

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE

RESEARCH FLASH

No.35

Qualität ist das beste Rezept

Einfluss des Werbeumfelds auf die Wirkung von Online-Werbung



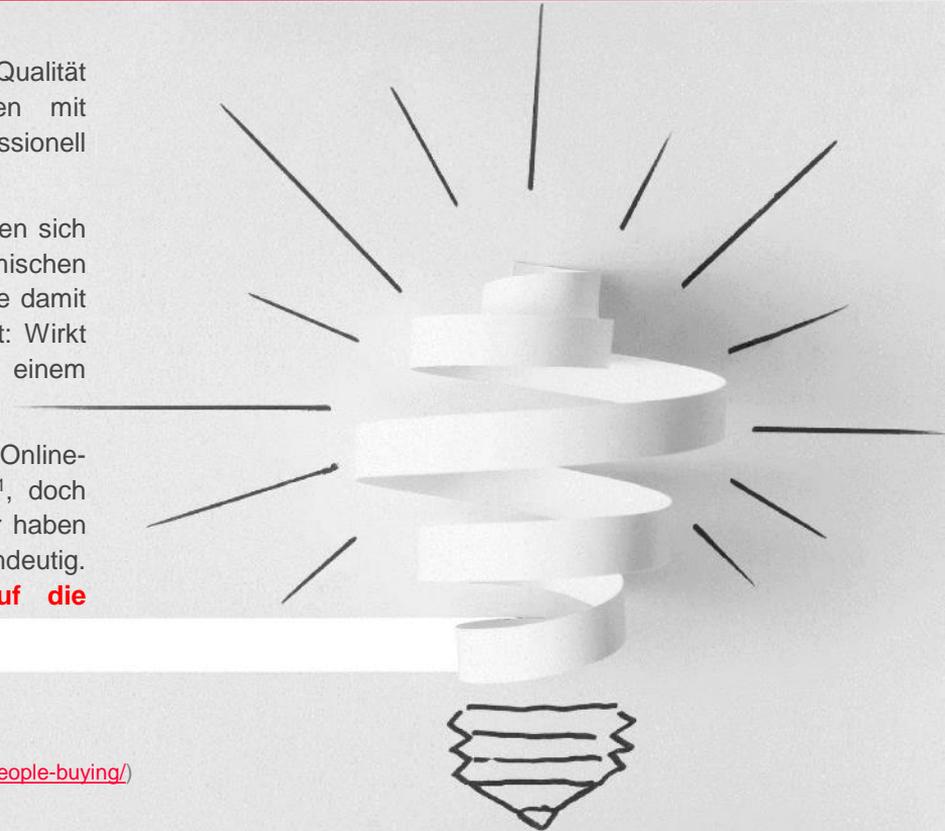
Beeinflusst die Online-Umfeldqualität die Werbewirkung?

Das Internet bietet zwar eine riesige Auswahl an Werbeflächen, doch die Qualität der Angebote variiert stark. Die Bandbreite reicht von Portalen mit selbstgedrehten Spaßvideos bis hin zu hochwertigen Seiten mit professionell produziertem redaktionellen Content.

Die Kosten für ein Werbemittel auf verschiedenen Websites unterscheiden sich erheblich. Programmatic Advertising verspricht den maximal ökonomischen Einkauf von Kontakten – doch können Werbungtreibende ihre Werbeziele damit erreichen? Denn die Frage ist, ob Kontakt gleich Kontakt ist, das heißt: Wirkt Werbung im User Generated Content-Umfeld genauso wie in einem hochwertigen Umfeld mit redaktionellen Inhalten?

