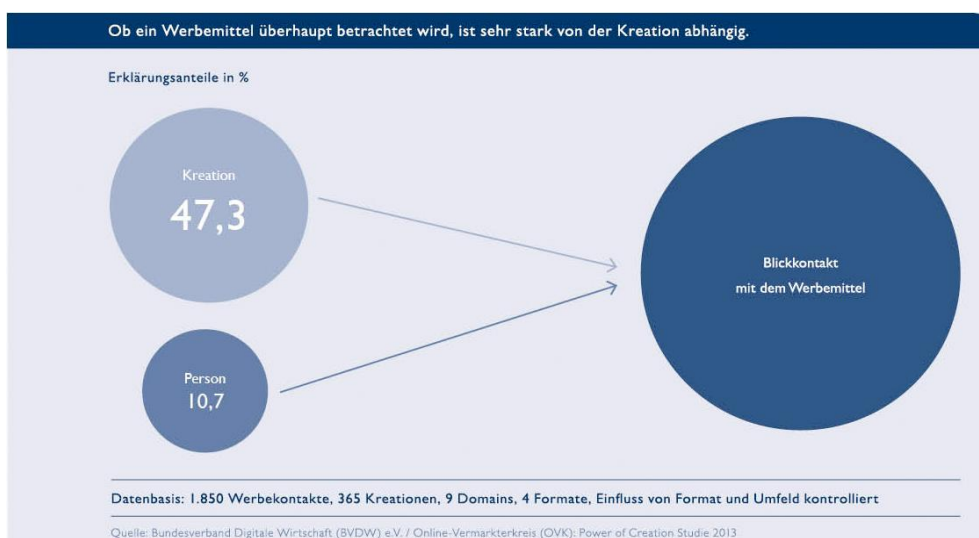


Güte der Kreation kann Betrachtungsdauer von Display-Werbung bis zum Sechsfachen steigern und Kaufabsicht verdoppeln

OVK Studie „The Power of Creation“ unterstreicht Bedeutung der Kreation für den Werbeerfolg / Aktuell größte deutsche Studie zur Erfassung der Wahrnehmung und Wirkung von Kreation im Online-Bereich

Düsseldorf, 11. November 2013 – Ob digitale Kampagnen in Premium-Werbeumfeldern wahrgenommen werden, ist knapp zur Hälfte (47 Prozent) auf den Faktor Kreation zurückzuführen. Auch wie lange ein Standard-Display-Werbemittel betrachtet wird, ist zu 30 Prozent von dieser Einflussgröße abhängig. Eine qualitativ hochwertige Kreation kann die Betrachtungsdauer dabei bis auf rund das Sechsfache (5,8-fach) steigern und die Kaufabsicht verdoppeln (+ 93 Prozent). Dies belegt die aktuelle Studie „The Power of Creation“ des Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

„Die OVK Studie ‚Power of Creation‘ basiert auf einer umfassenden Datenbasis und belegt so erstmalig anhand konkreter Zahlen die hohe Bedeutung der Kreation für den Erfolg von Online-Werbung. Zudem gibt die Untersuchung wichtige Einblicke in den Gestaltungskorridor für eine nachhaltige Optimierung der Kreation zur Steigerung von Werbewahrnehmung und -wirkung von Kampagnen im Online-Bereich“, sagt Dr. **Wenzel Drechsler** (Interactive Media CCSP), Leiter der Unit Marktforschung des Online-Vermarkterkreis (OVK) im BVDW.

