CERES MEDIA | Partner der AMS Agro-Marketing Suisse

Verein Schweizer Regionalprodukte

Auswertung 1. & 2. Welle – regio.garantie national 2024

Ausgangslage

Zielgruppe: HHFs im Einzugsgebiet der 4 Mitglieder-Organisationen

Zeitraum: 2. Wellen (Mai & September)

Ziel: Stärkung der Markenbekanntheit von regio.garantie durch den Einsatz des roten Punktes zur Verankerung der Marke.
Steigerung der Bekanntheit, Stärkung des Bezugs zu Produkt und Produktion.
Wissensvermittlung: Wie regio.garantie zur Nachhaltigkeit beiträgt

Budget[1]: Nationale Kampagne 120kCHF
Das Beste der Region Zusatzbudget 40kCHF

Medien: DOOH & Online

[1]inkl. Honorar & MwSt.

Kampagnenanalyse und Optimierungspotenziale

Kampagnenziel

Das Ziel der regio.garantie-Kampagne bestand darin, die Bekanntheit und das Bewusstsein für das Gütesiegel regio.garantie zu fördern. Im Fokus stand eine breit angelegte Awareness-Strategie, die nicht auf Klicks oder Webseiten-Traffic abzielte, sondern die Sichtbarkeit und Wertschätzung für regionale Produkte mit dem Label regio.garantie in der breiten Öffentlichkeit stärken sollte.

Management Summary

Alle Zielvorgaben wurden erreicht oder übertroffen. Die DOOH-Kampagne erzielte insgesamt über 39 Millionen Bruttokontakte mit einem Payfaktor von 14%. Die Online-Kampagne generierte 2.6 Millionen Kontakte, und die Videos wurden beeindruckende 1.4 Millionen Mal vollständig angesehen.

Highlights

- **DOOH-Kampagne:** Grosse Reichweite mit kompaktem Budget und einem sensationellen TKP von CHF 1.68.
- **Online-Kampagne:** Der 58-sekündige Spot erzielte eine bemerkenswerte Completion Rate von 45%, was zeigt, dass fast die Hälfte der Zuschauer das Video bis zum Ende ansah. Diese hohe Completion Rate bei einem vergleichsweise langen Spot deutet darauf hin, dass die Inhalte sowohl relevant als auch ansprechend für die Zielgruppe waren und erfolgreich Interesse und Aufmerksamkeit wecken konnten. Der CPCV lag bei sehr niedrigen CHF 0.04 und unterstreicht die Kosteneffizienz der Kampagne.

Lowlights

- **DOOH:** Beim Zusatzbudget für „Das Beste der Region“ kam es aufgrund von Unstimmigkeiten zwischen CERES MEDIA und Livesystem zu einer unvollständigen Auslieferung. Es lässt sich nicht mehr eindeutig nachvollziehen, auf welcher Seite der Fehler entstanden ist, jedoch entschuldigen wir uns dafür, dass letztlich nur die Hälfte des Budgets umgesetzt wurde, wodurch CHF 11’660 nicht ausgespielt wurden.
- **Online:** In der ersten Welle hat Blick in der Romandie stark unterliefert. Daher wurde Blick FR für die zweite Welle aus dem Plan genommen und durch Audienzz ersetzt. Das verbleibende Budget der ersten Welle wurde in die zweite Welle übertragen.

CERESMEDIA

Kampagnenanalyse und Optimierungspotenziale

Weiterentwicklung und Potenziale

Vorausgesetzt, dass auch in Zukunft die Steigerung der Markenbekanntheit das Hauptziel bleibt, empfehlen wir für zukünftige Kampagnen ein ähnliches Setup, da die bisherigen Resultate äusserst positiv waren. Dennoch gibt es Optimierungspotenziale, um die Wirkung weiter zu maximieren und die Zielgruppenansprache zu verfeinern.

DOOH: Eine verstärkte Präsenz in der Nähe der Verkaufsstellen (POS), an denen regio.garantie Produkte erhältlich sind, könnte die Werbewirkung direkt am Kaufort intensivieren und die Zielgruppe gezielt ansprechen.

Online: Um das Bewusstsein noch stärker zu fördern, empfehlen wir, einen Teil des Budgets für Werbung auf Smart-TV-Plattformen wie YouTube, Zattoo und Joyn einzusetzen. Grosse Bildschirme erzielen nachweislich eine bessere Wirkung, da sie emotionale und bildstarke Inhalte effektiver vermitteln und die Aufmerksamkeit der Zuschauer stärker binden.

Kino: Flankierend zu den bestehenden Massnahmen könnte Kinowerbung geprüft werden, da sie, ähnlich wie TV-Werbung, eine besonders hohe Aufmerksamkeit erzielt – jedoch mit noch intensiverem Effekt durch die immersive Kinoumgebung. Für diese zusätzliche Massnahme wäre ein zusätzliches Budget erforderlich.

CERESMEDIA

Kampagnenanalyse und Optimierungspotenziale

Meta, Google, TikTok und Co.
Als Partner der AMS Agro Marketing Suisse richten wir CERES MEDIA uns nach den strategischen Zielen und Leitplanken der AMS, die auf die Förderung von Schweizer Landwirtschaftsprodukten abzielen. Dazu zählen unter anderem:

- Den Konsum von Schweizer Landwirtschaftsprodukten gegenüber ausländischen Konkurrenz- & Substitutionsprodukten erhöhen.
- Die Konsumenten in der Schweiz für Nahrungsmittel aus der Schweiz begeistern, so dass sie deren Mehrwert erkennen, gegenüber Import oder Substitutionsprodukten.

Im Einklang mit diesen Zielen empfehlen wir, bei der Mediabuchung primär auf Schweizer Publisher zu setzen und Google, Meta und Co. nur bedingt zu berücksichtigen. Zusätzlich empfehlen wir, aufgrund der Komplexität der vier beteiligten Organisationen, bei der nationalen Kampagne auf Meta zu verzichten. Falls jedoch einzelne Organisationen Interesse an gezielter Social-Media-Werbung haben, stehen wir gerne zur Verfügung, um individuelle Lösungen zu entwickeln.

