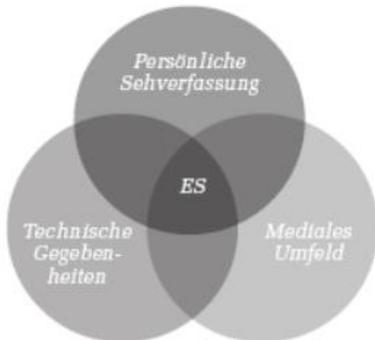


## EINFLUSSFAKTOR – >EMOTIONAL SETTING<

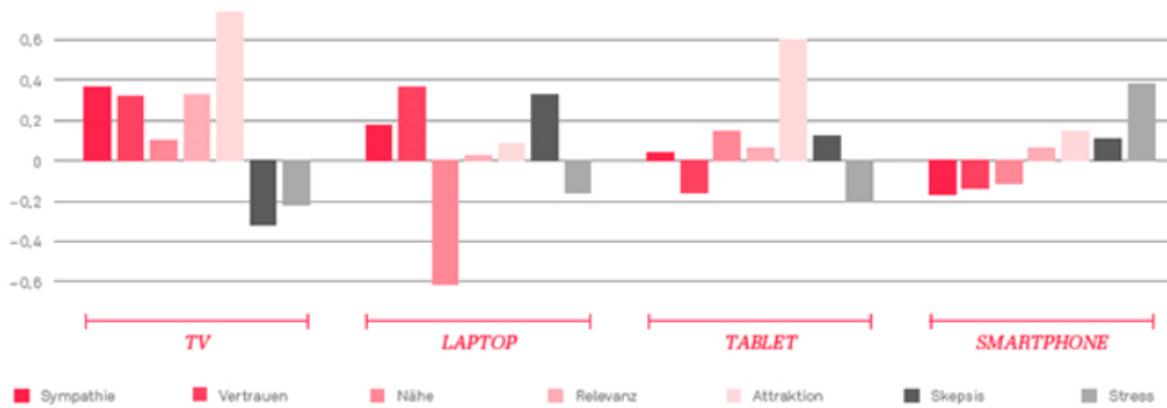
Das Emotional Setting (ES) bestimmt die Wahrnehmung jeglichen Contents – es ist die Basis aller Wirkungen.



Quelle: Multiscreen-Studie der september Strategie & Forschung GmbH, Dezember 2016/ Januar 2017

## TV EMOTIONALISIERT MARKEN AM STÄRKSTEN!

Emotional Uplift auf Basis der psychophysiologischen Messdaten der heart.facts-Emotionsforschung, Ø über alle 16 Spots.



Quelle: Multiscreen-Studie der september Strategie & Forschung GmbH, Dezember 2016/Januar 2017