

SWIPE WEG, ODER SCHAU ZU

Big-Screen ist der neue Wachstumskanal für ecom Brands



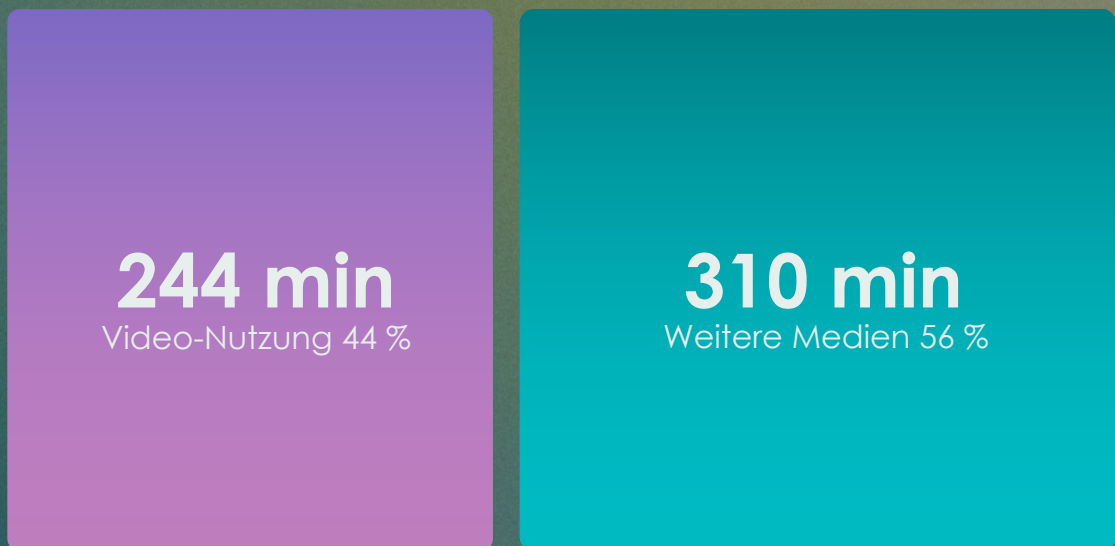
Der Big Screen ist zurück – und stärker denn je

In einer Zeit flüchtiger Klicks und geteilter Aufmerksamkeit wird der Fernseher zum kraftvollsten Performance-Medium für E-Commerce-Brands. Dieses White Paper zeigt, wie **Reach, Attention, Impact, Trust und Brandformance** auf dem Big Screen zu einem neuen Marketing-Standard verschmelzen.

Der Big Screen – wo Marken die nächste Stufe zünden

Reach is King.

Reichweite bleibt die Basis jeder erfolgreichen Markenkommunikation. 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**.

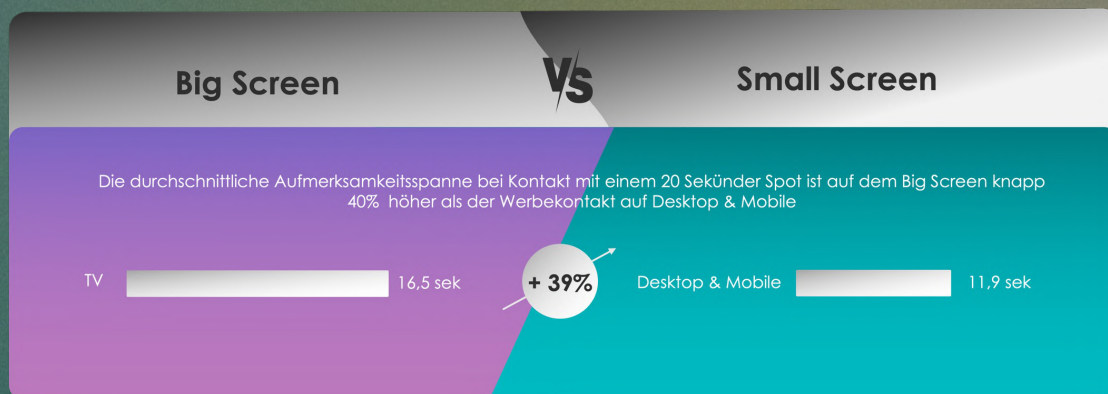


Video Nutzung dominiert die Mediennutzung in Deutschland.