Werbemittelgestaltung:
Studien belegen, dass eine frühzeitige und durchgehende Sichtbarkeit des Logos in Videos die Markenwahrnehmung und -wiedererkennung signifikant verbessert. Eine weitere Studie zeigt, dass die Positionierung unten links besonders effektiv ist, da sie die beste Wahrnehmung und Erinnerungsleistung erzielt. Diese Erkenntnisse sind besonders relevant für TV-Spots und YouTube-Videos, wo kurze Aufmerksamkeitsspannen eine strategische Logo-Platzierung entscheidend machen.

Diese Empfehlungen sollen die Wirkung künftiger Kampagnen weiter steigern und die Marke regio.garantie fest in den Köpfen der Zielgruppe verankern.

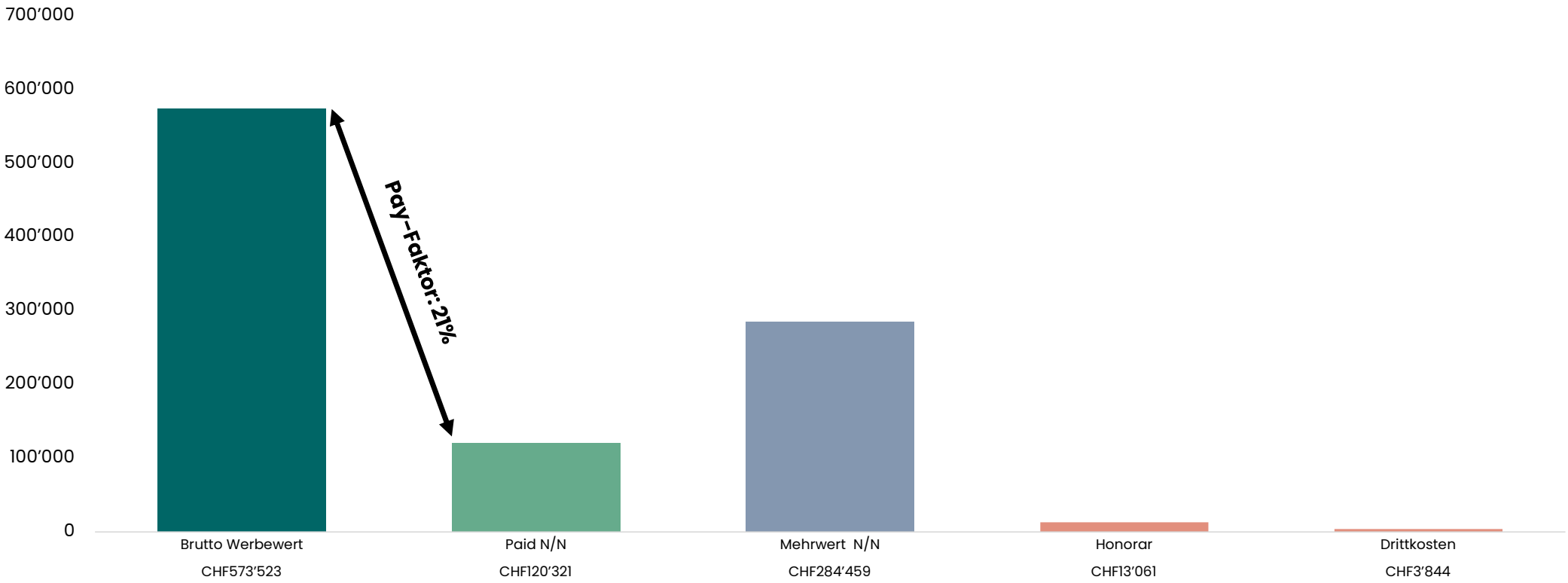
CERESMEDIA

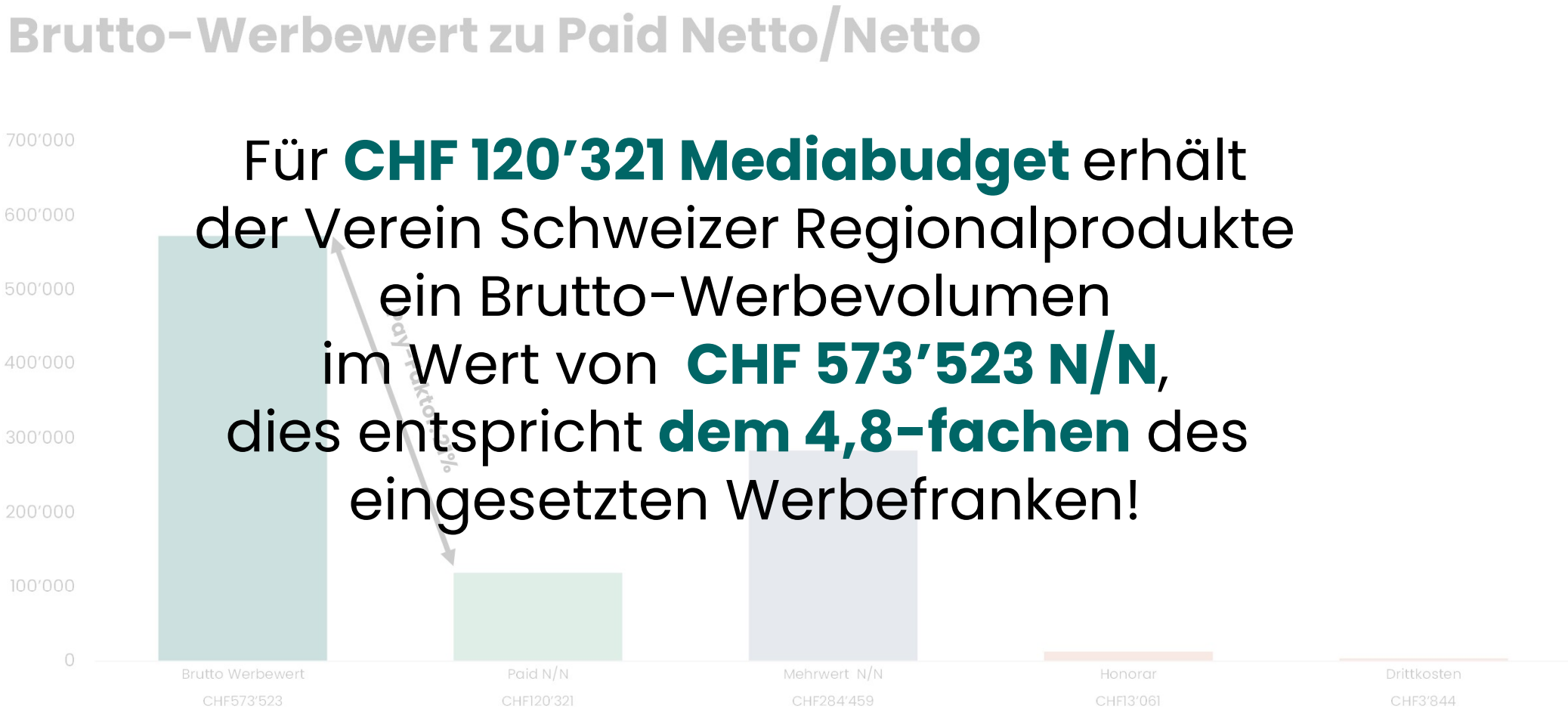
Mediaplan

		Budget[1]	JAN	FEB	MAR	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
NATIONALE KAMPAGNE		**120**												
DOOH	Livesystems	71					06.05. –24.05.24				02.09-20.09.24			
Online	YouTube	24					01.05. – 31.05.				01.09-30.09.			
Online	Goldbach	13					01.05. – 31.05.				01.09-30.09.			
Online	Blick	9					01.05. – 31.05.				01.09-30.09.			
Online	Audienzz	3					01.05. – 31.05.				01.09-30.09.			
DAS BESTE DER REGION*		**29**												
DOOH	Livesystems	12									02.09-20.09.24			
Online	YouTube	17					01.05. - 31.05				01.09-30.09.2024			

[1] All in Budget (inkl. Honorar. Inkl. MwSt.)
*Zusatzbudget für Das Beste der Region

Brutto-Werbewert zu Paid Netto/Netto





Für **CHF 120’321 Mediabudget** erhält
der Verein Schweizer Regionalprodukte
ein Brutto-Werbevolumen
im Wert von **CHF 573’523 N/N**,
dies entspricht **dem 4,8-fachen** des
eingesetzten Werbefranken!

DOOH Erfolgskontrolle 1. & 2. Welle

DOOH-Eckdaten

	National	Zusatz	Total
Budget[1]:	CHF 71'001.-	CHF 23'319.-[2]	CHF 94'320.-
Kosten effektiv[1]:	CHF 71'001.-	CHF 11'659.-[2]	CHF 82'660.-
Zeitraum:	06.05. – 24.05.2024 & 01.09. – 30.09.2024		
Sprachen:	DE/FR/IT		
Zielgruppe:	HHFs im Einzugsgebiet der 4 MO		
Formate:	16:9, 9:16 (10s)		
Vermarkter:	Livesystems		

[1] inkl. Honorar & MwSt.
[2]

CERESMEDIA

DOOH-Strategie

