

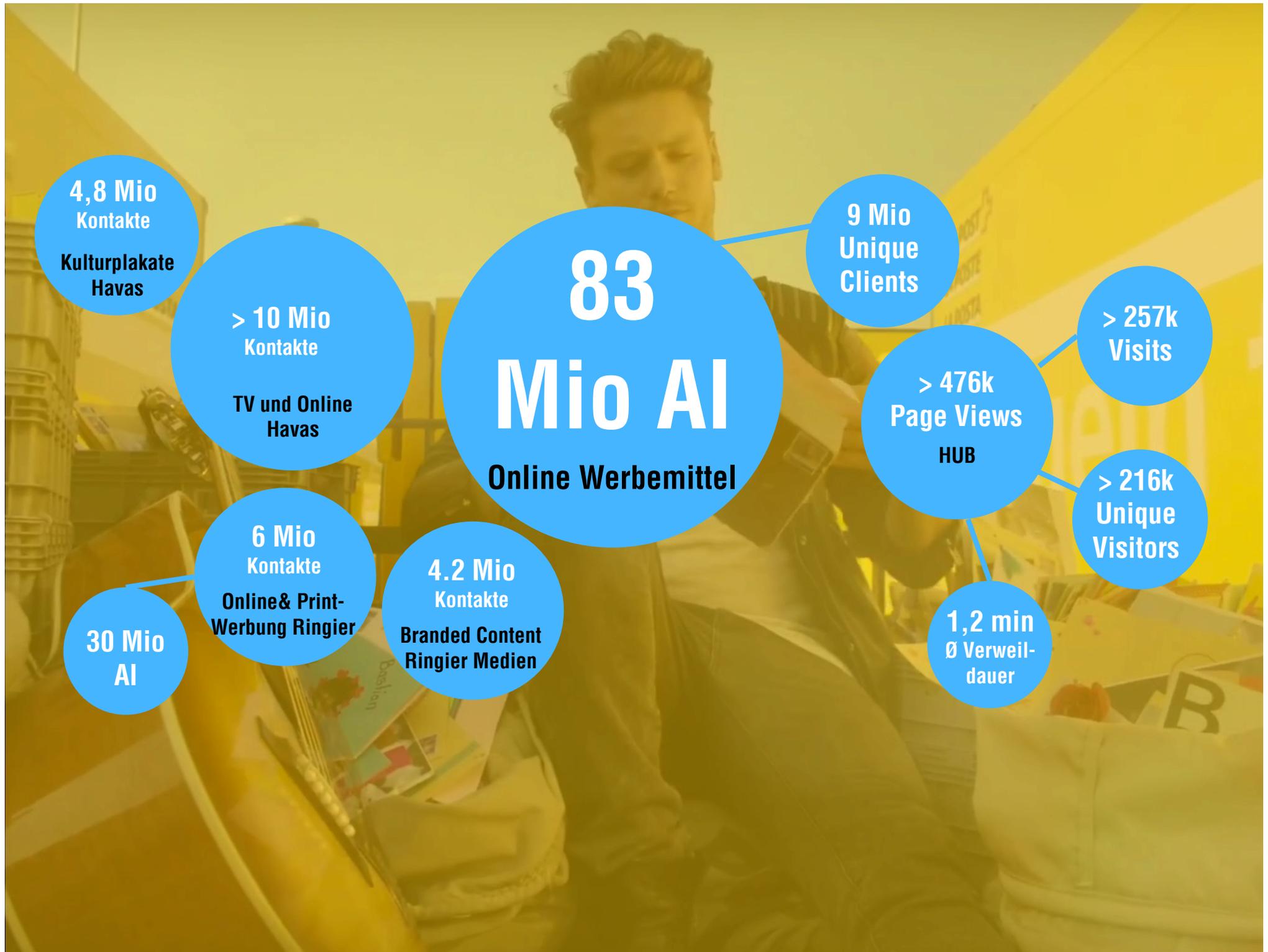


Was wir gemacht haben:

- 6 **TVCs**
- 7 **Printsujets**
- **Hub** in drei Sprachen mit **19 Unterseiten**
- 23 **Videos** auf dem HUB und bei Ringier
- 54 **Newsbeiträge** auf dem HUB
- 99 **Banner-Formate**
- 2 **Medienmitteilungen**
- 33 **Online Advertorials** bei Ringier
- 17 Seiten **Branded Content** bei Ringier

... sowie zahlreiche Werbemittel für weitere Plattformen, u.a. verschiedenste **posteigene Werbeflächen** und **BB's Kommunikationskanäle.**

