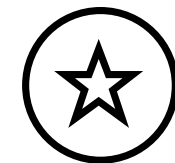


Onderzoek i.s.m. MeMo2 en Albert Heijn toont aan: Videoland is een effectieve aanvulling op TV



Videoland realiseert extra bereik onder jongeren en hoog opgeleiden.



Positieve aandacht voor ads op Videoland door actief kijkgedrag & context (korte blokken)



Impact Videoland tot diep in de funnel.



TV is belangrijk eerste touchpoint en zet het meest aan tot winkelbezoek.