Budget-Allokation Fair-Share:
Das Fair-Share-Prinzip gewährleistet eine gerechte Verteilung des Budgets, wodurch kleinere Einzugsgebiete einen höheren Werbedruck erhalten.

Digital Out of Home:
Digital Out of Home in öffentlichen Verkehrsmitteln, Postfilialen, Cityscreens.
Vermarkter: Livesystems

Spotlänge:
10 Sek.

Einzugsgebiet (Kantone) der jeweiligen Mitgliederorganisationen:
- Alpinavera (GL, GR, TI, UR)
- Trägerverein Culinarium (AI, AR, SG, SH, TG, FL)
- Das Beste Der Region (AG, BE, BL, BS, SO, ZH, LU, SZ, NW, OW)
- Regio Garantie Romandie (FR, GE, JU, NE, VD, VS, Berner Jura)

Belegbilder

Retail

Publictransport

DOOH Erfolgskontrolle 1. Welle

1. Welle DOOH Zahlen (Alpinavera, Culinarium, Das Beste Der Region, Regio Romandie)

Organisation	Fokus	Bildschirme	Fahrzeuge /Standorte	Brutto Kontakte geplant	Brutto Kontakte effektiv	Ausstrahlungen geplant	Ausstrahlungen geliefert	Überlieferung (%)	Füller in CHF
Alpinavera	ÖV	1049	430	1,884,850	2,964,192	154,500	242,973	36.41	10,253.13
Alpinavera	ÖV IT	425	265	937,050	1,278,133	117,471	160,230	26.69	3,239.57
Alpinavera	Cityscreen IT	1	1	9,550	16,816	11,778	20,739	43.21	760.83
Alpinavera	Retail	26	20	155,211	218,723	112,909	159,111	29.04	1,079.11
Alpinavera	Retail IT	45	32	315,900	436,193	194,220	268,178	27.58	2,044.66
Culinarium	ÖV	1013	541	2,400,500	3,740,903	186,033	289,911	35.83	12,732.57
Culinarium	Cityscreen	7	7	190,100	322,733	85,931	145,885	41.10	5,511.82
Culinarium	Retail	50	32	307,357	355,068	133,370	154,073	13.44	810.80
Das Beste...	ÖV	1032	756	2,278,500	3,297,906	220,504	319,158	30.91	9,683.07
Das Beste...	Retail	156	117	731,088	839,445	329,344	378,157	12.91	1,841.87
Das Beste...	Cityscreen	26	26	449,214	500,429	120,427	134,157	10.23	2,231.76
Regio Rom...	Cityscreen FR	6	6	290,350	476,285	77,638	127,356	39.04	6,864.90
Regio Rom...	Retail FR	104	73	368,039	624,263	120,607	204,572	41.04	4,355.52
Regio Rom...	ÖV FR	1498	877	1,997,650	2,183,231	318,678	348,283	8.50	1,763.00
Total		**5'438**	**3'183**	**12'315'359**	**17'254'320**	**2'183'410**	**2'952'783**	**35.24**	**63'173**

