

AdAttraction

MACHT WAHRNEHMUNG SICHTBAR



**KURZINFORMATIONEN
UND TERMINE 2017**

www.tvspielfilm.de

TV SPIELFILM

PERFEKT AUCH FÜR DIGITAL-TV

Alle Spielfilme
Kritisch, kompetent und unabhängig bewertet

ENTERTAINMENT GUIDE
Alle neuen Kinofilme,
Best of DVD und VOD, Much...

50 TV-SENDER
Täglicher Direktvergleich
inkl. Tipps für HD-TV

TÄGLICHE TV-TIPPS
Das Beste aus Reportage, Sport, Serie und Show

TOP GUIDE
SA
SO
MO
DI
MI
DO
FR

**14 TAGE
NUR DAS BESTE SEHEN**

The image shows the cover of the 'TV Spielfilm' magazine. It features a woman with long brown hair wearing a white jacket over a black lace top. The cover is blue and contains various text elements including the magazine title, a website URL, and several sections of content. A vertical sidebar on the right shows a weekly calendar with days of the week and a 'TOP GUIDE' label.

ADATTRACTION HINTERGRUND UND MEHRWERT



Wie wirkt Ihr Anzeigenmotiv in TV SPIELFILM plus – insbesondere im Vergleich zum **Wettbewerb**?

Das Anzeigen-Service-Tool AdAttraction bietet neben der **klassischen Werbeerinnerung und -Bewertung** eine Analyse Ihres Motivs mithilfe innovativer impliziter Tools.

Der **Aufmerksamkeitsverlauf** über Ihr Motiv kann z.B. aufzeigen, ob das Logo, der Product Shot und die Botschaft optimal transportiert werden. Das **Reaktionszeitverfahren** minimiert kognitive Einflüsse, wie z.B. Effekte der „sozialen Erwünschtheit“ und des gelernten Markenimages auf die Anzeigenbewertung und liefert eine Bewertung des Motivs „aus dem Bauch heraus“.

AdAttraction analysiert, ob Ihr Motiv die optimale Wirkung erzielt oder nicht – und auch warum!

UNTERSUCHUNGSDESIGN ADATTRACTION BEFRAGUNGSMETHODIK



Datenbasis:

- 25 Wellen AdAttraction (seit 2007)
- 278 getestete Anzeigen
- insgesamt 7.774 Interviews

Grundgesamtheit:

Leser der jeweiligen Ausgabe von TV SPIELFILM, die das Internet nutzen.

Stichprobe:

Insgesamt ca. 300 Interviews mit TV-SPIELFILM-Lesern. Die Teilnehmer werden über ein Online Access Panel rekrutiert. Nur Probanden, die eine Kontrollfrage richtig beantworten – also das Testheft vorliegen haben – werden zum Interview zugelassen.

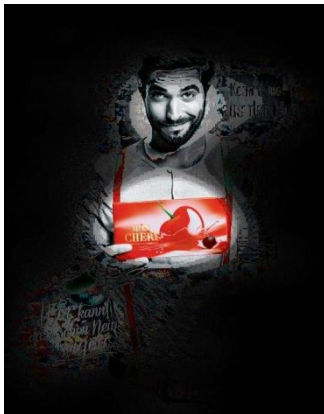
Methode:

Onlinebefragung, Institut MediaAnalyzer.
Feldzeit, jeweils Montag bis Freitag in der zweiten Programmwoche.



ADATTRACTION TERMINE 2017

MÖGLICHE FORMATE, WERT DER ANALYSE



Ausgabe	Erstverkaufstag	Programm-Zeitraum	Anzeigenschluss
10/2017	05.05.2017	13.05. - 26.05.2017	31.03.2017
24/2017	17.11.2017	25.11. - 08.12.2017	13.10.2017



Anzeigenplätze:

- 6 Motive AdAttraction
- Formate: 1/1 oder 1/2
- Zusatzfragen in begrenztem Umfang möglich
- Wert pro Anzeigen-Analyse ca. Euro 4.000,-

IHR ANSPRECHPARTNER



Marion Sperlich

Head of Client Research

BurdaNews GmbH
Media Market Insights
Große Elbstraße 59-63
22767 Hamburg

T +49 (0) 40 4131 1361

F +49 (0) 40 4131 2002

marion.sperlich@burda.com