Für E-Commerce-Brands ist diese Reichweite Gold wert. Denn während digitale Kanäle häufig auf kurzfristige Conversions optimiert sind, sorgt der Big Screen für **breite Sichtbarkeit, emotionale Tiefe und Markenbindung**. Er liefert das Fundament für nachhaltige Markenbildung und Abverkauf.

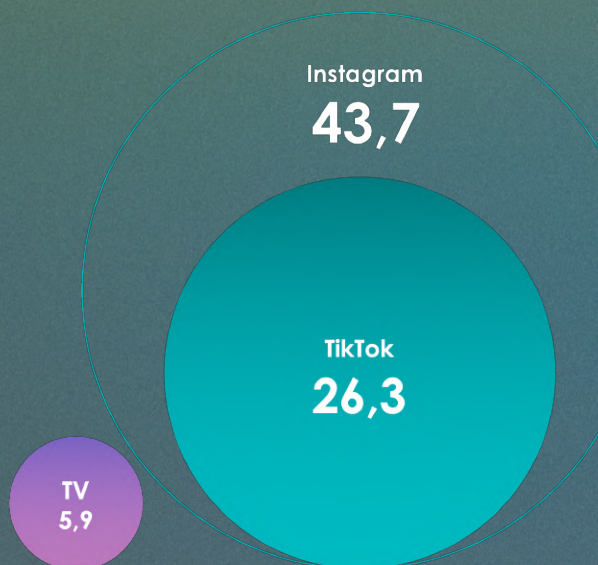
Stop the scroll, win the world.

Die fragmentierte Medienlandschaft hat die **Aufmerksamkeit** der Nutzer zu einer **knappen Ressource** gemacht. Allein der Vergleich innerhalb des Video-Segmentes zeigt: **Ungeteilte Aufmerksamkeit** für Werbebotschaften bekommen Marken ausschließlich auf dem **Big Screen**.



Mehr Aufmerksamkeit auf dem Big Screen

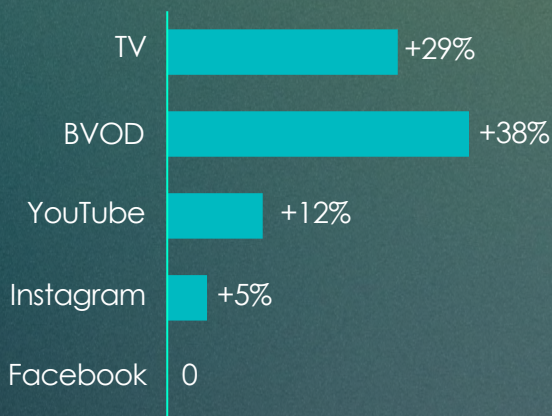
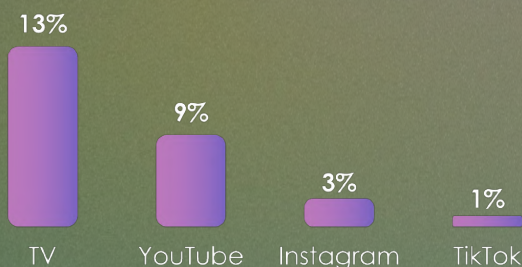
Noch krasser fällt der Vergleich zwischen Big Screen Werbung und Social Plattformen aus. Während der Nutzer im **TV beispielsweise lediglich 6x pro Stunde** in seiner Nutzung durch Werbung unterbrochen wird, sind es bei **Instagram sage und schreibe knappe 44x pro Stunde**. Während social ads häufig im Hintergrundrauschen verschwinden, erzielt Werbung auf dem Big Screen fokussierte, ungeteilte Aufmerksamkeit.



Make noise, leave impact.