CERESMEDIA

1. Welle DOOH Zahlen - Total pro Mitgliederorganisation

Organisation	Bildschirme	Fahrzeuge	Brutto Kontakte geplant	Brutto Kontakte effektiv	Ausstrahlungen geplant	Ausstrahlungen geliefert	Überlieferung (%)	Füller in CHF	TKP N/N geplant	TKP N/N effektiv
Alpinavera	1'546	748	3'302'561	4'914'057	590'878	851'231	44.06%	17'377	2.19	1.48
Culinarium	1'070	580	2'897'957	4'418'704	405'334	589'869	45.53%	19'055	2.50	1.64
Das Beste...	1'214	899	3'458'802	4'637'780	670'275	831'472	24.05%	13'757	3.07	2.35
Regio Rom...	1'608	956	2'656'039	3'283'779	516'923	680'211	31.59%	12'983	2.72	2.20
Total	**5'438**	**3'183**	**12'315'359**	**17'254'320**	**2'183'410**	**2'952'783**	**35.24**	**63'173**		

CERESMEDIA

DOOH Erfolgskontrolle 2. Welle

2. Welle DOOH Zahlen (Alpinavera, Culinarium, Das Beste Der Region, Regio Romandie)

Organisation	Fokus	Bildschirme	Fahrzeuge /Standorte	Brutto Kontakte geplant	Brutto Kontakte effektiv	Ausstrahlungen geplant	Ausstrahlungen geliefert	Überlieferung (%)	Füller in CHF
Alpinavera	ÖV	1049	430	1884850	3191801	154500	261630	69.34	12,415.00
Alpinavera	ÖV IT	425	265	937050	1507292	117471	188958	60.86	5,416.00
Alpinavera	Cityscreen IT	1	1	9550	20941	11778	25826	119.27	1,193.00
Alpinavera	Retail	26	20	179089	292846	130279	213032	63.52	1,804.00
Alpinavera	Retail IT	45	32	364500	471568	224100	289927	29.37	1,699.00
Culinarium	ÖV	1013	541	2400500	3226422	186033	250040	34.41	7,845.00
Culinarium	Cityscreen	7	7	190100	305245	85931	137980	60.57	4,785.00
Culinarium	Retail	50	32	354643	416388	154534	181439	17.41	979.00
Das Beste...	ÖV	1032	756	911400	1120532	88,202	108,441	22.95	3,476.35
Das Beste...	Retail	156	117	168712	202959	76,003	91,431	20.30	2,781.50
Das Beste...	Cityscreen	26	26	179686	190122	120,427	127,421	5.81	444.15
Regio Rom...	Cityscreen FR	6	6	290,350	484,303	77,638	129,500	66.80	12,676.90
Regio Rom...	Retail FR	104	73	424,661	821,116	139,161	269,079	93.36	10,008.00
Regio Rom...	ÖV FR	1498	877	1,997,650	6,222,975	318,678	992,729	211.51	14,250.80
Total		**5'438**	**3'183**	**10'292'741**	**18'474'510**	**1'884'735**	**3'267'433**	**73.36**	**79'773.70**

CERESMEDIA

2. Welle DOOH Zahlen Das Beste Der Region Zusatzbudget

Organisation	Fokus	Bildschirme	Fahrzeuge /Standorte	Brutto Kontakte geplant	Brutto Kontakte effektiv	Ausstrahlungen geplant	Ausstrahlungen geliefert	Überlieferung (%)	Füller in CHF
Das Beste ZS	ÖV	1299	962	1,950,400	2,842,649	185,503	270,365	45.75	8,474.60
Das Beste ZS	Cityscreen	35	35	401,500	538,374	135,498	181,690	34.10	5,722.10
Das Beste ZS	Retail	162	121	683,800	827,653	289,928	350,921	21.05	2,444.55
Total		**1,496**	**1,118**	**3,035,700**	**4,208,676**	**610,929**	**802,976**	**31.44**	**16,641**

CERESMEDIA

2. Welle DOOH Zahlen – Total pro Mitgliederorganisation

Organisation	Screens	Fahrzeuge	Brutto Kontakte geplant	Brutto Kontakte effektiv	Ausstrahlungen geplant	Ausstrahlungen geliefert	Überlieferung (%)	Füller in CHF	TKP N/N geplant	TKP N/N effektiv
Alpinavera	1'546	748	3,375,039	5,484,448	638,128	979,373	53.48	22,527	2.15	1.32
Culinarium	1'070	580	2,945,243.0	3,948,055.0	426,498.0	569,459.0	33.52	13609	2.46	1.83
Das Beste…	1'214	899	1,259,798	1,513,613	284,632	327,293	14.99	6,702	3.07	2.35
Das Beste Zusatz	1,496	1,118	3,035,700	4,208,676	610,929	802,976	31.44	16,641	3.15	2.27
Regio Rom…	1'608	956	2,712,661	7,528,394	535,477	1,391,308	159.83	36935	2.67	0.96
Total	**7'552**	**4'301**	**13'328'441**	**22'683'186**	**2'495'664**	**4'070'409**	**63.10**	**96'415**		

