

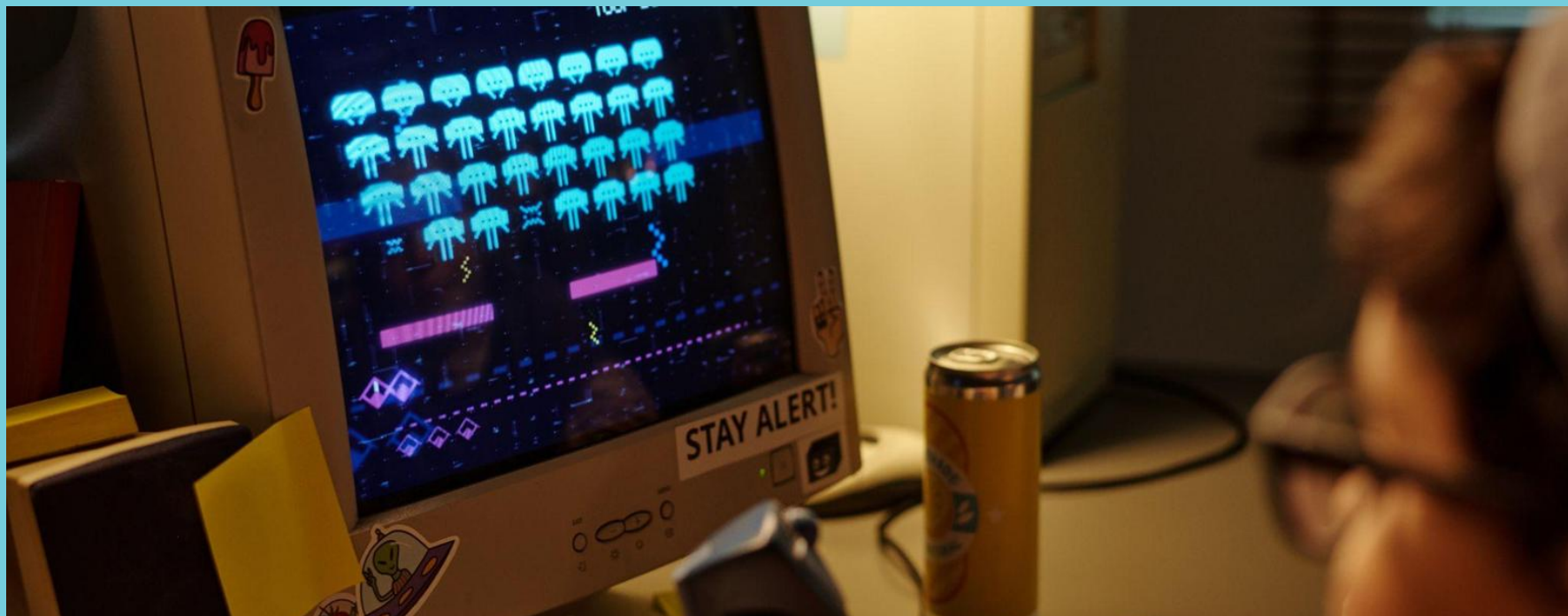
NEXT LEVEL ADVERTISING

GAMING

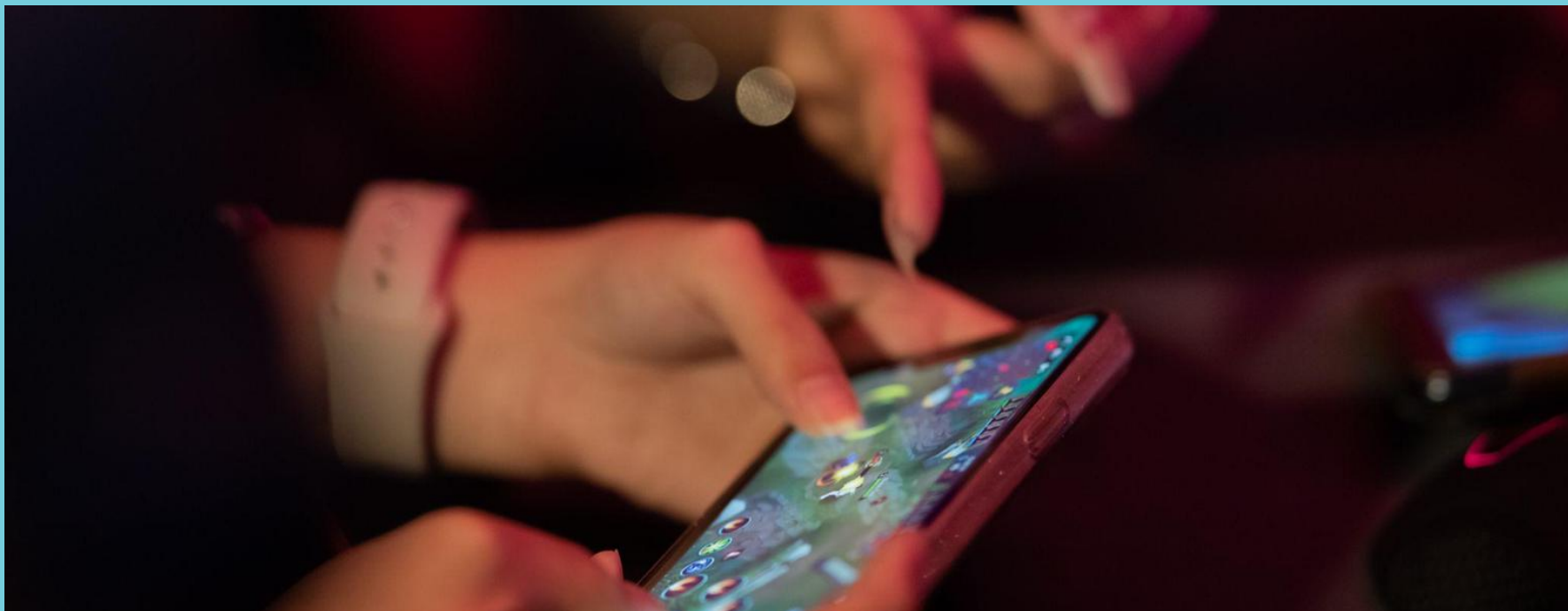


GOLDBACH

KERSTIN WUTTI & BONN EGLI



RETRO GAMES



CASUAL GAMES



COMPETITIVE GAMES



CORE GAMES (AAA-SPIELE)

AGENDA

1

WHY PLAY
HERE?

2

DISCOVER THE
PLAYERS

3

POWER-UPS &
PLACEMENTS

4

SAFE ZONE

5

BUILD YOUR
LOADOUT

6

VICTORY
SCREEN



LEVEL 1: WHY PLAY HERE?

GOLDBACH

SCHNELL WACHSENDER MARKT

**7.5% JÄHRLICHE
WACHSTUMSRATE**

GOLDBACH



ETABLIERT

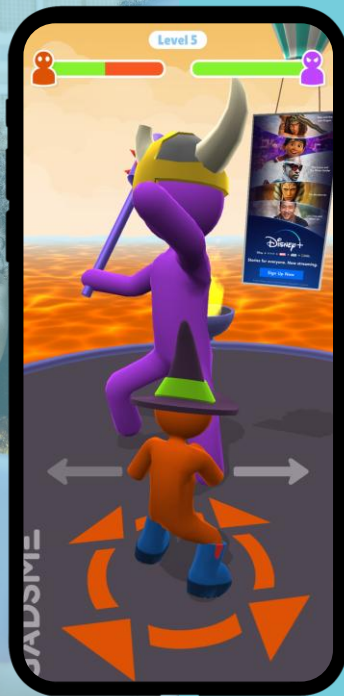
57% •

Der Schweizer:innen
nutzen digitale Spiele



33% •

Spielen über 6
Stunden pro Woche



• 42%

**DER BEVÖLKERUNG SPIELEN
AUF DEM SMARTPHONE**

GEFOLGT VON SPIELEKONSOLEN

GAMING IST ÜBERALL

UND BEGLEITET DEN USER DURCH DEN GANZEN TAG



MORGENS

17%

Gamen nach dem Aufwachen



AM

ARBEITSPLATZ

25%

Gamen beim Pendeln



NACHMITTAGS

5%

Gamen über den Mittag



AM ABEND

17%

Gamen vor dem Einschlafen



62%

Gamen beim entspannen Zuhause

UNTERWEGS



MITTAGS



AM FEIERABEND





LEVEL 2: DISCOVER THE PLAYERS



BREITE ZIELGRUPPE

Ø 42 JAHRE

Beträgt das
Durchschnittsalter der
Gamer*innen

A person with curly hair is seen from behind, wearing large black headphones and looking at a computer monitor. The monitor displays a game with a character in a blue and red outfit. The scene is dimly lit, and a large blue semi-transparent overlay covers the entire image. The text 'HARDCORE GAMER' is written in large, bold, white capital letters on the left side of the image.

