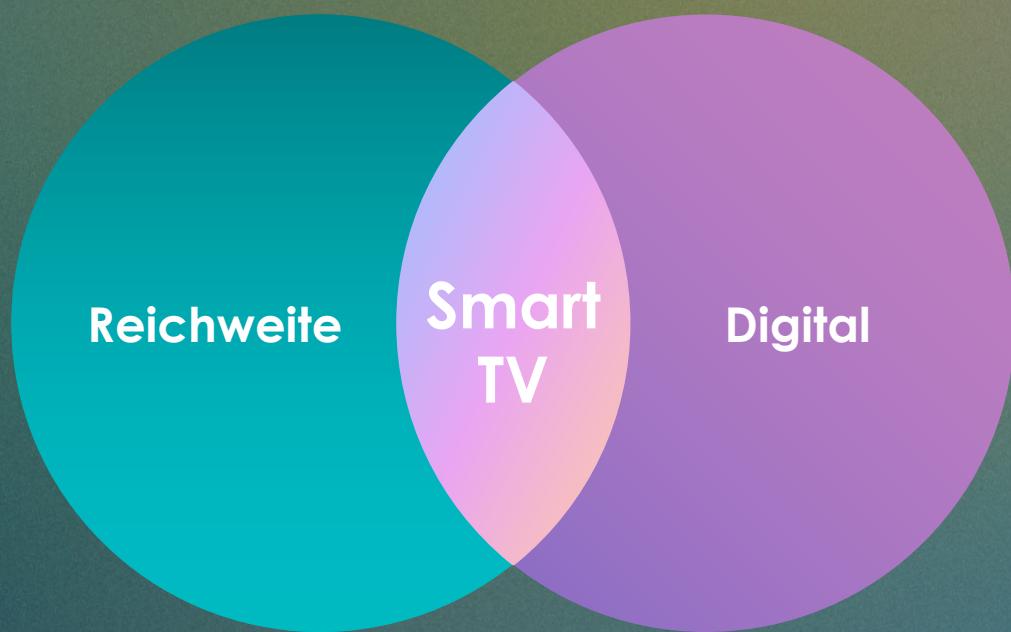


Video Nutzung dominiert die Mediennutzung in Deutschland.

Für **kleine** und **mittlere Unternehmen** ist diese **Reichweite Gold** wert. Denn während digitale Kanäle häufig auf kurzfristige Conversions optimiert sind, sorgt der Big Screen für **breite Sichtbarkeit und emotionale Tiefe**.

Smarte Reichweite.

Reichweite ist für die **Sichtbarkeit** und Auffindbarkeit von Marken, Unternehmen und deren Angeboten **entscheidend**. Reichweite entfaltet ihren vollen Wert aber nur, wenn sie **zielgerichtet** eingesetzt wird. Genau hier setzt der smart TV an. Er **verbindet** breite **Wirkung** mit **präziser**, digitaler **Adressierbarkeit** und vereint so das **Beste aus beiden Welten**: große Sichtbarkeit und intelligente Zielgruppenansprache in einem modernen Umfeld.



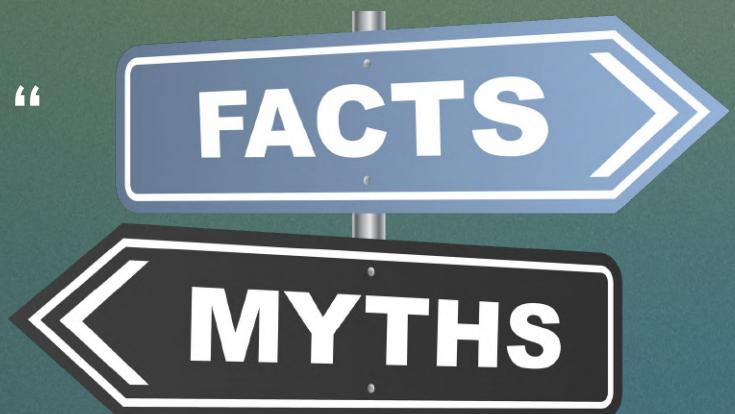
Somit müssen Unternehmen nicht mehr zwischen Masse und Relevanz wählen. Smart TVs ermöglichen es, relevante Bevölkerungsgruppen anzusprechen – basierend auf **Daten**, Nutzungssituationen und Inhalten. **Kampagnen** werden dadurch nicht nur sichtbarer, sondern auch **effizienter**, weil Botschaften genau dort landen, wo sie die größte **Wirkung entfalten**.

3 Mythen über TV.

Mythos 1:
„TV ist zu kompliziert.“

Mythos 2:
„TV ist zu ungenau.“

Mythos 3:
„TV ist zu teuer.“



TV ist einfach.

Native Einblendung in das laufende Programm.



Das Werbemittel rahmt das Programm 15 Sekunden lang ein.

Der **einfachste Weg** targetierbare Wirkung auf dem Big Screen zu entfalten ist mit dem **SwitchIn** Werbeformat umsetzbar. Beim Umschaltvorgang des Programms, eines ans Internet angeschlossenen TVs, wird das Programm um 40% verkleinert und Werbung im L-Banner Format großflächig eingeblendet.