**Und die Tour
hat wirklich erreicht
und bewegt ...**



83 Mio AI

Online Werbemittel

9 Mio Unique Clients

> 476k Page Views HUB

> 257k Visits

> 216k Unique Visitors

1,2 min Ø Verweildauer

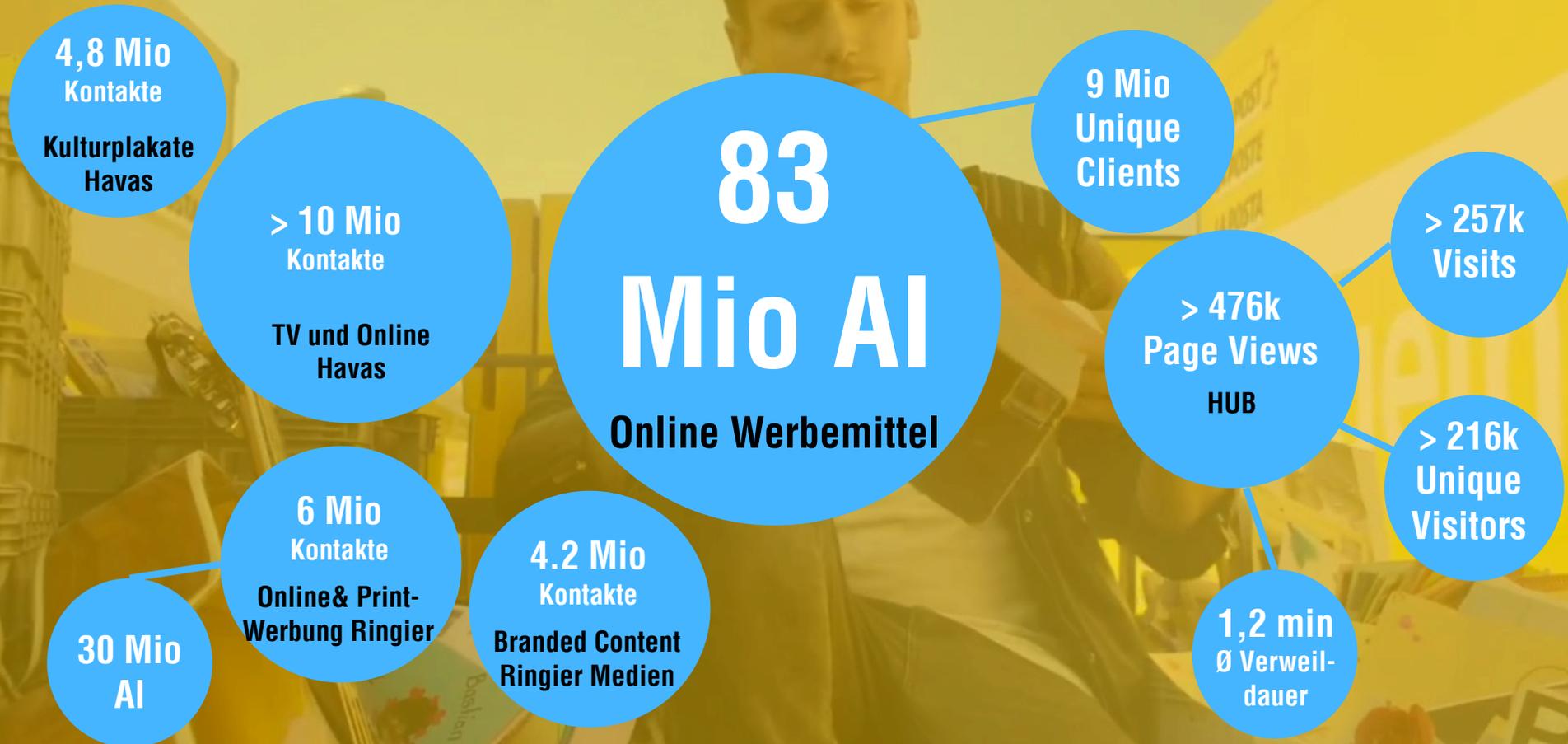
> 10 Mio Kontakte
TV und Online Havas

4,8 Mio Kontakte
Kulturplakate Havas

6 Mio Kontakte
Online & Print-Werbung Ringier

4.2 Mio Kontakte
Branded Content Ringier Medien

30 Mio AI



Der Auftritt hat eine sensationell hohe Beachtung erreicht:
 20% erinnern sich ungestützt, gar 80% gestützt an die Kampagne
 (zum Vergleich der langjähriger Erfahrungswert: 49% Recall)

Die Werbung wurde richtig verstanden und emotional positiv wahrgenommen.

**Sie hat aktiviert und
involviert ...**

**32'775
Stunden**

View youtube-Video Content
(=195 Wochen!)

Ca. 3'480
Konzertbesuche

13'221 DM-
Wettbewerbs-
teilnahmen

= 26.38%
Response

9'602 Uploads
Messe-Bilder

2'326
Teilnahmen
Ticket-
verlosung

3'433
Online-
Formulare
ausgefüllt

165
Teilnahmen
Hashtag-
Aktion

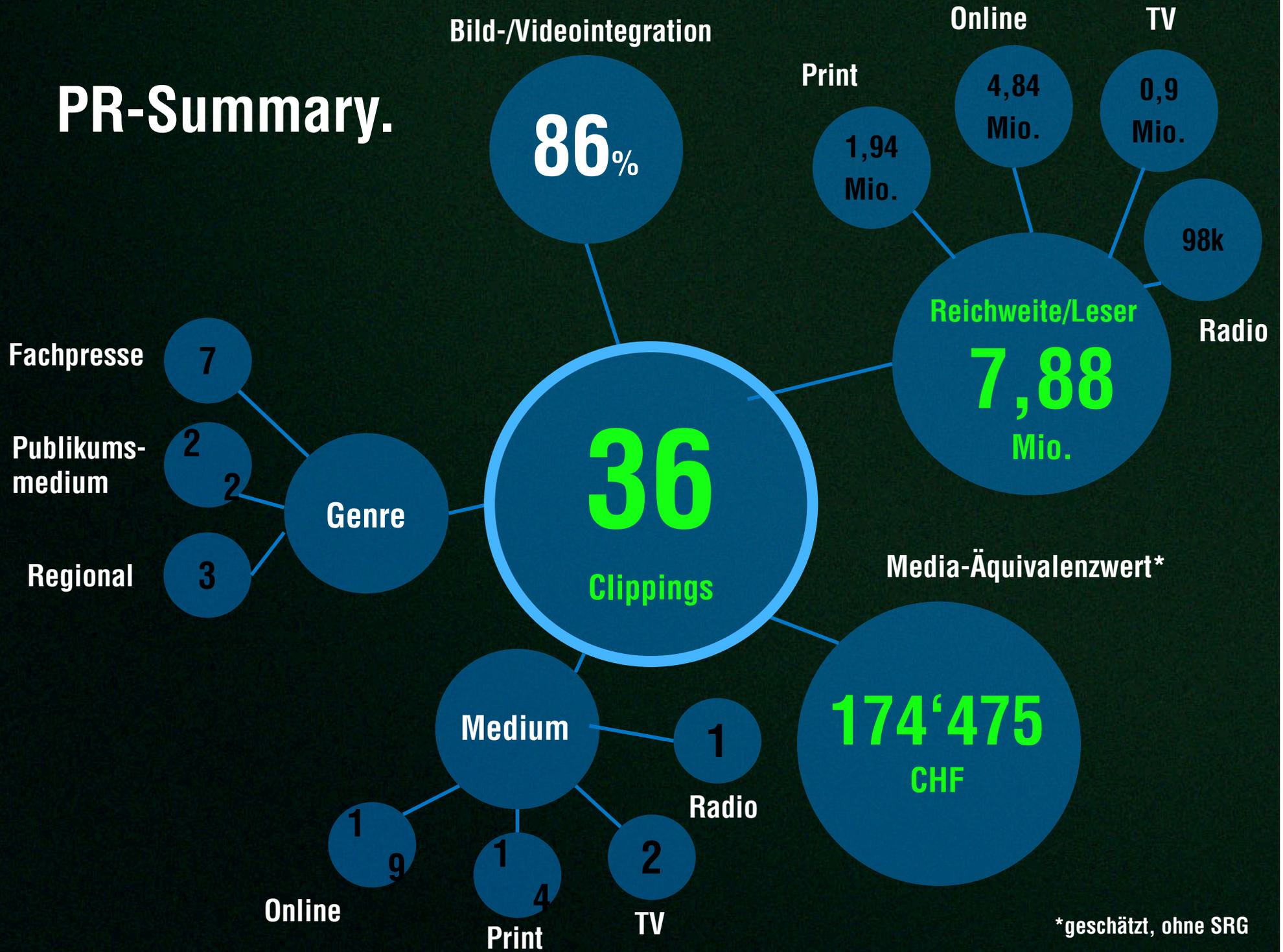
61'936
Likes, Comments,
Shares auf FB

77
Ideen
Toursong

400
Bewerbungen
Meet & Greet

PR Reporting

PR-Summary.