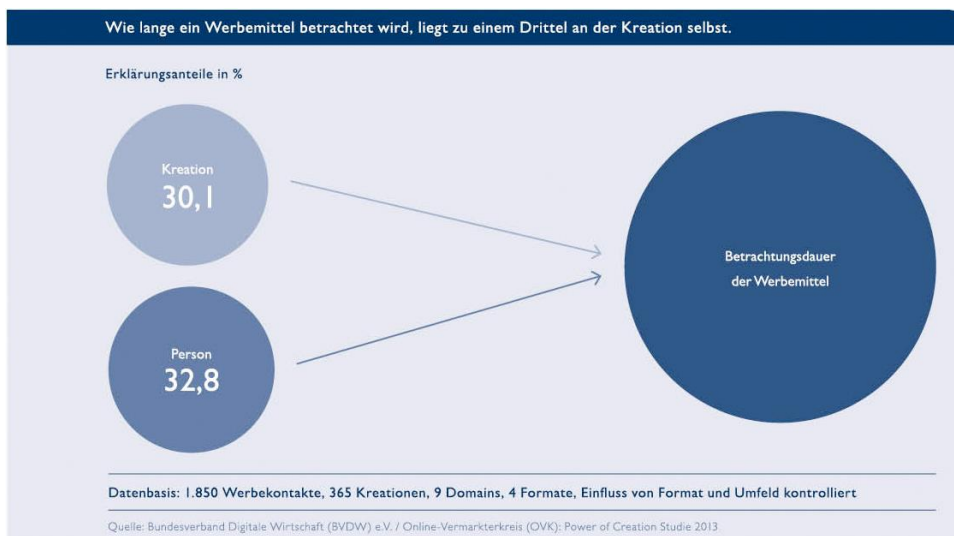


Betrachtungsrund Werbemittel: Presseserver-Grafik „Kreationsstudie 1“

„Der inhaltlichen und formalen Gestaltung von Werbung kommt in der Gattung Online aktuell noch viel zu wenig Beachtung zu. Die Ergebnisse der OVK Studie belegen jedoch, dass Kreation ein entscheidendes Schlüsselement für den Erfolg von Online-Kampagnen darstellt“, ergänzt **Paul Mudter** (IP Deutschland), Vorsitzender des OVK im BVDW. „Das bedeutet im Umkehrschluss, dass Werbetreibende ihren Fokus noch viel stärker auf gut gemachte digitale Kreation legen müssen, um im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren wie individueller Werberelevanz, Werbeform und Umfeld eine starke Aufmerksamkeits- und Wirkungsleistung von Online-Werbung zu erzielen.“

Kreation beeinflusst zentrale Wahrnehmungsfaktoren von Online-Kampagnen

Analysiert wurde in der Studie die Rolle der Kreation von Standard-Werbemitteln in Bezug auf Blickkontakt und Betrachtungsdauer als zwei zentrale Elemente der Werbewahrnehmung. Um den Einfluss auf die Aufmerksamkeitsleistung ohne die Gefahr von Störvariablen analysieren zu können, wurden formale Bedingungen wie Werbeform (Standard- Display-Werbemittel) und Umfeld (Premium-Websites) konstant gehalten bzw. statistisch kontrolliert. Zentrales Ergebnis der Untersuchung: Ob die Werbung überhaupt gesehen wird und wie lange sie den Nutzer bindet, ist zu einem großen Anteil von der Kreation abhängig. Daneben sind auch individuelle Charakteristika der Person selbst von Bedeutung, insbesondere im Zusammenhang mit der Betrachtungsdauer. Diese Erkenntnis stützt die Wichtigkeit individueller Werberelevanz.