Der Banner ist **einfach** aus bestehenden statischen Marketing Materialen mit Hilfe einer Photoshop-Vorlage erstellbar. Die Werbung selbst läuft aber im **premium Bewegtbildumfeld** linearer TV Sender – die beste **Symbiose** aus einfachem und wirkungsvollen Marketing.

TV ist präzise.

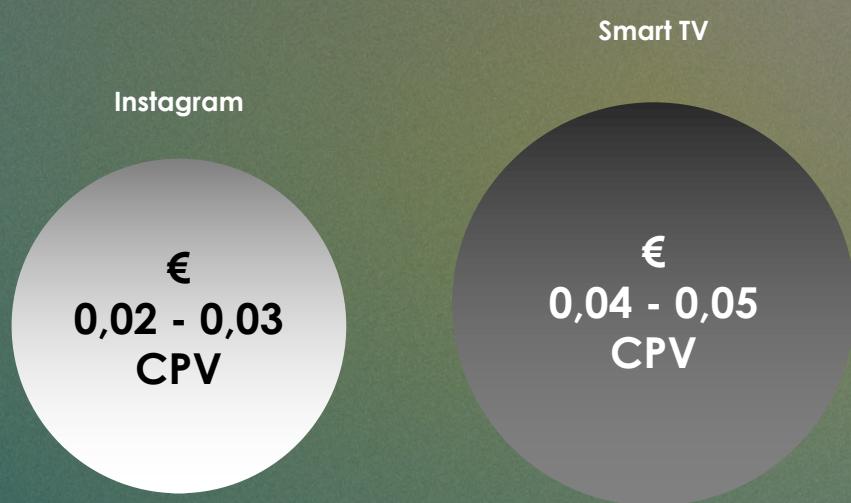


Da der TV an das Internet angeschlossen ist, ist er nach den gleichen **digitalen Prinzipien targetierbar**, wie man es von anderen digitalen Endgeräten wie Computern oder Smartphones gewohnt ist. Neben klassischem soziodemografischem Targeting (z.B. Alter/ Geschlecht/ Haushaltsnettoeinkommen) ist besonders das **regionale Targeting** für use cases Kleiner und Mittelständischer Unternehmen interessant. So lässt sich bis auf **PLZ-Ebene genau** eine Region des **Verbreitungsgebietes** des Unternehmens ansteuern.

Beispielsweise das Einzugsgebiet von Autohäusern oder Bäckereiketten. Aber auch im B2B Kontext findet regionales Targeting in der **Personalsuche** (für z.B. produzierende Unternehmen, oder lokale Dienstleister) Anwendung.

TV ist günstig.

Wer an TV Werbung denkt, der denkt an die große Markenwelt und die riesigen Budgettöpfe multinationaler Unternehmen. Nicht zuletzt wegen der bereits vorgestellten Adressierbarkeit, sondern auch in einem **direkten intermediären Vergleich zeigt sich: smart TV Werbung ist relativ günstig.**



Digitale Werbung wird auf Basis tausend erreichter Kontakte (**TKP**) oder pro **View** (CPV = TKP / 1.000) abgerechnet. Auf Instagram liegt der Cost per View typischerweise bei zwei bis drei Cent. Für einen erreichten Kontakt mit SwitchIn Werbung zahlt man vier Cent, für einen zwanzig oder dreißig Sekunden Spot im Streaming fünf Cent.

Die entscheidenden Unterschiede: **Big Screen** Werbung wird tatsächlich **gesehen**. Statt in der U Bahn abgelenkt durch Instagram zu scrollen, bleibt Werbung auf dem Fernseher immer im **sichtbaren Bereich**. Da smart TV Geräte keine "personal devices", sondern Haushaltsgeräte sind, erreicht man im Schnitt **eineinhalb Personen**. Abgerechnet wird aber nur ein Kontakt in der gebuchten Zielgruppe, was den etwas höheren Preis weiter relativiert.

TV ist günstig.

Nicht zuletzt bieten smart TV-Geräte die Möglichkeit das Unternehmen mit **bekannten, hochwertigen Umfeldern** in Verbindung zu bringen. Werbung läuft eben nicht wie bei Instagram zwischen fragwürdigen Inhalten, sondern immer im **Brand safe premium Entertainment!**



In 3 Schritten zur smart TV Kampagne.

1

SwitchIn Werbemittel mit Photoshop erstellen.

2

Werbung auf www.onescreen.tv/admanager einbuchen.

3

Unternehmens-Werbung im TV sehen.

Erfahre mehr zur Kraft des Big Screens auf www.onescreen.tv und teste Dein Kampagnensetup mit unserem Ad Manager!

 Ad Manager

Kontakt

TELEFON
+49 176 45668856

MAIL
hallo@onescreen.tv

WEB
www.onescreen.tv

ADRESSE
onescreen GmbH
Bothmerstr. 14 RGB, 80634 München

spot

report

solution

destination

one screen

stop shop

campaign

price

offer