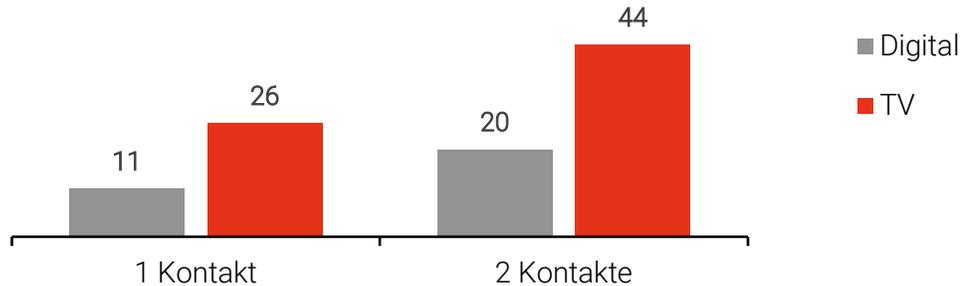


WERBEWIRKUNG TV UND BVOD STÄRKER ALS AUF DIGITALEN KANÄLEN

Ungestützte Werbeerinnerung

Angaben in %



Kaufabsicht

Angaben in %



Zahlreiche nationale und internationale Studien zeigen, dass Werbung im Fernsehen deutlich besser wirkt als etwa bei YouTube, Facebook oder Instagram. Dies haben auch wir mit unseren Gattungsstudien (Not all Reach is equal; Track the Success) nachgewiesen. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt eine aktuelle Studie des US-Kabelnetzbetreibers Comcast, die die Wirkung von Mono- oder Mix-Werbekontakten auf digitalen Kanälen (YouTube-PreRolls und Facebook-InFeed) und im Fernseh Umfeld (TV und BVoD) untersucht. Die Teilnehmer nutzten die jeweiligen Kanäle, auf denen gezielt Werbung ausgespielt wurde.

Die Studie erlaubt Analysen auf der Ebene von Einzel- und Doppelkontakten. Bei der ungestützten Werbeerinnerung zeigt sich die deutliche Überlegenheit von TV- gegenüber Digitalkontakten. Nach nur einem TV-Kontakt können sich bereits 26 Prozent der Teilnehmer an die Werbung erinnern. Nach einem Digitalkontakt sind es lediglich 11 Prozent. Selbst zwei Digitalkontakte erzielen mit 20 Prozent eine geringere Wirkung als nur ein TV-Kontakt. Nach einem Doppelkontakt mit Fernsehwerbung beträgt die spontane Werbeerinnerung sogar 44 Prozent. Bei der Kaufabsicht zeigen sich ebenfalls Unterschiede zwischen den Kanälen. Während nach zwei Digitalkontakten nur jeder Dritte Kaufinteresse angibt, sind es nach zwei TV-Kontakten 44 Prozent, Mixkontakte (TV und Digital) liegen dazwischen.

Die Studie liefert auch Erklärungen für die stärkere Wirkung von TV-Werbung. Zum einen ist die Aufmerksamkeit für Werbung im TV-Umfeld deutlich höher: Gut 70 Prozent eines Spots werden im Schnitt tatsächlich betrachtet, bei digitalen Kanälen sind es nur 30 Prozent. Zudem zeigen sich Unterschiede in der Wahrnehmung der Werbung. TV-Spots werden als unterhaltsamer, involvierender, informativer und hochwertiger wahrgenommen und gefallen besser.

Aufmerksamkeit
(Anteil gesehene Werbung)

30%

Digital

71%

TV