CERESMEDIA

1. & 2. Welle DOOH Zahlen - Total pro Mitgliederorganisation

Organisation	Screens	Fahrzeuge	Brutto Kontakte geplant	Brutto Kontakte effektiv	Ausstrahlungen geplant	Ausstrahlungen geliefert	Überlieferung (%)	Füller in CHF	TKP N/N geplant	TKP N/N effektiv
Alpinavera	1'546	748	6'677'600	10'398'505	1'229'006	1'830'604	48.95	39,904	2.19	1.38
Culinarium	1'070	580	5'843'200	8'366'759	831'832	1'159'328	39.37	32664	2.50	1.72
Das Beste...	1'214	899	4'718'600	6'151'393	954'907	1'158'765	21.35	20459	3.07	2.35
Das Beste Zusatz	1,496	1,118	3'035'700	4,208,676	610,929	802,976	31.44	16,641	3.15	2.27
Regio Rom...	1'608	956	5'368'700	10'812'173	1'052'400	2'071'519	96.84	49919	2.72	1.50
Total	**7'552**	**4'301**	**25'643'803**	**39'937'506**	**4'679'074**	**7'023'192**	**50.10**	**159'588**		

Erläuterung zur Nationalen Kampagne: Das Budget der einzelnen Labels wurde je hälftig aufgeteilt auf die 1. und 2. Welle. Der TKP auf die bezahlten Kontakte wäre also bei allen identisch. Der Unterschied resultiert aus den unterschiedlichen Füllermengen der einzelnen Regionen.

Eine Ausnahme bildet das **Beste der Region**; hier wurde im Mai auf der Nationalen Kampagne 670'275 Ausspielungen gebucht und im September nur 284'632. Das Budget wurde also nicht hälftig verteilt. Vom Zusatzbudget Das Beste der Region wurde eine zusätzliche Welle im September realisiert. Die 2. Welle wurde vom **Zusatzbudget mit 610'920 gebuchten Ausspielungen** unterstützt.

CERESMEDIA

DOOH-Fazit

Nebst den geplanten Rabatten und Freespace wurden zusätzliche Ausstrahlungen als **Füller im Wert von CHF 159’588** ausgeliefert.

Für CHF 67’469 Mediabudget erhält Regio Garantie einen Werbewert von CHF 497’853 brutto. dies entspricht einem **Payfaktor von 14%.**

Über beide Wellen generierte die Kampagne unglaubliche **39’937’506 Bruttokontakte** zu einem TKP von CHF 1.68.

Beim Vergleich der einzelnen Mitgliederorganisationen fällt auf, dass der TKP bei Das Beste der Region am höchsten ist, dies aufgrund der tiefsten Überlieferung/Füller. Dies lässt sich damit erklären, dass diese Region sehr gut belegt war in den Kampagnenzeiträumen. Denn Füller können von den Vermarktern nicht garantiert werden.

Die nationalen Kampagnensujets haben interkantonale Überschneidungen insbesondere im ÖV. Somit wird die Werbewirkung zum Teil auf mehr als ein Label verteilt.

Online Erfolgskontrolle 1. & 2. Welle

Online Erfolgskontrolle 1. & 2. Welle

Online-Eckdaten

	National	Zusatz	Total
Budget[1]:	CHF 48‘999.-	CHF 16‘681.-	CHF 65‘680.-
Kosten effektiv[1]:	CHF 48‘999.-	CHF 16‘681.-	CHF 65‘680.-
Zeitraum:	06.05. – 24.05.2024 & 01.09. – 30.09.2024		
Sprachen:	DE/FR/IT		
Zielgruppe:	HHFs im Einzugsgebiet der 4 MO		
Formate:	Instream Video		
Vermarkter:	Audienzz, Blick, Goldbach und YouTube		

[1]inkl. Honorar & MwSt.