*geschätzt, ohne SRG

Wer hat über The Yellow Tour berichtet?



Radio Télévision
Suisse



LE TEMPS

RSI RETE
TRE



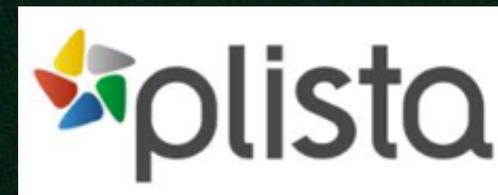
Glillate.com

Jungfrau Zeitung

Le Nouvelliste

tele¹
Zentralschweizer Fernsehen

Publisher/Channels



>>Ändern der Fusszeile: Im Reiter «Post-Menü» den Befehl «Kopf- und

Kampagnen- Performance

Gesamtergebnis:

Reichweite (UU)*: **4.8 Mio.**

UU Facebook: **1.3 Mio.**

Impressions: **25 Mio.**

* Alle Kanäle ausser Facebook und Instagram

Kennzahlen: Auftakt-Kampagne „The Yellow Tour“

KPI

Realisierte AI's:	25'035'945 (20.2 Mio.*)
Clicks (Unique Clicks)	97'460** (77'404)**
Ø-CTR:	0.4%**
Unique User:	4.8 Mio. (bereinigt) + 1.3 Mio. Facebook
Ø-OTS (gewichtet):	5.7
eCPM	CHF 14.05*
eCPC	CHF 4.41***
Budget:**	CHF 284'080**

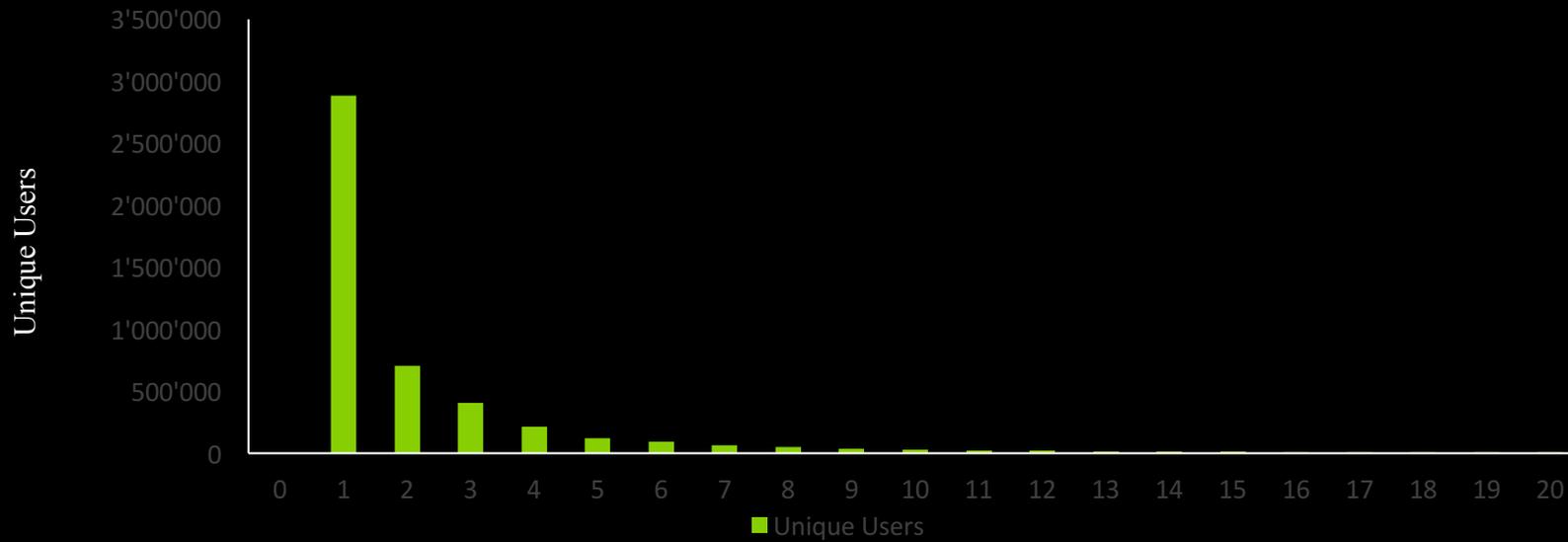
*Ohne Ringier Titel (Medienpartnerschaft), Wilmaa und Zattoo (Havas)

**Clicks Ohne Adwebster

*** Ohne Ringier Titel (Medienpartnerschaft), Wilmaa und Zattoo (Havas) und bereinigt um Adwebster

**Reichweite:
40% der User hatten mehr als einmal Kontakt
mit der Online Kampagne* .**

Unique Users by Frequency



PreRoll Performance

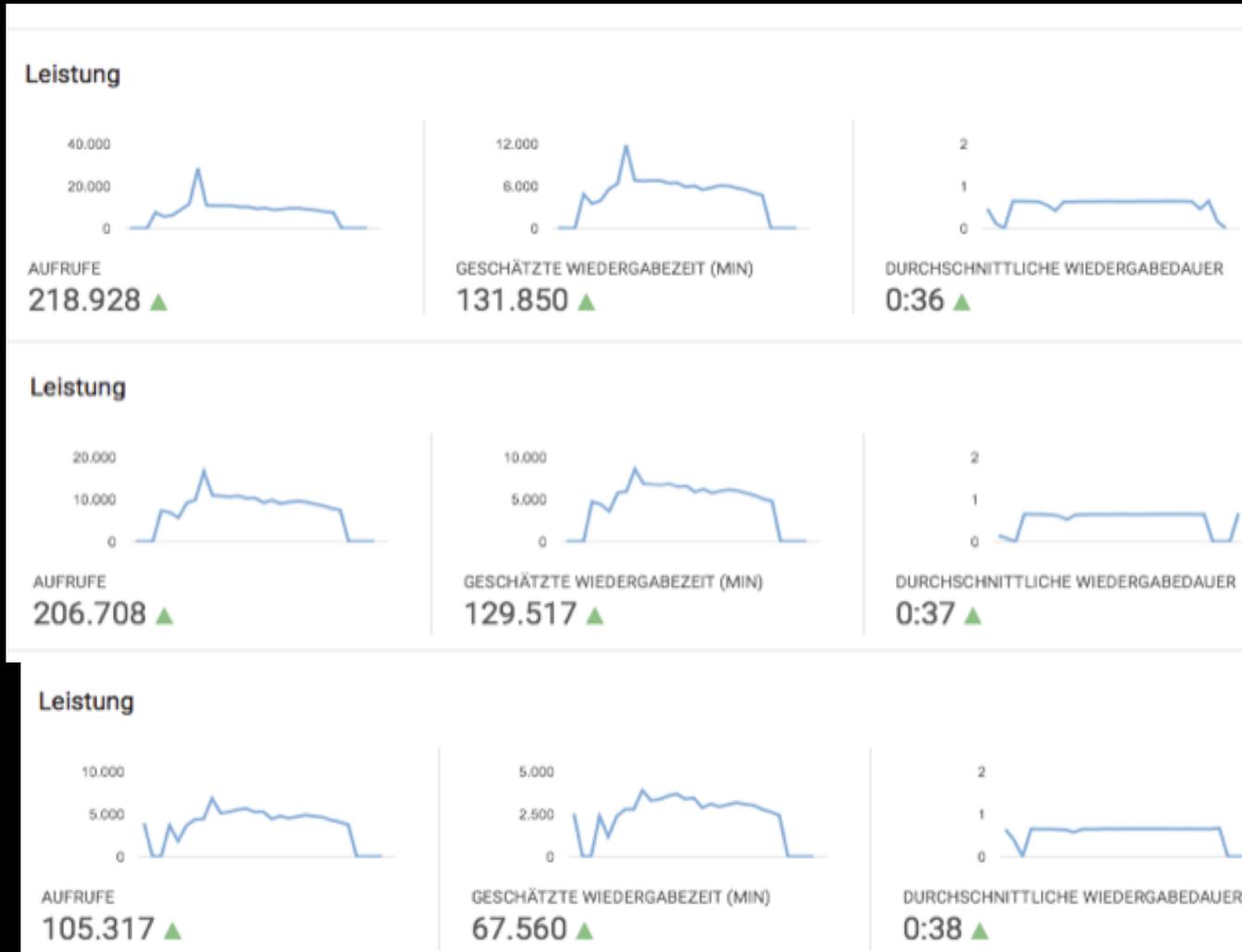
Übersicht PreRoll Platzierungen mit Video Play Rates