HARDCORE GAMER

Männer tendieren zu Konsolen- und PC-Spielen sowie actionreichen Genres.

A photograph of two women sitting on a couch, playing video games. The woman on the left is laughing with her hand over her face, while the woman on the right is smiling and holding a game controller. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

DIGITALES SPIELVERGNÜGE

N Frauen im Alter von 55 bis 75 Jahren nutzen digitale Spiele besonders gerne als unterhaltsamen Zeitvertreib. Über ein viertel von ihnen spielt täglich.

NEXT-GEN GAMER

Junge Männer dominieren die Gaming-Welt. 87 Prozent der 15- bis 19-Jährigen spielen digitale Spiele, 40% davon täglich.



A group of people are gathered around a table in a meeting. One person is holding a tablet that displays a large '1:3' ratio and some charts. The background is a light blue overlay.

LEVEL 3: POWER-UPS & PLACEMENTS

GOLDBACH

POWER UP

REWARDED VIDEO



100% Opt-in aufgrund User-initiiertes Ad Start



Immer mit sound on!



Maximale Wirkung durch volle Aufmerksamkeit

Ø 97% COMPLETION RATE

GOLDBACH



REWARDED VIDEO EINSATZ

UNTERSCHIEDLICHE EINLEITUNGEN



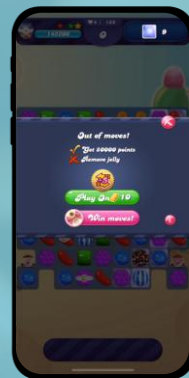
DAILY REWARD



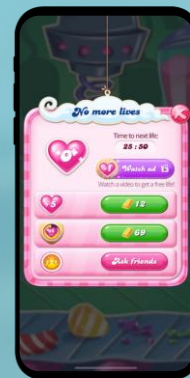
DAILY SPIN



PRE-LEVEL



OUT OF MOVES



OUT OF LIVES



PLAYFUL IMPACT

CONTEXTUAL INGAME ADS



Nahtlose Werbung ohne Spielfluss-Störung



Hohe Aufmerksamkeit durch Gamer-Fokus



Effiziente Reichweite mit starkem Share of Voice

Ø 0.31% CTR

Ø 94% VIEWABILITY



GOLDBACH

GAME SPACE



Video



Display



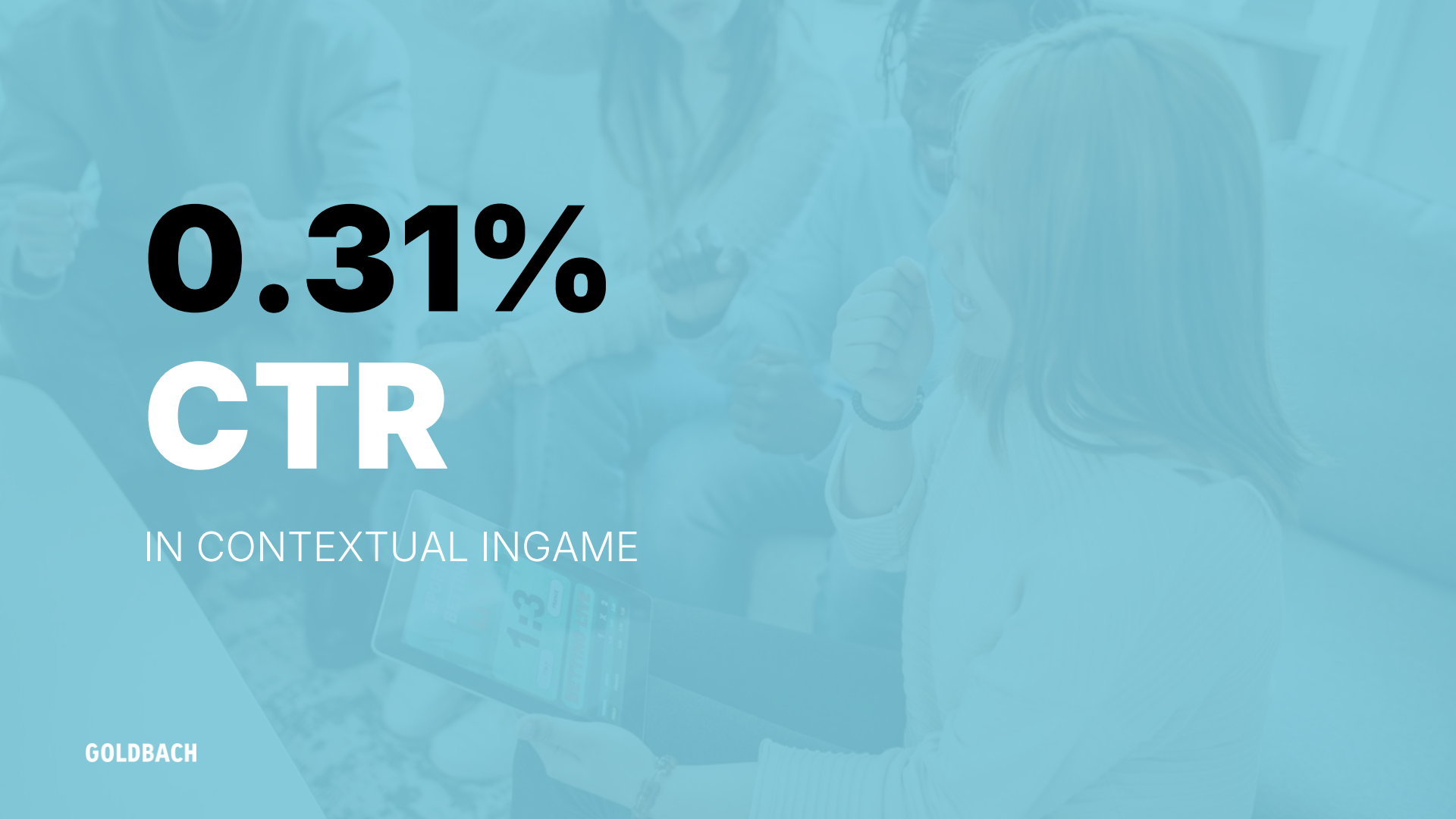


GAR NICHT WAHR! **GAMING MYTHEN**

MEINE ADS WERDEN NICHT BEACHTET

GOLDBACH





0.31%
CTR

IN CONTEXTUAL INGAME

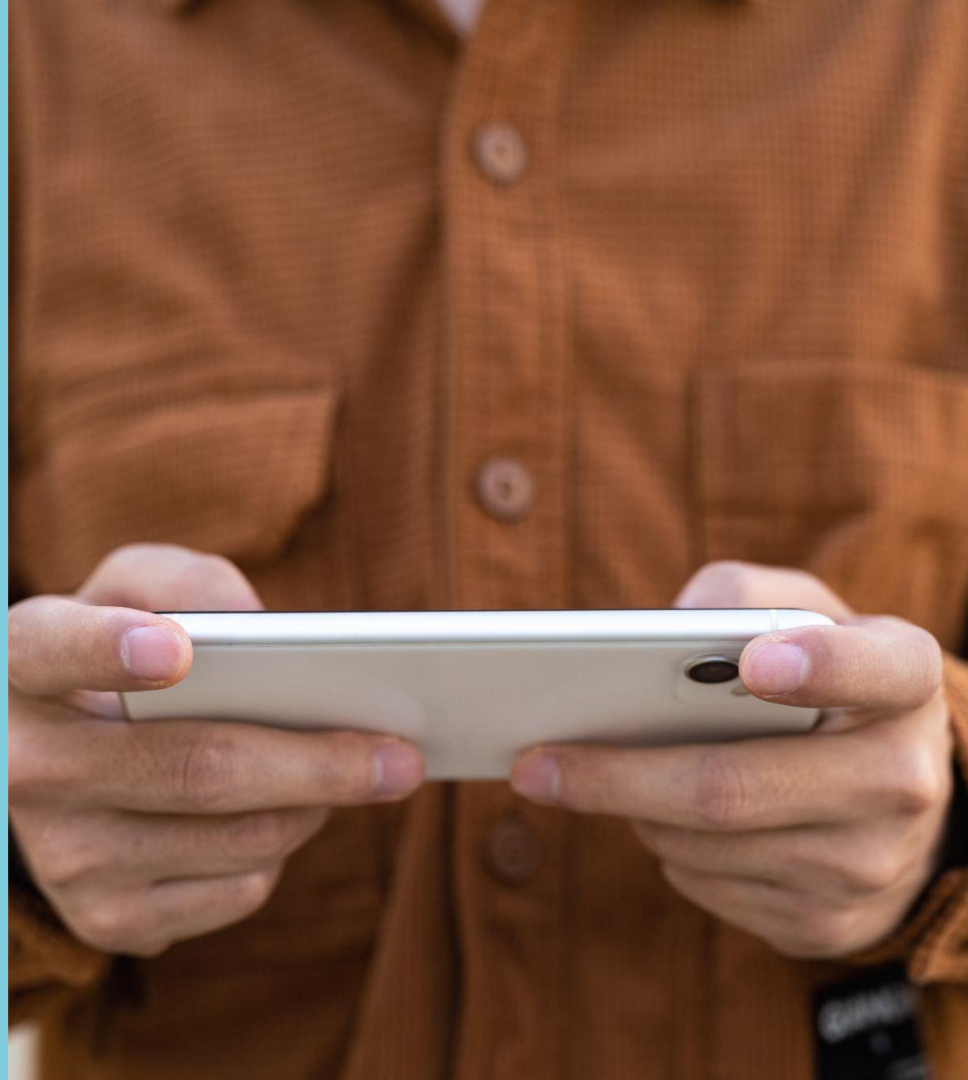
GOLDBACH



**38% DER SCHWEIZER
BEVÖLKERUNG SPIELEN
KOSTENLOSE SPIELE, DIE DURCH
WERBUNG FINANZIERT WERDEN.**

MEINE ADS AUS- VERSEHEN ANGEKLIKT

GOLDBACH





3D TOUCH

Durch **3D-Touch** wird der Klick erst bei längerem, gezieltem Druck ausgelöst – versehentliche Klicks sind damit ausgeschlossen.

STARKE WIRKUNG

IAS ATTENTION MEASUREMENT

IAS ATTENTION SCORE



VISIBILITY