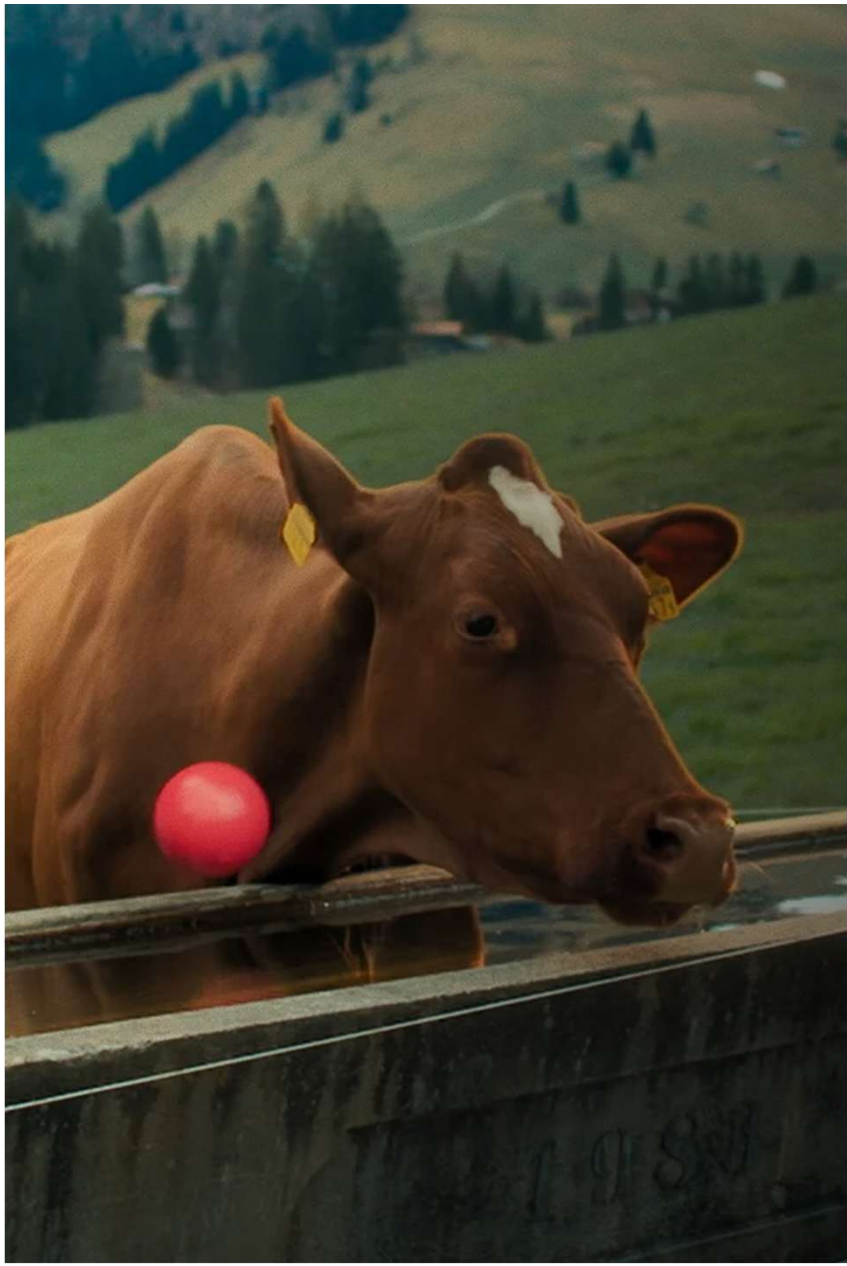
CERESMEDIA

Online-Strategie

Budget-Allokation Fair-Share:
Das Fair-Share-Prinzip gewährleistet eine gerechte Verteilung des Budgets, wodurch kleinere Einzugsgebiete einen höheren Werbedruck erhalten.

Targeting:
Haushaltsführende, Geotargeting: Alpinavera (GL, GR, TI, UR), Trägerverein Culinarium (AI, AR, SG, SH, TG, FL), Das Beste Der Region (AG, BE, BL, BS, SO, ZH, LU, SZ, NW, OW), Regio Garantie Romandie (FR, GE, JU, NE, VD, VS, Berner Jura), Capping: maximal 3 Anzeigen Nutzer pro Tag.

Werbemittel:
Es wurden zwei Spotlängen eingesetzt: einen 58-sekündigen Spot auf YouTube und einen 15-Sekünder bei den 3 grössten Schweizer Medienhäusern Goldbach, Audienzz und Ringier. Die bewusste Entscheidung, ausschliesslich auf Instream zu setzen, zeigte eine strategische Anpassung im Vergleich zur Vorjahreskampagne. Dies unterstrich die strategische Stossrichtung Qualität vor Quantität.



Screenshot
YouTube auf dem big Screen

Online Erfolgskontrolle 1. Welle

1. Welle Primäre KPIs (Direktbuchungen)

Organisation	Vermarkter	Sprache	KPI	geplant	effektiv	Differenz	View 50%	View 100%	VCR	CPCV
alpinavera	Audienzz	IT	Impressions	10’417	10’738	321	9’255	8’626	80.33%	CHF 0.04
alpinavera	Blick	DE	Impressions	27’702	29’303	1’601	23’739	21’440	73.17%	CHF 0.04
alpinavera	Goldbach	DE	Completed Views	21’116	21’223	107	22’651	21’223	81.13%	CHF 0.05
alpinavera	Goldbach	IT	Completed Views	4’838	4’859	21	5’164	4’859	83.69%	CHF 0.06
Culinarium	Audienzz	DE	Impressions	10’417	10’742	325	9’607	8’963	83.44%	CHF 0.03
Culinarium	Blick	DE	Impressions	27’702	29’302	1’600	24’080	21’861	74.61%	CHF 0.04
Culinarium	Goldbach	DE	Completed Views	26’393	26’550	157	28’251	26’550	82.21%	CHF 0.05
Das Beste der Region	Audienzz	DE	Impressions	10’417	10’753	336	9’678	9’074	84.39%	CHF 0.03
Das Beste der Region	Blick	DE	Impressions	27’702	29’315	1’613	24’298	22’251	75.90%	CHF 0.04
Das Beste der Region	Goldbach	DE	Completed Views	26’393	26’497	104	27’908	26’497	84.30%	CHF 0.05
Regio Garantie Romandie	Audienzz	FR	Impressions	15’625	16’108	483	14’649	13’582	84.32%	CHF 0.02
Regio Garantie Romandie	Blick	FR	Impressions	27’702	13’794	-13’908	12’069	11’162	80.92%	CHF 0.04
Regio Garantie Romandie	Goldbach	FR	Completed Views	24’194	24’254	60	26’051	24’254	76.94%	CHF 0.06
Total				**260’618**	**253’438**	**-7’180**	**237’400**	**220’342**	**79.47%**	**CHF 0.05**

CERESMEDIA

1. Welle Primäre KPIs (YouTube)

Organisation	Vermarkter	Sprache	KPI	geplant	effektiv	Differenz	View 50%	View 100%	VCR	CPCV
alpinavera	YouTube	DE	Views	37’788	101’660	63’872	53’574	44’419	43.69%	CHF 0.04
alpinavera	YouTube	IT	Views	9’447	48’132	38’685	20’250	16’341	33.95%	CHF 0.03
Culinarium	YouTube	DE	Views	47’235	171’554	124’319	81’666	68’004	39.64%	CHF 0.03
Das Beste der Region	YouTube	DE	Views	47’235	163’415	116’180	81’069	66’854	40.91%	CHF 0.04
Das Beste der Region Zusatz	YouTube	DE	Views	131’327	430’554	299’228	226’323	188’060	43.68%	CHF 0.03
Regio Garantie Romandie	YouTube	FR	Views	47’235	185’705	138’470	98’197	81’040	43.64%	CHF 0.03
Total				**320’268**	**1’101’020**	**780’752**	**561’079**	**464’718**	**42.21%**	**CHF 0.03**