Einzelne Studien haben den Zusammenhang zwischen Online-Qualitätsumfeldern und Werbewirkung in der Vergangenheit analysiert¹, doch insgesamt liegt bislang wenig systematische Forschung dazu vor. Daher haben wir zwei aktuelle Studien initiiert. Soviel vorab: Die Ergebnisse sind eindeutig. **Die Qualität der Website hat einen erheblichen Einfluss auf die Werbewirkung.**

1) Siehe z.B. Inskinmedia 2014 (<http://www.inskinmedia.com/blog/retargeted-ads-put-half-people-buying/>)



Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User 14+ Jahre
Klassifizierung	„High Quality“ = Seiten mit hochwertigem redaktionellem Content „Low Quality“ = Seiten mit User-Generated Content bzw. ohne aufwändige Redaktion
Gewichtung	Alter/Geschlecht auf Basis der Gesamtverteilung
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n=1.793
Befragungszeitraum	13. November bis 13. Dezember 2015
Inhalte	Bewertung der Internetseiten, Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Interesse
Werbemittel	Display Ads

Qualität der Websites spiegelt sich im Urteil der User wider

LOW QUALITY

Bewertung der Websites
Top3

HIGH QUALITY



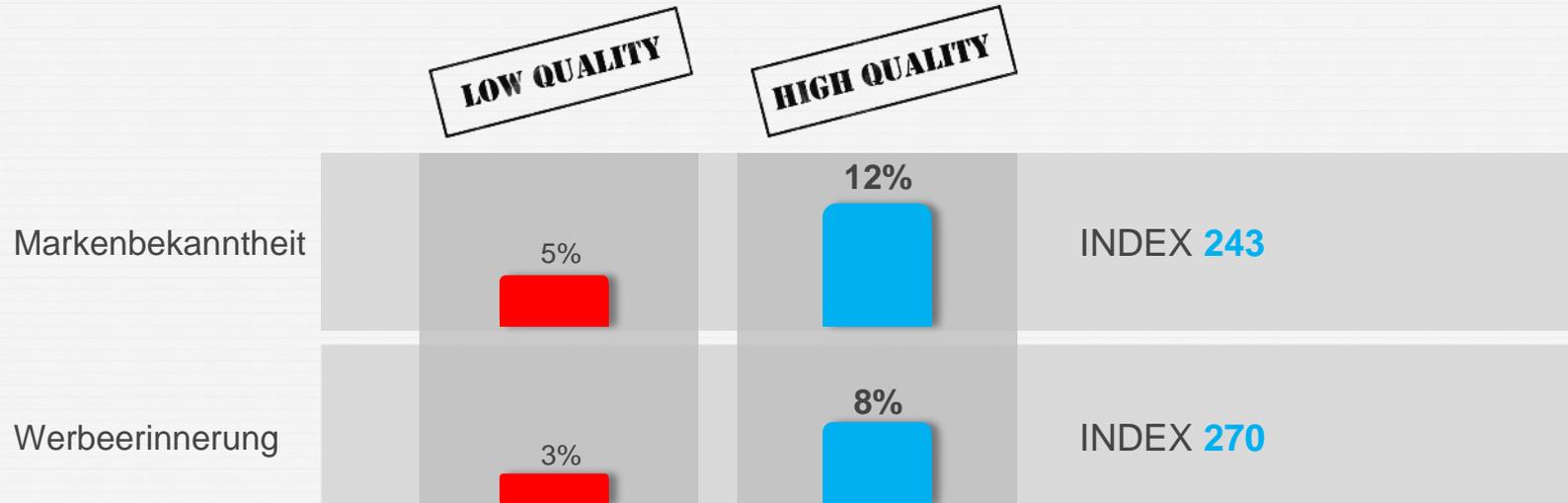
Webseiten mit einem hohen Anteil an redaktionellen Inhalten werden vom Nutzer als wertiger wahrgenommen. Webseiten ohne professionelle Redaktion kommen hingegen weniger gut an:

- Hochwertige Webseiten sind verständlich (56 Prozent), glaubwürdig und anschaulich (beide 51 Prozent).
- Weniger wertige Webseiten sind weniger ausgewogen (29 Prozent) und nicht sehr interessant (28 Prozent).