Media	Placement	Banner	Video Play Started	25% of Video Played	50% of Video Played	75% of Video Played	Video Completed	Video Completion Rate (%)
Adwebster	Adwebster Royal Video Pool Desktop/	Video_DE	496'555	371'922	279'974	249'046	218'110	43.92%
Adwebster	Adwebster Royal Video Pool Desktop/	Video_FR	234'661	164'765	117'809	104'384	94'882	40.43%
Adwebster	Adwebster Royal Video Pool Desktop/	Video_IT	54'061	25'830	20'144	18'279	17'187	31.79%
Blick.ch	Blick.ch_TV Auftakt_ROS_D_Preroll_	Video_DE	510'890	402'525	244'820	208'580	181'043	35.44%
Wilmaa.com	Wilmaa.com Internet TV EX (Havas)_T	Video_DE	20'984	20'452	16'798	8'981	6'297	30.01%
Zattoo.com	Zattoo.com Internet TV BK (Havas)_T	Video_DE	82'148	70'613	42'523	33'964	28'178	34.30%
Zattoo.com	Zattoo.com Internet TV BK (Havas)_T	Video_FR	22'974	19'722	11'975	9'626	7'934	34.53%
TOTAL			1'422'273	1'075'829	734'043	632'860	553'631	38.93%

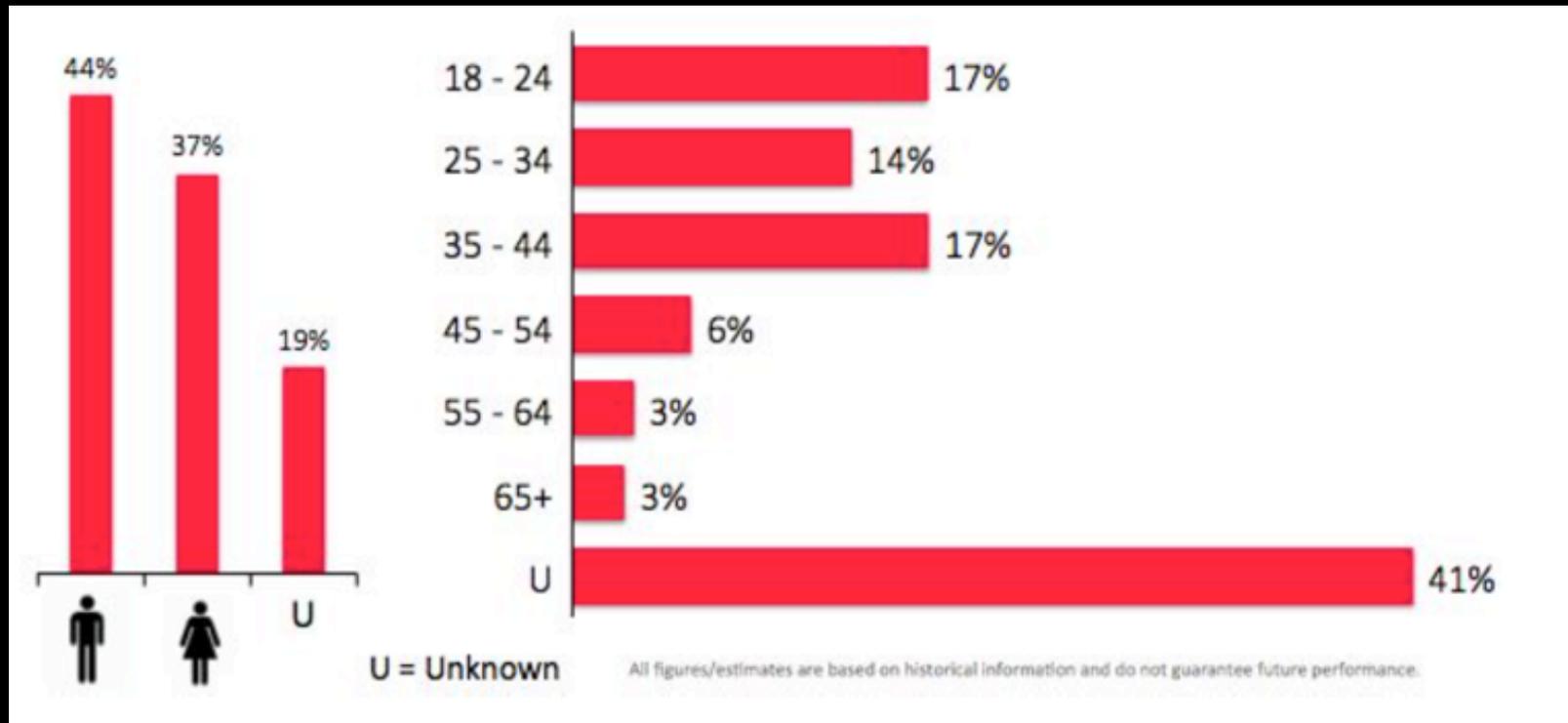
YouTube Facts



Überblick TrueView Aufrufe der 3 Sprachversionen



Sozio-Demografie: Stärke im Segment bis 44 Jahren.