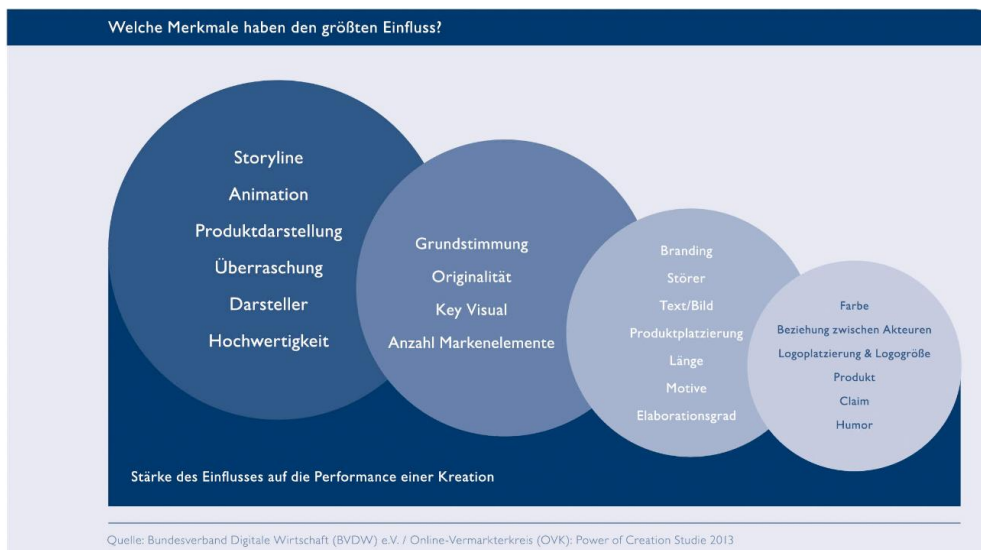


Betrachtungsdauer Werbemittel: Presseserver-Grafik „Kreationsstudie 2“

Erfolgsfaktoren der Kreation für eine hohe Werbewirkung

In der Studie wurden zudem die wichtigsten Kreationselemente für eine positive Gesamtwirkung von Display-Werbung ermittelt. Zentrale Aspekte sind hierbei eine klare Storyline, der Einsatz von Animation, eine erläuternde Produktdarstellung, die Anwendung von Überraschungseffekten, der Einsatz von Darstellern sowie die

Vermittlung von Hochwertigkeit. Kontraproduktiv in Bezug auf die Werbewirkung sind den Befunden nach hingegen „Stills“, die im Sinne einer Print-Anzeige auch online verwendet werden, der Einsatz von zu vielen Farben, eine Überladung mit textlichen Informationen sowie lange und aufwändige Rotationen. Eine entsprechend gut gemachte Kreation erzielt eine deutliche Steigerung zentraler Werbewirkungsindikatoren wie Bewertung (+ 54 Prozent), Image (+ 56 Prozent) und Kaufanreiz (+ 93 Prozent).



Betrachtungsdauer Werbemittel: Presseserver-Grafik „Kreationsstudie 3“

Methodik

„The Power of Creation“ ist die aktuell größte und umfassendste Studie zur Erfassung der Wahrnehmung und Wirkung von Online-Display-Kreationen im deutschen Markt. Kreation ist dabei definiert als der Aspekt eines Werbemittels, der sich auf die gestalterischen und inhaltlichen Freiheitsgrade bezieht, die uneingeschränkt von technischen oder rechtlichen Restriktionen genutzt werden können. Konkret umfasst dies Aufbau, Platzierung, Größe, Farbe und Verwendung einzelner Elemente sowie die Länge und die verwendete Grundstimmung des Werbemittels. Methodisch setzt sich die Untersuchung aus zwei Studienteilen zusammen: Der erste Teil umfasst die Ergebnisse einer Live-Studie mit 100 Internetnutzern zwischen 25 und 45 Jahren zur Messung der Wahrnehmungskomponenten von Standard-Display-Werbemitteln auf neun Premium-Websites via Eye Tracking. Die Daten des zweiten Studienteils stammen aus einer Benchmark-Analyse über 270 Studien und 40.000 Befragungsteilnehmern zur Werbewirkung von Standard-Display-Werbemitteln in Bezug auf Bewertung, Kreativität, Erinnerung, Image, Kaufanreiz, Message und Attraktion.

Zur OVK Studie „The Power of Creation“ auf dem BVDW-Presseserver:
http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_kreationsstudie

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Nadja Elias, Leiterin PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Pressesprecherin
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
elias@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**