

ECKPLATZIERUNGEN

Einfluss der Position im Werbeblock auf die Werbewirkung

KEY FACTS

- Eckplatzierte Spots profitieren zweifach: Zum einen sind die Reichweiten programmnahe Werbeflächen höher, zum anderen bleiben die Spots besser in Erinnerung und können somit eine größere Wirkung entfalten.
- Die Platzierung spielt bei der Bewertung keine große Rolle. Ein gut gemachter Spot wird sowohl mitten im Werbeblock als auch am Rand positiv bewertet.

1

Like for like

Für Eck- und
Mittelplatzierung
identische Spots im
direkten Vergleich

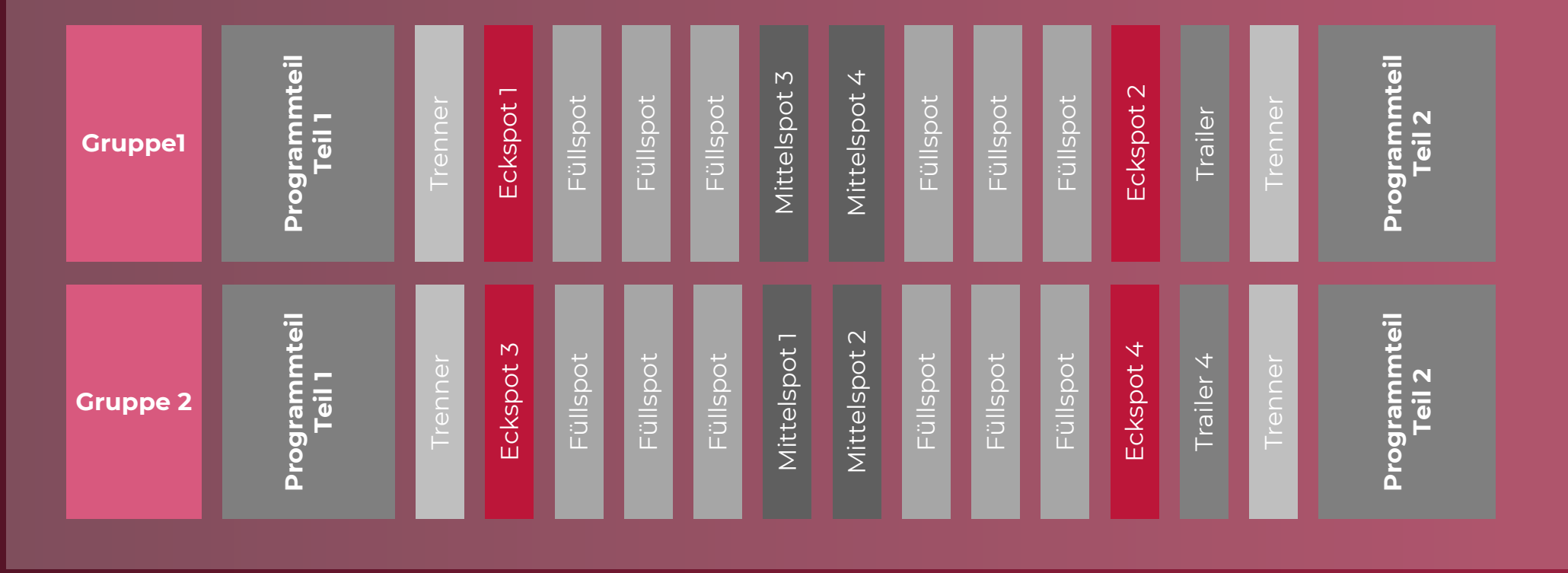
2

Generalisierende Ergebnisse

Vergleich von Eck- und
Mittelplatzierung, keine
identischen Spots