CERESMEDIA

1. Welle Sekundäre KPIs (Direktbuchungen)

Organisation	Vermarkter	Sprache	AIs	Klicks	CTR	Pageviews	Verweildauer 40sec	Scrolltiefe 50%	Scrolltiefe 90%	CPM	CPC
alpinavera	Audienzz	IT	10'738	384	3.58%	265	33	7	5	CHF 29	CHF 0.81
alpinavera	Blick	DE	29'303	128	0.44%	120	22	8	5	CHF 32	CHF 7.34
alpinavera	Goldbach	DE	26'158	129	0.49%	74	19	3	0	CHF 41	CHF 8.38
alpinavera	Goldbach	IT	5'806	14	0.24%	10	3	2	0	CHF 47	CHF 19.30
Culinarium	Audienzz	DE	10'742	75	0.70%	54	5	1	1	CHF 29	CHF 4.17
Culinarium	Blick	DE	29'302	155	0.53%	145	25	9	5	CHF 32	CHF 6.06
Culinarium	Goldbach	DE	32'295	189	0.59%	89	22	3	3	CHF 42	CHF 7.15
Das Beste der Region	Audienzz	DE	10'753	89	0.83%	53	14	0	0	CHF 29	CHF 3.51
Das Beste der Region	Blick	DE	29'315	125	0.43%	116	20	8	4	CHF 32	CHF 7.52
Das Beste der Region	Goldbach	DE	31'431	255	0.81%	115	30	4	2	CHF 43	CHF 5.30
Regio Garantie Romandie	Audienzz	FR	16'108	58	0.36%	42	13	3	2	CHF 19	CHF 5.39
Regio Garantie Romandie	Blick	FR	13'794	91	0.66%	67	10	5	4	CHF 34	CHF 5.14
Regio Garantie Romandie	Goldbach	FR	31'523	147	0.47%	82	17	1	1	CHF 43	CHF 9.19
Total			**277'268**	**1'839**	**0.66%**	**1'232**	**233**	**54**	**32**	**CHF 36**	**CHF 5.41**

1. Welle Sekundäre KPIs (Youtube)

Organisation	Vermarkter	Sprache	AIs	Klicks	CTR	Pageviews	Verweildauer 40sec	Scrolltiefe 50%	Scrolltiefe 90%	CPM	CPC
alpinavera	YouTube	DE	101’660	52	0.05%	27	14	0	0	CHF 19	CHF 36.35
alpinavera	YouTube	IT	48’132	18	0.04%	8	3	2	2	CHF 10	CHF 26.24
Culinarium	YouTube	DE	171’556	86	0.05%	58	17	0	0	CHF 14	CHF 27.46
Das Beste der Region	YouTube	DE	163’415	79	0.05%	58	24	3	1	CHF 14	CHF 29.90
Das Beste der Region Z.	YouTube	DE	430’557	207	0.05%	121	45	4	2	CHF 15	CHF 31.72
Regio Garantie Romandie	YouTube	FR	185’706	103	0.06%	75	31	1	1	CHF 13	CHF 22.93
Total			**1’101’026**	**545**	**0.05%**	**347**	**134**	**10**	**6**	**CHF 15**	**CHF 29.38**

Online Erfolgskontrolle 2. Welle

2. Welle Primäre KPIs (Direktbuchungen)

Organisation	Vermarkter	Sprache	KPI	geplant	effektiv	Differenz	View 50%	View 100%	VCR	CPCV
alpinavera	Audienzz	IT	Impressions	10,415	10,730	315	9,321	8,752	81.57%	CHF 0.03
alpinavera	Blick	DE	Impressions	27,702	29,302	1,600	24,769	22,943	78.30%	CHF 0.04
alpinavera	Goldbach	DE	Completed Views	21,116	21,709	593	22,015	21,709	91.56%	CHF 0.05
alpinavera	Goldbach	IT	Completed Views	4,838	7,037	2,199	10,441	7,037	54.79%	CHF 0.04
Culinarium	Audienzz	DE	Impressions	10,417	10,728	311	9,312	8,488	79.12%	CHF 0.03
Culinarium	Blick	DE	Impressions	27,702	29,302	1,600	24,515	22,669	77.36%	CHF 0.04
Culinarium	Goldbach	DE	Completed Views	26,393	30,177	3,784	27,727	26,403	87.49%	CHF 0.05
Das Beste der Region	Audienzz	DE	Impressions	10,417	10,734	317	9,305	8,482	79.02%	CHF 0.03
Das Beste der Region	Blick	DE	Impressions	27,702	29,302	1,600	24,796	22,943	78.30%	CHF 0.04
Das Beste der Region	Goldbach	DE	Completed Views	26,393	29,424	3,031	27,704	26,527	90.15%	CHF 0.05
Regio Garantie Romandie	Audienzz	FR	Impressions	86,043	88,643	2,600	77,731	70,117	79.10%	CHF 0.02
Regio Garantie Romandie	Goldbach	FR	Completed Views	24,194	34,050	9,856	26,512	24,227	71.15%	CHF 0.06
Total				**303'332**	**331'138**	**+27'806**	**294'148**	**270'297**	**81.63%**	**CHF 0.04**

CERESMEDIA

2. Welle Primäre KPIs (YouTube)

Organisation	Vermarkter	Sprache	KPI	geplant	effektiv	Differenz	View 50%	View 100%	VCR	CPCV
alpinavera	YouTube	DE	Views	37’788	86’676	48’888	54’033	46’652	53.82%	CHF 0.04
alpinavera	YouTube	IT	Views	9’447	34’953	25’506	19’640	16’628	47.57%	CHF 0.03
Culinarium	YouTube	DE	Views	47’235	153’845	106’610	80’796	69’317	45.06%	CHF 0.03
Das Beste der Region	YouTube	DE	Views	47’235	119’277	72’042	73’516	63’056	52.87%	CHF 0.04
Das Beste der Region Zusatz	YouTube	DE	Views	131’327	398’080	266’424	226’323	188’060	47.24%	CHF 0.03
Regio Garantie Romandie	YouTube	FR	Views	47’235	136’849	89’614	83’822	71’461	52.22%	CHF 0.03
Total				**320’268**	**929’680**	**609’412**	**515’866**	**442’139**	**47.56%**	**CHF 0.04**