VIEWABILITY
VIDEO
QUARTILES
TIME-IN-VIEW



SITUATION

AD-TO-CONTENT
RATIO
AD SHARE OF
SCREEN



INTERACTION

USER SCROLL
PAUSE
RESUME
SKIP

STARTED
VOLUME
CHANGE

STARKE WIRKUNG

IAS ATTENTION MEASUREMENT

GAMING

(Contextual Ingame)

75

ATTENTION SCORE

+13%

über dem Marktdurchschnitt

GAMECHANGER

INGAME WERBUNG ERZIELT POSITIVE REAKTIONEN



**POSITIVE AD
WAHRNEHMUNG**



**MARKEN-
WAHRNEHMUNG**



**ERHÖHTE
KAUFBEREITSCHAFT**

LEVEL: SAFEZONE

GOLDBACH

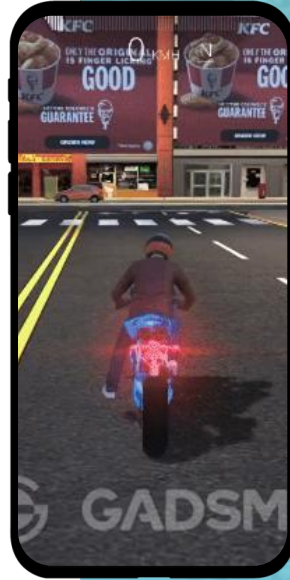
ICH MÖCHTE IN EINEM QUALITATIVE N UMFELD WERBEN

GOLDBACH



GADSM

Gadsme umfasst klickbare, kontextbezogene In-Game-Anzeigen und verfügt über ein Portfolio von mehr als 200 Spielen, einschliesslich der Titel Supercars Drive und MiniCraft.





Die Plattform für aktuelle News, Livestreams und Hintergrundberichte zur Schweizer eSports-Szene.



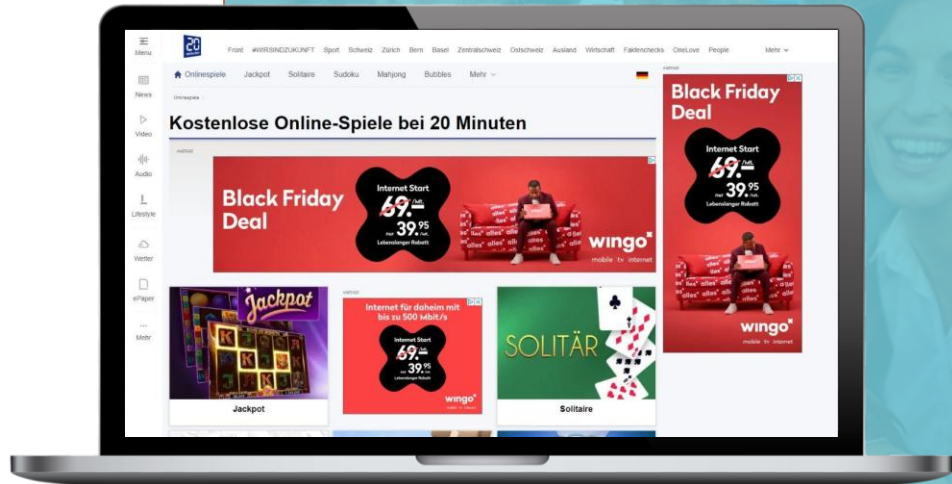


Activision Blizzard ist einer der weltweit führenden Games-Publisher. Zu den bekannten Titeln gehören Casual Games wie Candy Crush, Farm Heroes und Pet Rescue.