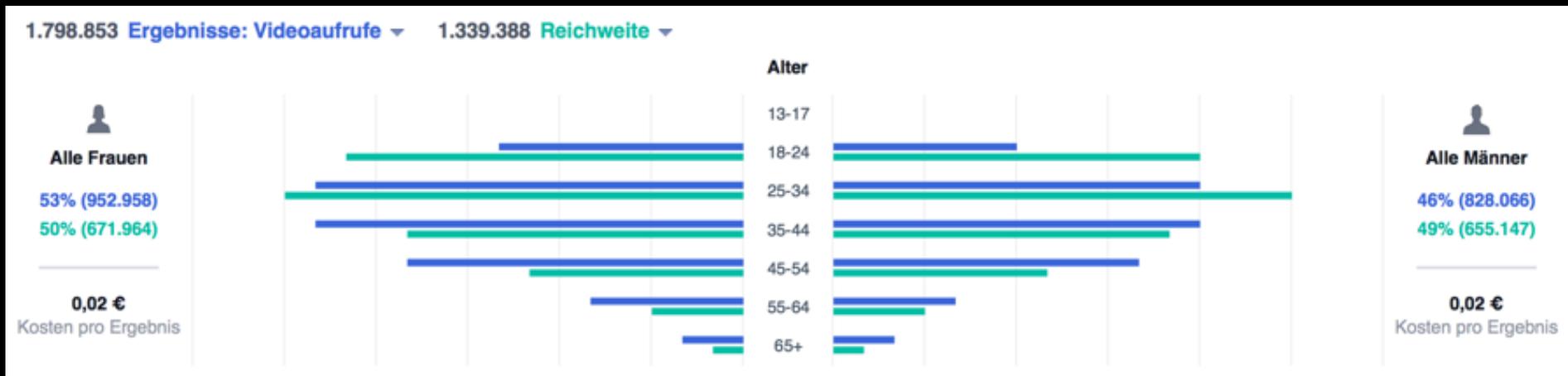


Facebook Facts

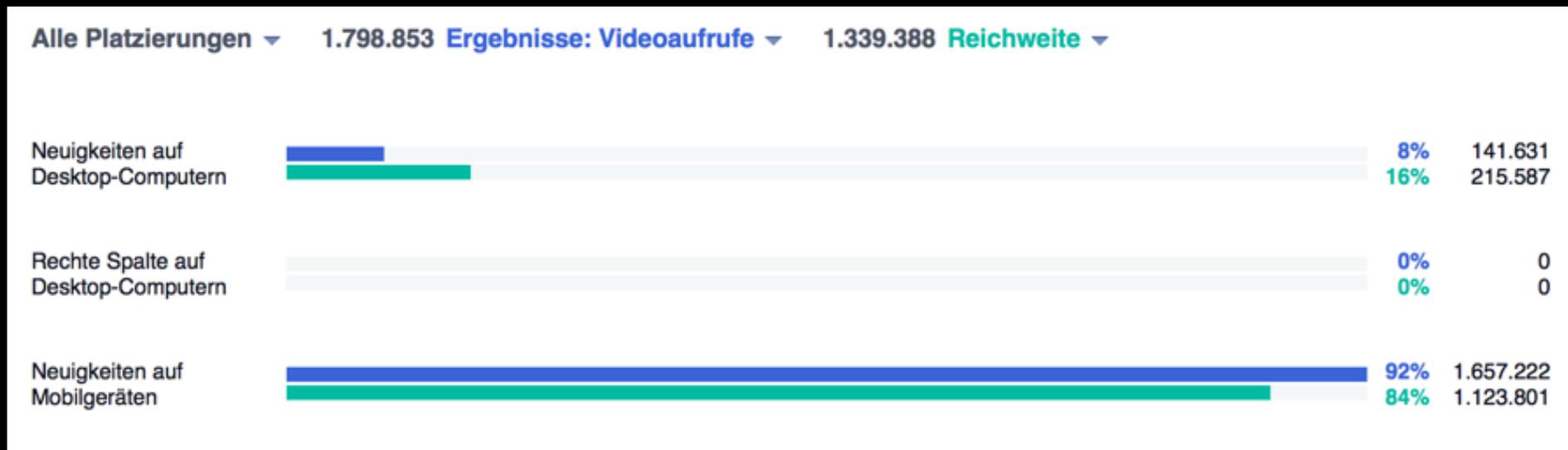
Performance der 3 Sprachversionen & Sozio-Demografie

Name der Werbeanzeigengruppe
The Yellow Tour TVC Auftakt - Deutsch The Yellow Tour - TVC Auftakt - Video Views
The Yellow Tour TVC Auftakt - Französisch The Yellow Tour - TVC Auftakt - Video Views
The Yellow Tour TVC Auftakt - Italienisch The Yellow Tour - TVC Auftakt - Video Views
Ergebnisse von 3 Werbeanzeigengruppen

Ergebnis...	Reichw...	Kosten	Budget	Ausgege...
1.024.518 Videoaufrufe	870.665	0,02 € Pro Videoa...	16.800,00 € Laufzeit	16.799,19 €
509.500 Videoaufrufe	393.147	0,01 € Pro Videoa...	6800,00 € Laufzeit	6799,59 €
264.835 Videoaufrufe	151.188	0,01 € Pro Videoa...	3700,00 € Laufzeit	3699,55 €
1.798.853 Videoaufrufe	1.337.246 Personen	0,02 € Kosten pro...		27.298,33 € Gesamtausgaben