STECKBRIEF

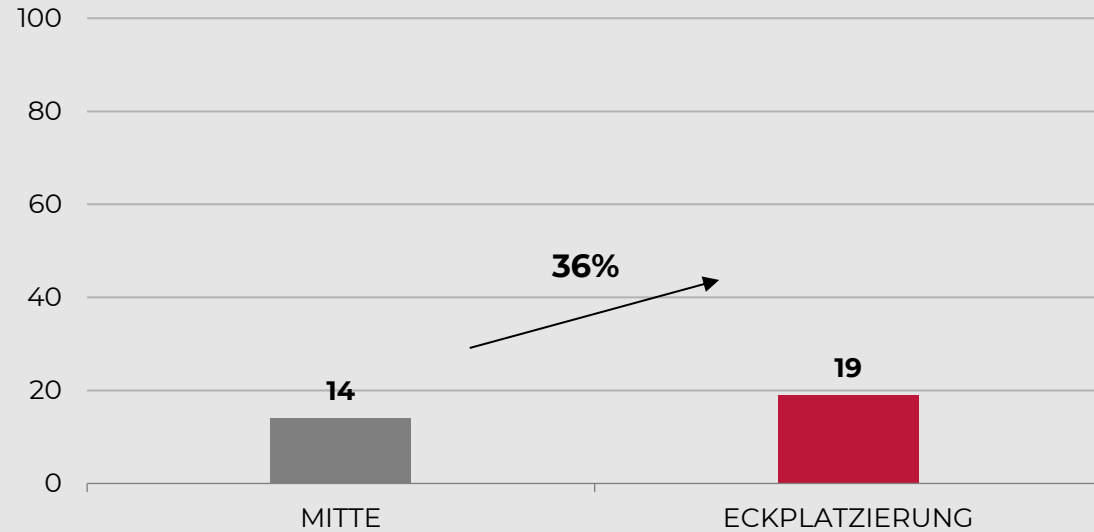
Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	INNOFACT GmbH
Grundgesamtheit	Männer und Frauen zwischen 14 und 49 Jahren
Auswahlverfahren	Street-Intercept-Rekrutierung
Methode	Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens nach der Rezeption
Design	Kontrolliertes Experiment mit zwei Programmstrecken
Stichprobe	je n=100 Befragte in zwei Testgruppen, jeweils vergleichbar strukturiert nach Alter, Geschlecht



DEUTLICHES WIRKUNGSPLUS BEI ECKPLATZIERUNG, VOR ALLEM UNGESTÜTZT

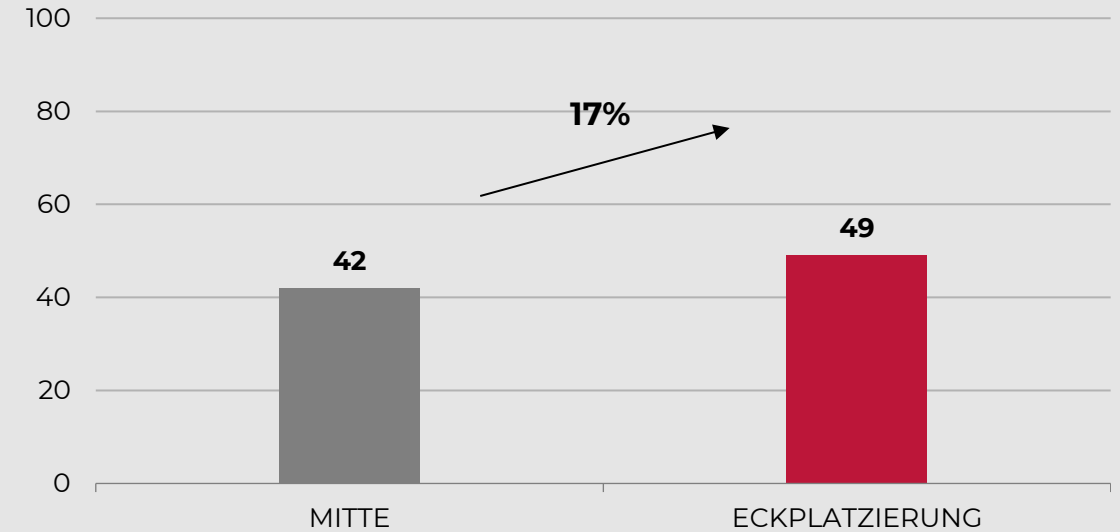
UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in % (jeweils Ø der vier getesteten Spots)