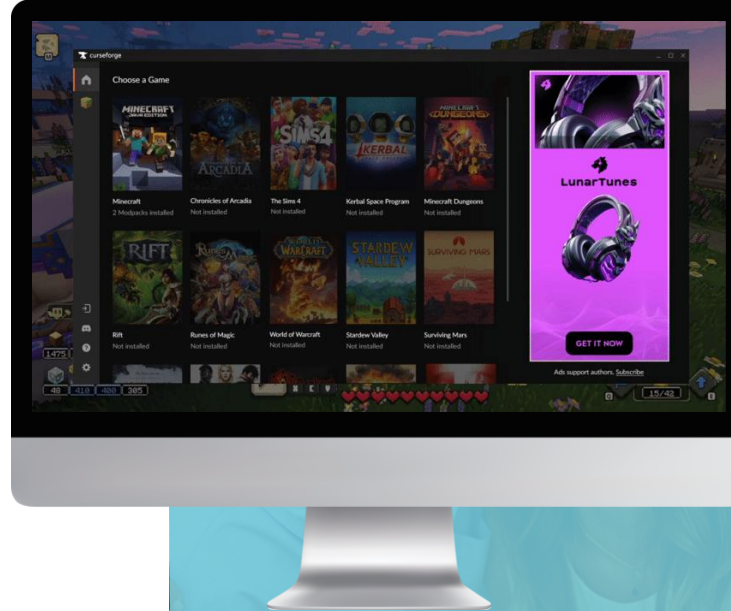


Im Game Space bei 20 Minuten mit einer Verweildauer von durchschnittlich 30 Minuten pro Session.





Durch Overwolf können
stark engagierte Gamer
(Heavy User) mit
ausgeprägter Spiel
Affinität erreicht werden.



NATÜRLICH TREFFSICHER

GAMING ADS WIRKEN AUCH OHNE TARGETING



TREFFSICHER VON NATUR AUS

Wenn Gamer*innen eure Zielgruppe sind, seid ihr im Gaming Network automatisch richtig – das gesamte Umfeld passt.



QUALITÄT GARANTIERT

Alle Spiele im Netzwerk sind handverlesen – keine Gewaltspiele, keine Überraschungen.



UNUMGEHBAR SICHTBAR

Gamer*innen umgehen klassische Werbung – hier erreicht ihr sie, trotz **Adblocker** & **Cookie-Ablehnung**.

A group of people are gathered around a table in a meeting. One person is holding a tablet that displays a mobile app interface with a large '1:3' timer and various icons. The background is a light blue overlay.

LEVEL 5: BUILD YOUR LOADOUT

GOLDBACH

KAMPAGNEN ESSENTIALS



Fokus auf Branding



2 Wochen Mindestlaufzeit



CHF 5000.- Mindestbudget



aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel



GOLDBACH

BEST CASE

SWISSLOS

Swisslos verfolgte das Ziel, ihre Awareness in der Zielgruppe der 18- bis 44-Jährigen zu steigern. Durch den Einsatz eines Programmatic Guaranteed Deals konnte Swisslos eine flexible und wiederkehrende Aktivierung der Kampagne sicherstellen.

VIDEO | GUARANTEED DEAL

HIGHLIGHTS:

- **Ø CTR 0.3%**
- **Ø Completion Rate 92%** ↗ **+5%** ppt zu klassisch Instream
- **Auslieferung hauptsächlich über Activision und Gadsme**



GOLDBACH

A group of people are gathered around a table, looking at a tablet. The tablet screen shows a game interface with a large '1:3' score and a 'WINNER' label. The people are smiling and clapping, indicating a victory. The background is a solid blue color.

LEVEL 6: VICTORY SCREEN

IN A NUTSHELL

GAMING ADS



**UNGENUTZTES
POTENZIAL**



**UNAUFDRLINGLICHES
WERBEFORMAT**



**360° GRAD
ABDECKUNG**