CERESMEDIA

2. Welle Sekundäre KPIs (Direktbuchungen)

Organisation	Vermarkter	Sprache	AIs	Klicks	CTR	Pageviews	Verweildauer 40sec	Scrolltiefe 50%	Scrolltiefe 90%	CPM	CPC
alpinavera	Audienzz	IT	10,730	939	8.75%	726	54	16	11	CHF 25	CHF 0.29
alpinavera	Blick	DE	29,302	132	0.45%	101	10	9	3	CHF 32	CHF 7.12
alpinavera	Goldbach	DE	21,709	170	0.72%	126	28	1	1	CHF 46	CHF 6.36
alpinavera	Goldbach	IT	7,037	53	0.41%	22	5	4	3	CHF 21	CHF 5.10
Culinarium	Audienzz	DE	10,728	91	0.85%	85	20	0	0	CHF 29	CHF 3.43
Culinarium	Blick	DE	29,302	133	0.45%	125	19	8	7	CHF 32	CHF 7.06
Culinarium	Goldbach	DE	30,177	236	0.78%	160	24	4	3	CHF 45	CHF 5.73
Das Beste der Region	Audienzz	DE	10,734	105	0.98%	84	19	3	1	CHF 29	CHF 3.51
Das Beste der Region	Blick	DE	29,302	97	0.33%	85	14	6	6	CHF 32	CHF 7.52
Das Beste der Region	Goldbach	DE	29,424	198	0.67%	156	31	8	6	CHF 43	CHF 5.30
Regio Garantie Romandie	Audienzz	FR	88,643	407	0.46%	253	80	9	5	CHF 19	CHF 4.23
Regio Garantie Romandie	Goldbach	FR	34,050	173	0.47%	97	21	3	2	CHF 40	CHF 7.81
Total			**331'138**	**2'734**	**0.82%**	**2'020**	**325**	**71**	**48**	**CHF 32**	**CHF 3.97**

2. Welle Sekundäre KPIs (Youtube)

Organisation	Vermarkter	Sprache	AIs	Klicks	CTR	Pageviews	Verweildauer 40sec	Scrolltiefe 50%	Scrolltiefe 90%	CPM	CPC
alpinavera	YouTube	DE	86’676	48	0.06%	40	16	3	3	CHF 22	CHF 39.38
alpinavera	YouTube	IT	34’953	17	0.05%	10	3	1	1	CHF 14	CHF 27.79
Culinarium	YouTube	DE	153’845	67	0.04%	40	9	6	4	CHF 15	CHF 35.25
Das Beste der Region	YouTube	DE	119’277	61	0.05%	84	31	16	16	CHF 20	CHF 38.72
Das Beste der Region Z.	YouTube	DE	398’080	139	0.03%	175	60	69	6	CHF 16	CHF 47.24
Regio Garantie Romandie	YouTube	FR	136’849	78	0.06%	66	27	6	4	CHF 17	CHF 30.28
Total			**929’680**	**410**	**0.04%**	**415**	**146**	**101**	**34**	**CHF 17**	**CHF 39.06**

CERESMEDIA

Online Fazit

Direktbuchungen:
Bis auf Blick.ch wurden alle gesteckten Ziele erreicht. In der Westschweiz wurde Blick für die zweite Welle nicht mehr berücksichtigt und das Budget geshiftet auf Audienzz.
Bei den Direktbuchungen wurde der 15-Sekünder eingesetzt. Dieser wurde über beide Wellen rund 500‘000-mal bis zum Ende angeschaut. Die View Through-Rate (VTR) hat sich von 79.47% auf und 81.63% in der zweiten Welle noch verbessert.

Der Cost per Completed View (CPCV) lag konstant zwischen CHF 0.04 und CHF 0.05. Desweiteren wurden insgesamt 585‘000 AdImpression (Ais) und 3‘573 Klicks generiert. Die Klickrate lag nach 0.66% in der ersten Welle bei sensationellen 0.82% in der zweiten Welle.

Aus den 3‘573 Klicks resultierten 3‘252 Seitenansichten und 558 Nutzer verweilten länger als 40 Sekunden auf der Seite.

Als Ausreisser im positiven Sinne darf der Alpinavera-Flight bei Audienzz erwähnt werden, welcher eine ungewöhnlich hohe Klickrate von 3.58 resp. 8.75% aufwies. Dies lässt auf ein besonders grosses Interesse am Content im Tessin schliessen.

CERESMEDIA

Online Fazit

YouTube:
Die geplanten Views wurden mit über 1.91 Mio. Impressions deutlich übertroffen.
Der mit 58 Sekunden recht lange Spot wurde 906‘857-mal bis zum Ende angeschaut, der CPCV lag somit bei sensationellen CHF 0.03.

Erfahrungsgemäss sind die Werte bei den sekundären KPIs bei YouTube tiefer als bei den Direktbuchungen. Es wurden 955 Klicks erzielt davon 762 Seitenansichten und 280 Nutzer verweilten länger als 40 Sekunden.

Fazit und Empfehlung:
Beide Wellen waren insgesamt sehr erfolgreich und haben die geplanten KPIs deutlich übertroffen. Der CPCV war insgesamt niedrig, was die Kosteneffizienz der Kampagne unterstreicht. Für eine Folgekampagne mit Videos würden wir ein ähnliches Setup vorschlagen.

CERESMEDIA

DANKE FÜR
DAS VERTRAUEN
Und auf eine weiterhin gute
Zusammenarbeit
CERESMEDIA