Reichweite und Aufmerksamkeit sind die Voraussetzung für Wirkung. Wirkung entsteht, wenn Botschaften hängen bleiben, wenn sie Verhalten verändern und Kaufentscheidungen beeinflussen. **Der Big Screen beweist in allen relevanten Metriken seine Überlegenheit.**

Die **freie Werbeerinnerung** liegt im **TV** um die **4x höher** als auf Instagram. An auf **TikTok** ausgespielte Werbung **errinnern sich Menschen so gut wie nie.**



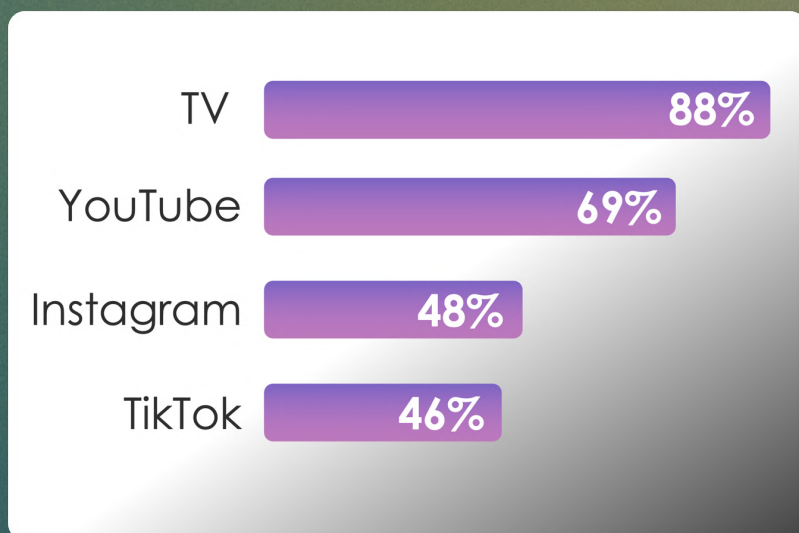
STAS / Steigerung Kaufabsicht

TV-Werbung steigert die **Kaufabsicht um 29 %** gegenüber keinem Werbekontakt. E-Commerce-Marken, die im Wettbewerb um Aufmerksamkeit bestehen wollen, müssen Impact neu denken: Nicht die Klickrate entscheidet über Erfolg, sondern der Moment, in dem aus Wahrnehmung Wirkung entsteht.

Trust builds brands.

In einem digitalen Umfeld, das zunehmend von Fake News, Bots und Informationsüberlastung geprägt ist, **gewinnt Vertrauen an strategischer Bedeutung**. Vertrauen ist der entscheidende Hebel, der **Aufmerksamkeit in Sales** konvertiert.

Die positive Ausstrahlung des premium TV-Umfelds stärkt Markenimages messbar: 88 % der Befragten empfinden TV-Markenwerbung als **seriös, hochwertig und relevant**, während TikTok und Instagram mit unter 50 % deutlich zurückfallen.



TV-Umfeld strahlt positiv auf Markenimage ab

Für Marken bedeutet das: Wer im Big-Screen-Umfeld kommuniziert, profitiert nicht nur von Sichtbarkeit, sondern auch von **Glaubwürdigkeit durch das Medium** an sich.

Results speak. Brandformance shouts.

Der Big Screen hat sich von einem klassischen Branding-Medium zu einem echten **Performance-Kanal** entwickelt. Big Screen verbindet das Beste zweier Welten: **Reichweite und Emotionalität** des linearen Fernsehens, **Targeting, Messbarkeit und Dynamik** digitaler Plattformen.

Mit einem **jährlichen Wachstum von 19 % (CAGR)** bis 2029 ist smart TV Werbung das am schnellsten wachsende Segment im digitalen Video-Markt. Aufgrund der Leistungsparameter gibt ein Drittel der Advertiser an, Budgets von Social Media hin zu smart TV Werbung zu verschieben.



Ø 40 %

höhere Suchanfragen auf Search-Plattformen während
Bigscreen-Kampagnen

Big-Screen-Kampagnen erzeugen **+40 % mehr Suchanfragen** während der Laufzeit und schaffen so messbare Brücken zwischen Awareness und Action. Das ist **Brandformance**: Wenn sich Markenaufbau in Ergebnisse übersetzt.

Summary

Reach: Weit **über 90%** aller Deutschen erreicht man mit Big Screen Werbung

Attention: **+40%** mehr Aufmerksamkeit ggü. small Screen Video Werbung

Impact: **+29 %** höhere Kaufabsicht durch TV Werbung

Trust: **88 %** der Befragten empfinden TV-Markenwerbung als seriös, hochwertig und relevant

Brandformance: **+40%** mehr Suchanfragen während des Kampagnenzeitraums

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