



Köln | Hamburg | 2026

Welcome to the Show!

Starke Wirkung durch eine
neue Markeninszenierung im TV



Let the show begin! Aggregierte Daten von Marken, die TV-Premiere feierten, zeigen das enorme Potential!

Die Wirkung resultiert aus dem Vergleich einer Kontaktgruppe, die die Neukunden-Kampagne im TV gesehen hat und dazu befragt wurde und einer strukturgleichen Kontrollgruppe, die keinen Kontakt zur Kampagne hatte. Für eine **allgemeingültige generische Aussagekraft** über die Wahrnehmung und Wirkung von TV-Kampagnen für Neukunden wurden die Daten unterschiedlicher Forschungen zusammengefasst. Dadurch basieren die Erkenntnisse auf großer, belastbarer Fallzahl.

Datenbasis

5 Werbekampagnen von TV-Neukunden aus verschiedenen Branchen in unterschiedlichen TV-Formatumfeldern aus den Jahren 2024 / 2025

Stichprobengröße

Gesamt

n=7.235

Kontrollgruppe
Kontaktgruppe

n=2.905

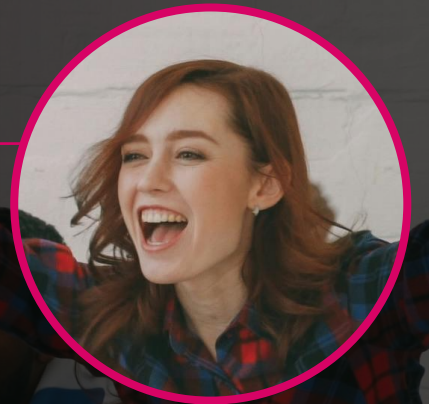
n=4.330

Lights out, Spot on!

Der besondere Auftritt auf dem Big Screen

Wir betrachten 6 Marken aus unterschiedlichen Branchen

- Automotive & Elektromobilität
- Food & Beverage
- Energie- & Gebäudetechnik
- Schmuck & Accessoires
- Non-Profit & Gesundheit



Attention! Attention!

Marken bekommen im TV die volle Aufmerksamkeit ...

Ad Awareness

+62%^a

Ad Recognition

+67%^a

... und können ihre Strahlkraft auf der großen Bühne entfalten!

Spread the word, take the love!

Brand Awareness

50%

55%

+9%

Kontrollgruppe
(n=2.905)

Testgruppe
(n=4.330)

Brand Sympathy

52%

55%

+7%

Kontrollgruppe
(n=1.536)

Testgruppe
(n=2.533)

Turning attention into trust!

Das TV-Umfeld zählt auf das Markenvertrauen ein



And ... Action! Eine Neuinszenierung im TV sorgt für Gesprächsstoff und pusht den Absatz

... ein Produkt der Marke kaufen.

38 42

+10%

... die Marken-Webseite besuchen.

27 34

+23%

... sich über die Marke informieren.

29 33

+14%

... die Marke weiterempfehlen.

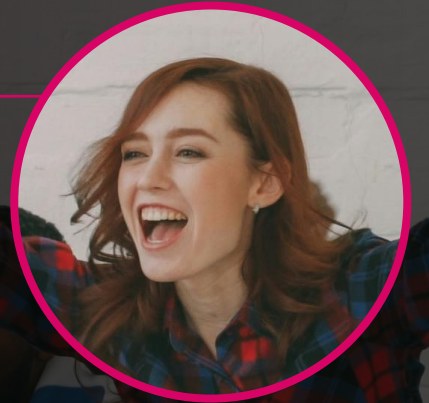
23 31

+35%

... über die Marke sprechen.

24 30

+24%



Kontakt

Bei **Fragen** bin
ich gerne erreichbar.



Timo Lütten
Head of Advertising Effects & Panels

RTL Data
Koreastraße 7
20457 Hamburg

timo.luetten@rtl.de



AdAlliance

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie BAUER ADVANCE KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister: Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG, für BAUER ADVANCE im Namen und für Rechnung der BAUER ADVANCE KG.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter: www.mediaimpact.de/de/agb respektive www.baueradvance.com/agb/, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.