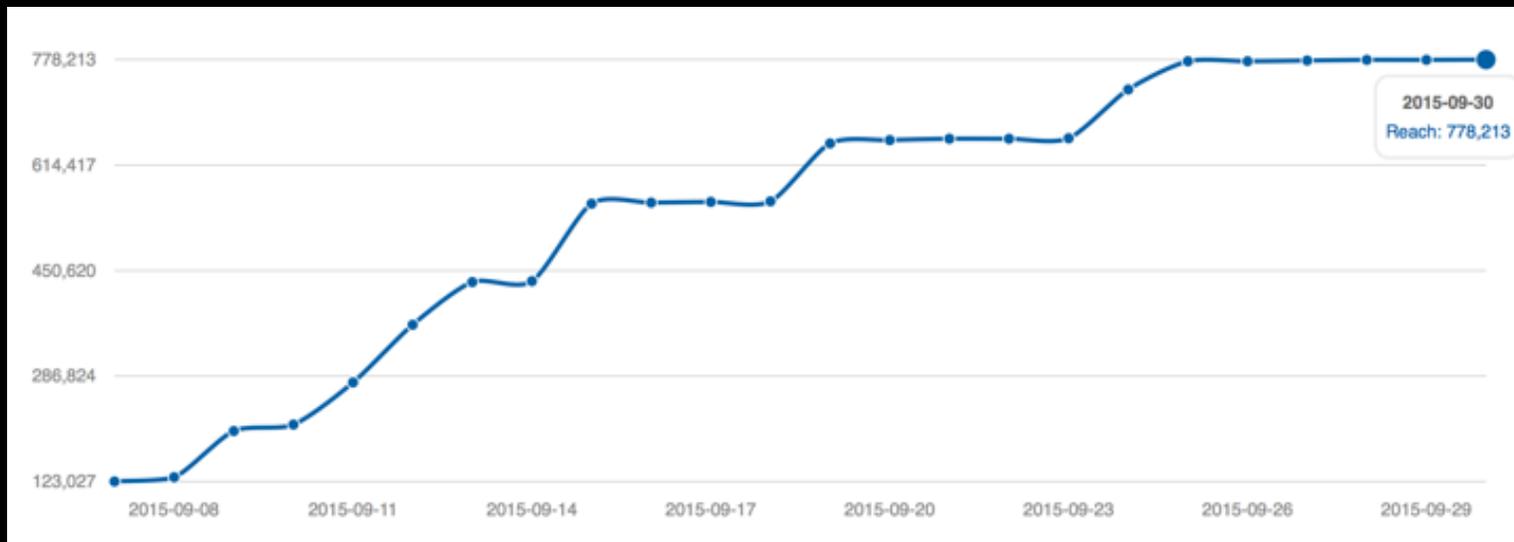
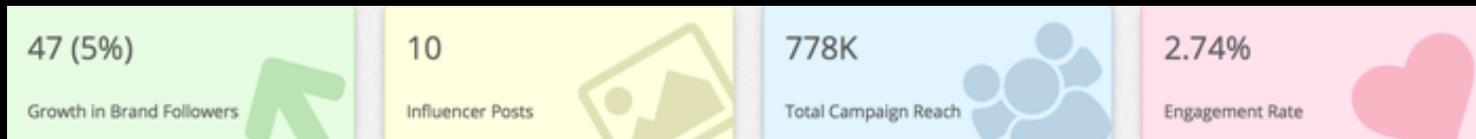
Über 1.6 Mio. (92%) Videoaufrufe fanden „mobile“ statt.



>>Ändern der Fusszeile: Im Reiter «Post-Menü» den Befehl «Kopf- und

Instagram Influencer

„native“ Posts zu #theyellowtour eine kumulierte Reichweite von über 700‘000 Instagram Profilen generiert.



Instagram Posts - Überblick



📅 2015-09-24

👤 75386

❤️ 3076

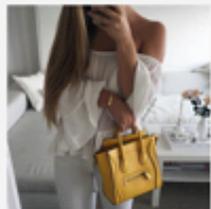
💬 55

👥 4.15%



❤️ 2.65K
👤 9
👥 3.84%

2015-09-07
11:56:16 UTC



❤️ 2.52K
👤 17
👥 3.66%

2015-09-09
17:36:22 UTC



❤️ 1.32K
👤 60
👥 2.77%

2015-09-11
22:01:26 UTC



❤️ 1.58K
👤 32
👥 1.82%

2015-09-12
04:29:53 UTC



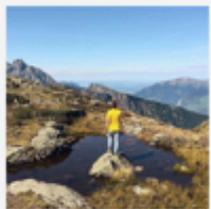
❤️ 1.42K
👤 15
👥 2.88%

2015-09-13
04:48:02 UTC



❤️ 1.54K
👤 9
👥 2.08%

2015-09-15
05:30:23 UTC



❤️ 1.04K
👤 22
👥 2.45%

2015-09-15
15:41:27 UTC



❤️ 1.55K
👤 20
👥 1.77%

2015-09-19
04:51:47 UTC



❤️ 3.08K
👤 55
👥 4.15%

2015-09-24
09:08:00 UTC



❤️ 905
👤 26
👥 2.14%

2015-09-25
17:23:34 UTC

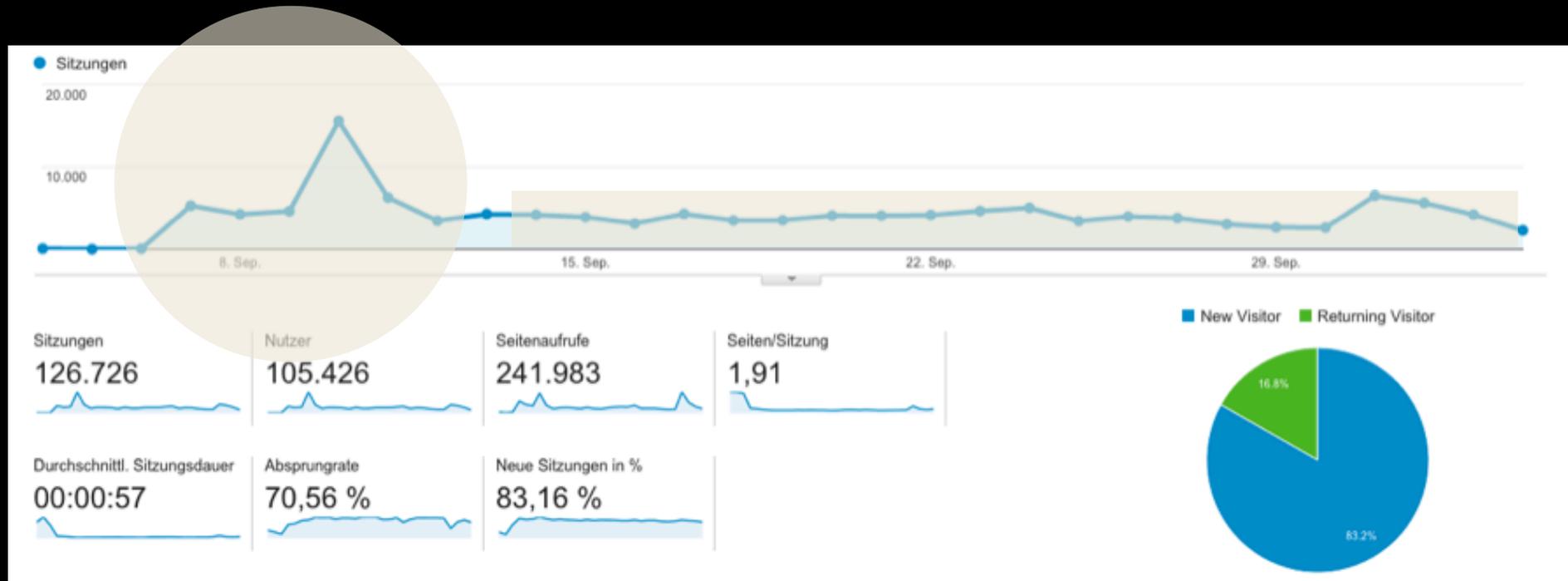
Sprachen

Sprachverteilung (in Mio.)