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

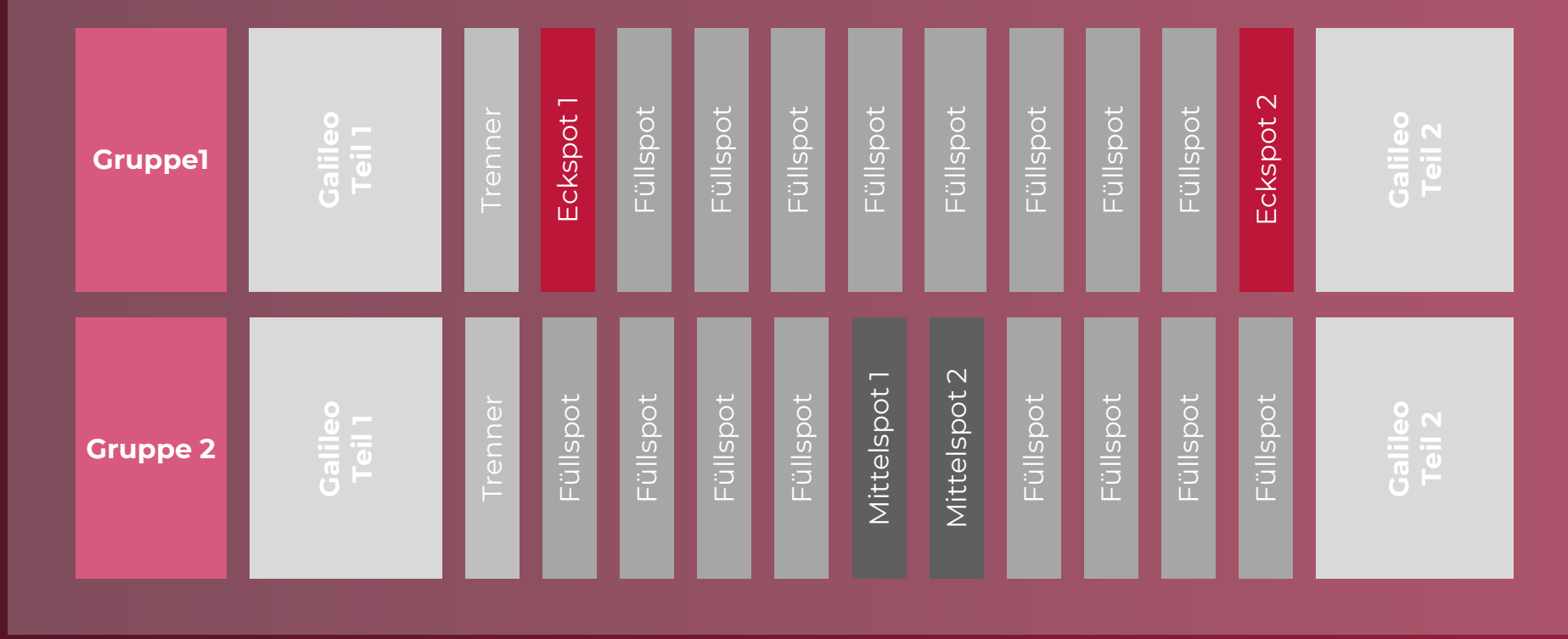
Angaben in % (jeweils Ø der vier getesteten Spots)



STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Psyma GmbH
Untersuchungszeitraum	seit Februar 2003 alle zwei bis drei Monate
Testorte	München, Berlin, Hamburg, Köln
Stichprobe	100 Personen zwischen 14-49 Jahren; (50% Frauen, 50% Männer/ 50% 14-29, 50% 30-49)
Erhebungsmethode	Computergestützte face-to-face-Interviews (CAPI) in Teststudios
Untersuchungsablauf	Quasibiotische Erhebungssituation: Programmstrecke ‚Galileo‘ mit eingebundener Werbung inkl. Trailer, anschließend Interview

