

Fernsehwerbung wirkt

- **TV wirkt (emotional) und wird wahrgenommen**
 - Multisensorisches Medium wird stärker wahrgenommen, aufgrund bewegter Bilder und Ton
 - Wichtigstes audiovisuelles Medium
 - Kopf, Bauch und Herz werden gleichermaßen angesprochen
 - Werbebotschaften bzw. Produkte und Marken werden emotional aufgeladen
- **TV ist ein Massenmedium und erreicht alle Zielgruppen**
 - Innerhalb kurzer Zeit werden die verschiedensten Zielgruppen erreicht
 - Bei sorgfältiger Planung kann die gewünschte Zielgruppe mit minimalen Streuverlusten erreicht werden
- **TV wirkt schnell und setzt Produkte in Szene und in die Köpfe der Zuschauer**
 - Produkte werden emotional visualisiert und somit besser erinnert
 - Kurzfristige Steigerung von Marken- und Werbebekanntheit möglich
 - Schneller Aufbau von Werbedruck
- **TV schafft Vertrauen und ist glaubwürdig**
 - Man sieht etwas mit „eigenen Augen“, somit größte Nähe zur Realität
 - Erzeugt eine hohe Identifikationsbereitschaft
 - Fernsehen verfügt über eine hohe Glaubwürdigkeit
- **TV unterstützt die Marketing- und Vertriebsstrategie**
 - Nach wie vor ist Fernsehwerbung gegenüber dem Handel häufig ein Türöffner und unterstützt die Leistung
 - Fernsehwerbung kann punktgenau und tagesaktuell zu POS-Aktivitäten und Events eingesetzt werden
 - Synergien aus weiteren Marketingaktionen werden genutzt = Marketing-Mix
- **TV gehört selbstverständlich zum Alltag – vorrangig am „Vorabend“**
 - Fast alle Haushalte besitzen ein oder mehrere Fernseher
 - Medium, das besonders zwischen 18-24 Uhr genutzt wird = Feierabendmedium
- **TV bietet hohe Planungssicherheit und exakte Leistungskontrolle**
 - Einziges Medium mit täglicher Erhebung der Leistungswerte
 - Exakte Reichweitenmessung des AGF/GFK-Forschungspanels, dadurch eine optimale Media-Planung möglich
- **TV ist flexibel**
 - Belegung verschiedener, einzelner Regionen möglich, dadurch Konzentration auf die bedeutenden Regionen, aber auch die Kombination von Einzelregionen bis hin zur nationalen Abdeckung möglich
 - Regionale Präsenz im nationalen Umfeld