Alle Kanäle ausser Instagram

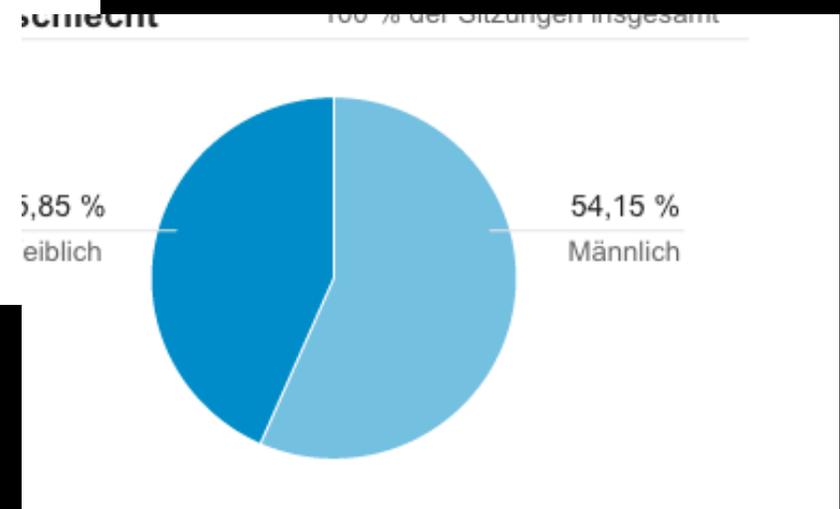
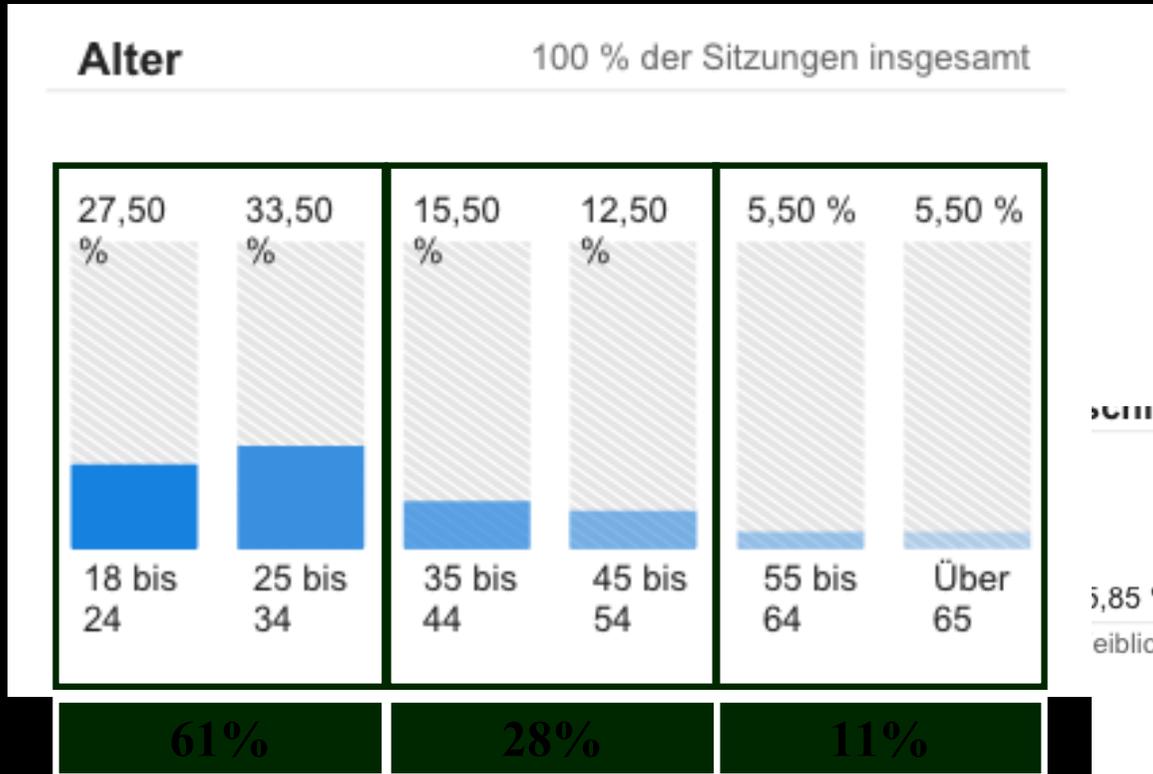
Kampagnen- Highlights

Der Kampagnenstart lief gut an, der Traffic auf dem Kampagnen-Hub hat sich auf einem Niveau von ca. 4'000 User stabilisiert.



Google Analytics, Zeitraum von 4.9.2015 bis 5.10.2015. Bemerkung:

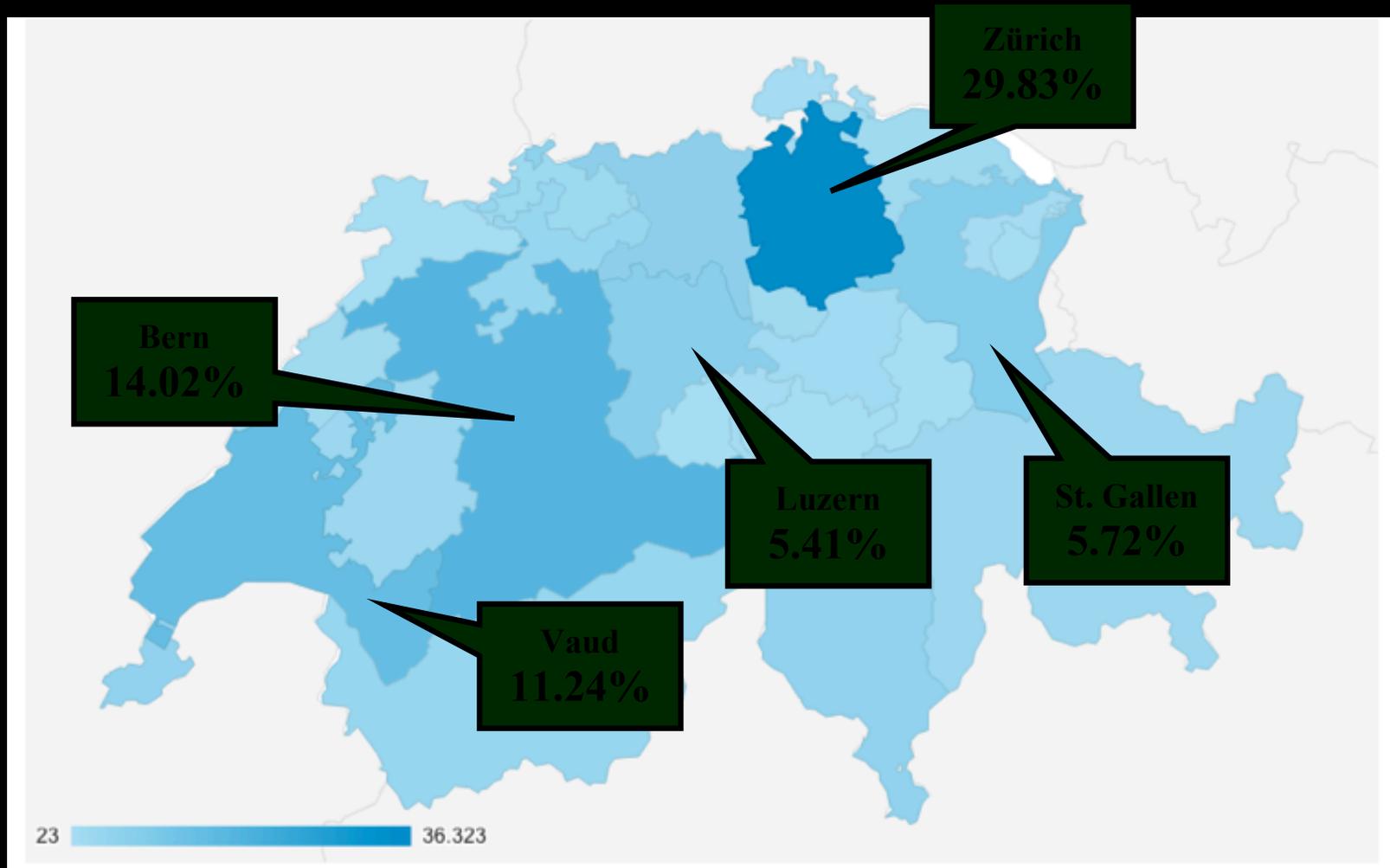
Knapp 2/3 der User sind zwischen 18 und 34 Jahre alt – die Mehrheit davon ist männlich.