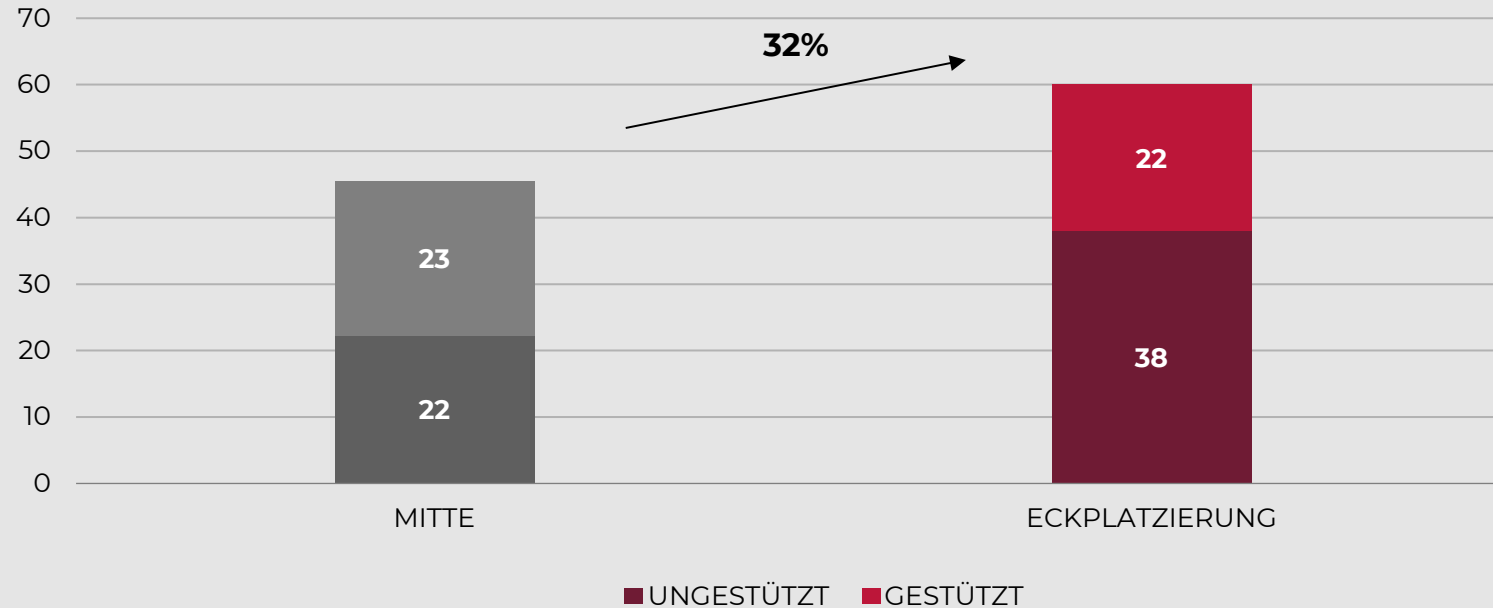
STUDIENDESIGN



ECKPLATZIERTE SPOTS WERDEN BESSER ERINNERT

EINFLUSS DER PLATZIERUNG AUF DIE AWARENESS

Angaben in %



1

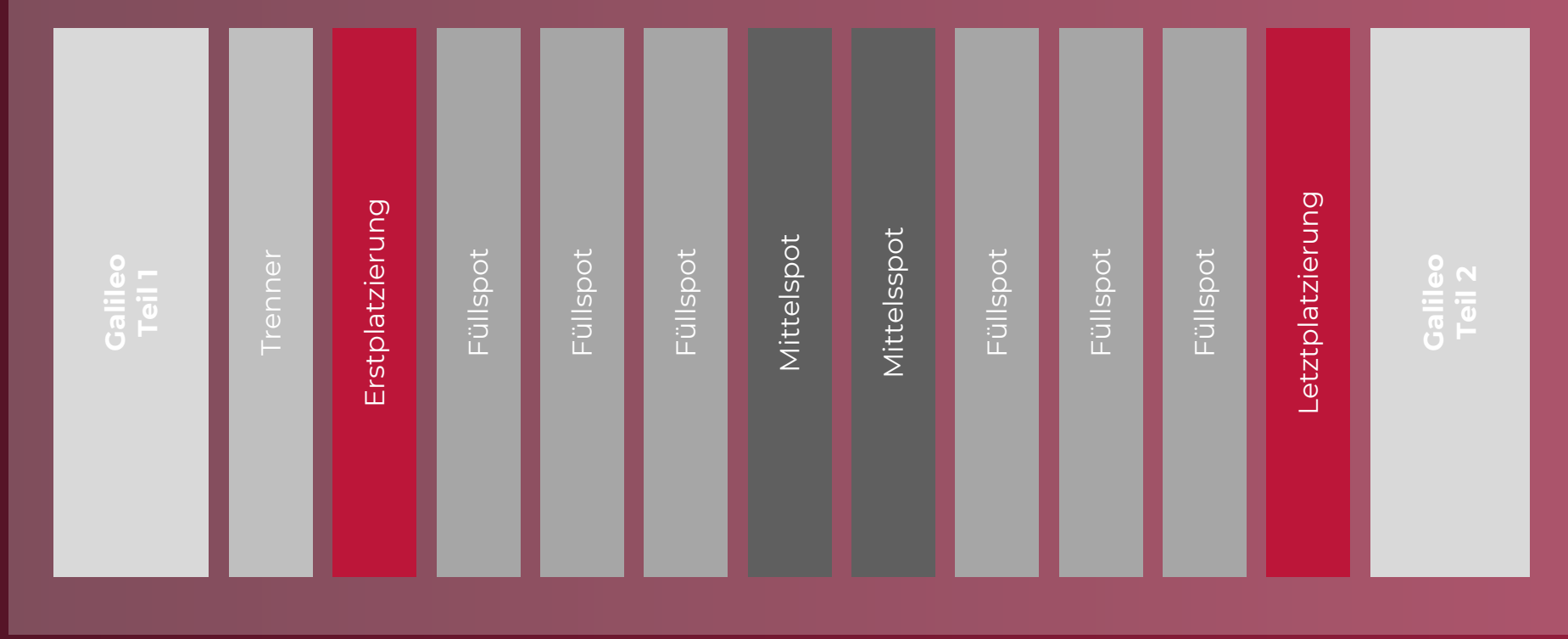
Like for like

Für Eck- und
Mittelplatzierung
identische Spots im
direkten Vergleich

2

Generalisierende Ergebnisse

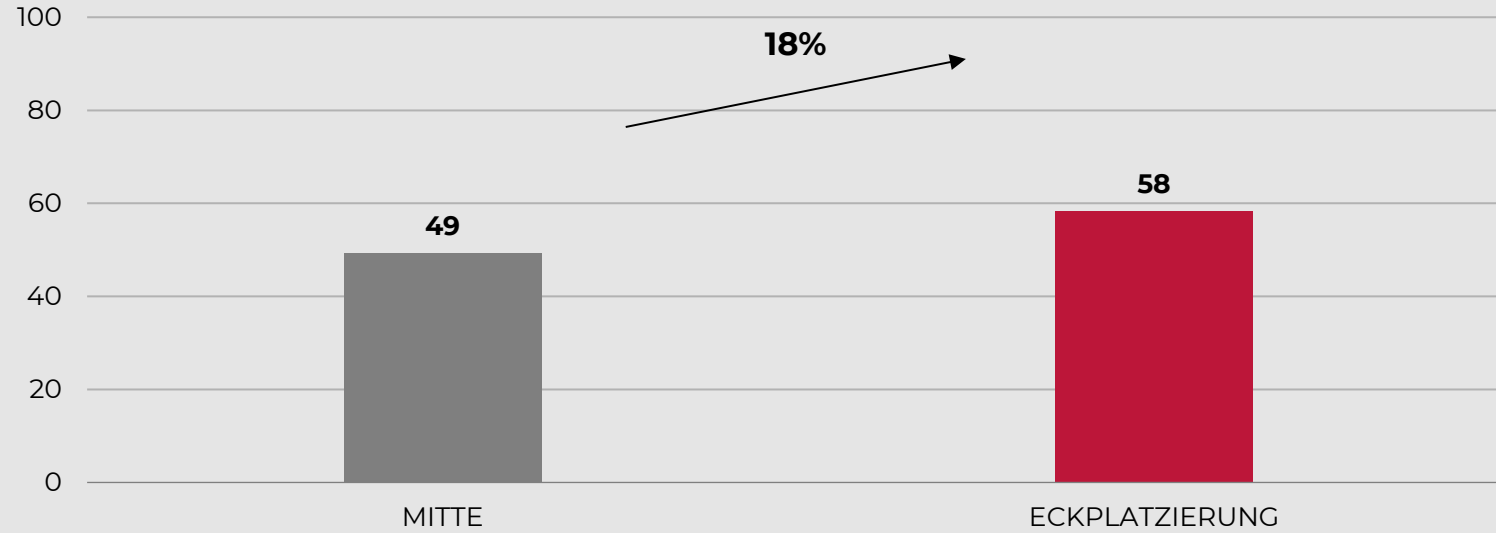
Vergleich von Eck- und
Mittelplatzierung, keine
identischen Spots



ECKPLATZIERTE SPOTS WERDEN BESSER ERINNERT

EINFLUSS DER PLATZIERUNG AUF DIE AWARENESS (UNGESTÜTZT UND GESTÜTZT)

Angaben in %



BEWERTUNG VON PLATZIERUNG UNABHÄNGIG

EINFLUSS DER PLATZIERUNG AUF DIE BEWERTUNG

Angaben in % (Top2)