Die Aufteilung des Traffics nach Sprachen entspricht der tatsächlichen Verteilung der Sprachen in der Schweiz.

		126.726		126.726	
		% des Gesamtwerts: 100,00 % (126.726)		% des Gesamtwerts: 100,00 % (126.726)	
1.	de-de	65.51%	32.166	25,38 %	
2.	de		27.702	21,86 %	
3.	de-ch		23.151	18,27 %	
4.	fr-fr	21.91%	12.359	9,75 %	
5.	fr		8.576	6,77 %	
6.	fr-ch		6.830	5,39 %	
7.	en-us	4.27%	5.413	4,27 %	
8.	it-it	5.1%	3.273	2,58 %	
9.	it		1.715	1,35 %	
10.	it-ch		1.478	1,17 %	

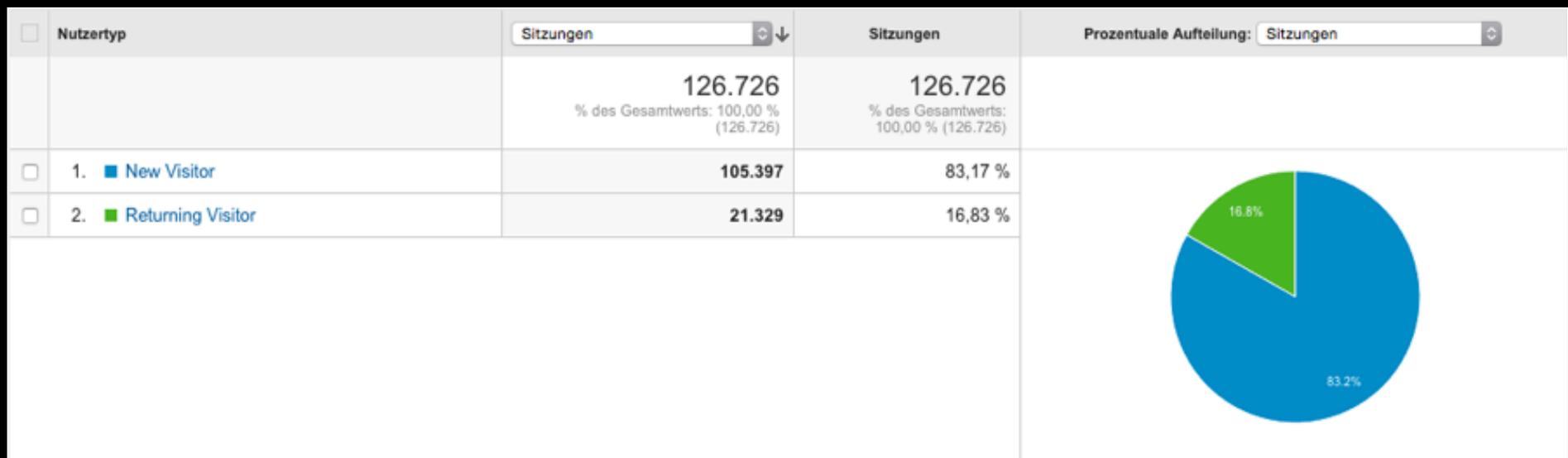
Knapp ein Drittel des gesamten Traffics stammt aus Zürich.



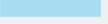
Desktop- und Mobile-Geräten besucht, wobei Desktop noch immer das dominierende Endgerät ist.

<input type="checkbox"/>	Geräteklasse [?]	Akquisition			Verhalten
		Sitzungen [?] ↓	Neue Sitzungen in % [?]	Neue Nutzer [?]	Absprungrate [?]
		126.726 % des Gesamtwerts: 100,00 % (126.726)	83,17 % Durchn. für Datenansicht: 83,16 % (0,01 %)	105.397 % des Gesamtwerts: 100,01 % (105.382)	70,56 % Durchn. für Datenansicht: 70,56 % (0,00 %)
<input type="checkbox"/>	1. desktop	61.536 (48,56 %)	85,15 %	52.397 (49,71 %)	72,84 %
<input type="checkbox"/>	2. mobile	43.887 (34,63 %)	80,02 %	35.117 (33,32 %)	66,66 %
<input type="checkbox"/>	3. tablet	21.303 (16,81 %)	83,95 %	17.883 (16,97 %)	72,03 %

16.83% tief, mit Start der Konzerte und vermehrtem Content sollte die Rate ansteigen.



Der Grossteil der User verbringt nur wenig Zeit auf der Website. Nach Start der Konzerte sollte die Verweildauer wieder ansteigen.

Sitzungsdauer	Sitzungen	Seitenaufrufe
0-10 Sekunden	96.807 	105.625 
11-30 Sekunden	8.074 	20.280 
31-60 Sekunden	5.243 	17.352 
61-180 Sekunden	8.148 	37.438 
181-600 Sekunden	5.434 	34.613 
601-1800 Sekunden	2.570 	17.755 
1801+ Sekunden	450 	8.920 

DIE POST 

Gelb bewegt.