→ **User nehmen Qualitätsunterschiede von Webseiten deutlich wahr.**

Bitte bewerten Sie die Internetseite (...) anhand der folgenden Kriterien (7-stufige Skala, Top 3 Antworten werden als Zustimmung gewertet)
Basis: User von sat1.de, ran.de, lokalisten.de, wer-weiss-was.de mit je 1 Werbekontakt
Quelle: SevenOne Media

Deutlich bessere Markenpräsenz in hochwertigen Umfeldern



- Die Markenbekanntheit von lifestrom ist mit 12 Prozent in hochwertigeren Umfeldern deutlich höher (7 Prozentpunkte mehr).
 - Auch die Werbeerinnerung liegt mit Index 270 im redaktionellen Umfeld deutlich über weniger hochwertigen Umfeldern.
- **Sowohl die Bekanntheit als auch die Werbeerinnerung profitieren von der Werbepresenz in hochwertigen Werbeumfeldern.**

Kennen Sie lifestrom? Haben Sie in den letzten Tagen eine Anzeige von lifestrom auf einer Webseite gesehen?
Basis: User von sat1.de, ran.de, lokalisten.de, wer-weiss-was.de mit je 1 Werbekontakt
Quelle: SevenOne Media



„Ja, ich möchte gerne mehr über lifestrom erfahren“

- Das Informationsinteresse für Stromanbieter ist insgesamt eher niedrig. Von den Befragten mit Kontakt im weniger wertigen Umfeld gibt anschließend kein einziger an, mehr über lifestrom erfahren zu wollen.
 - Bei den Personen mit Werbekontakt im hochwertigen Umfeld wird Interesse geweckt: 7 Prozent wünschen sich weitere Informationen.
- **Professionelle Umfelder werten auch die Marke auf und wecken Interesse.**

Möchten Sie mehr über lifestrom erfahren?

Basis: User von sat1.de, ran.de, lokalisten.de, wer-weiss-was.de mit je 1 Werbekontakt, die lifestrom kennen

Quelle: SevenOne Media

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	User 14+ Jahre
Klassifizierung	„High Quality“ = Seiten mit hochwertigem redaktionellem Content „Low Quality“ = Seiten mit User-Generated Content bzw. ohne aufwändige Redaktion
Gewichtung	Alter/Geschlecht auf Basis der Gesamtverteilung
Auswahlverfahren	Zufallsstichprobe über AdServer
Stichprobe	n=725
Befragungszeitraum	10. Mai bis 13. Juni 2016
Inhalte	Bewertung der Internetseiten, Markenbekanntheit, Werbeerinnerung, Image
Werbemittel	Display Ads

Redaktionell aufwändige Websites werden deutlich besser bewertet

LOW QUALITY

Bewertung der Websites
Top3

HIGH QUALITY



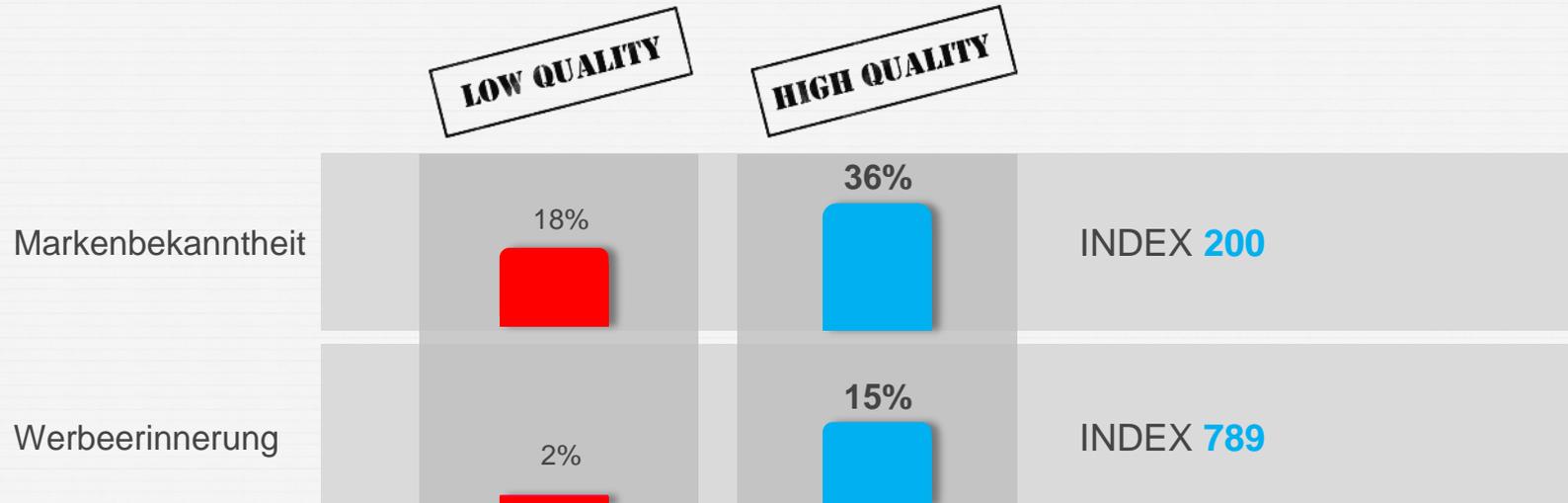
Auch in der zweiten Fallstudie zeigt sich, dass User die Wertigkeit einer Website deutlich wahrnehmen:

- Hochwertige Webseiten punkten bei Glaubwürdigkeit und Seriosität (beide 54 Prozent).
- Weniger aufwändig produzierte Seiten sprechen nicht besonders an und wecken wenig Vertrauen (beide 37 Prozent).

→ **Webseiten mit einem hohen Anteil an redaktionellen Inhalten erreichen eine deutlich bessere Bewertung.**

Bitte bewerten Sie die Internetseite (...) anhand der folgenden Kriterien (7-stufige Skala, Top 3 Antworten werden als Zustimmung gewertet)
Basis: User von sat1.de, ran.de, lokalisten.de, wer-weiss-was.de mit je 1 Werbekontakt
Quelle: SevenOne Media

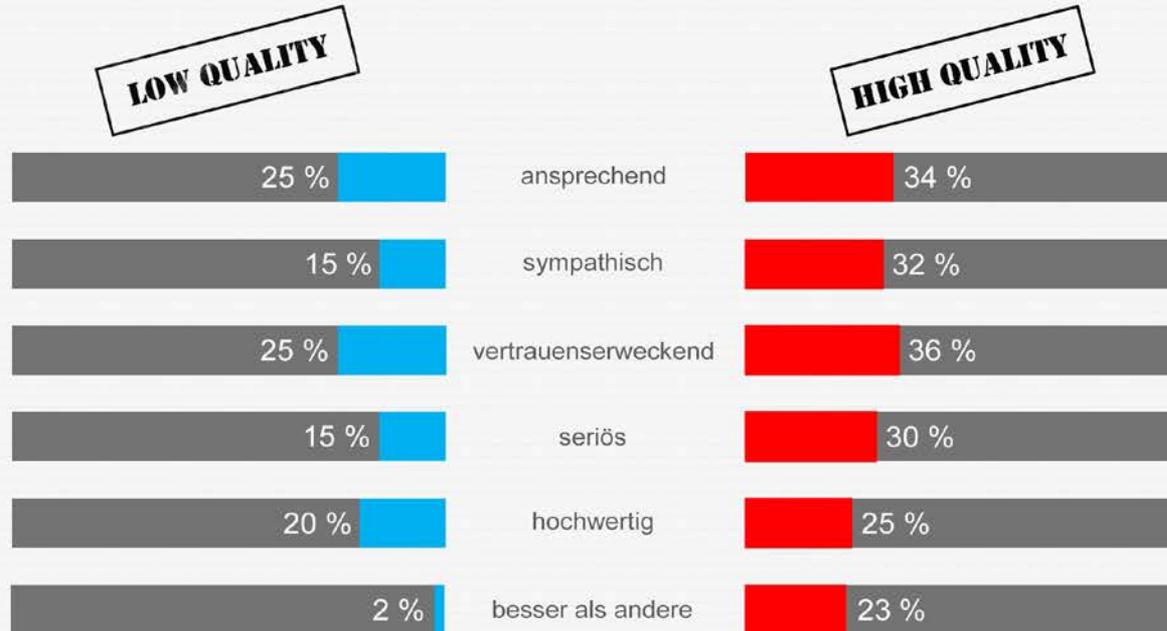
Werbung in hochwertigen Umfeldern erzielt bessere Wirkung



- Die Markenbekanntheit von simfinity ist bei Kontakt mit Werbung im hochwertigen Umfeld doppelt so hoch wie bei Werbekontakt im weniger hochwertigen Umfeld.
 - Auch die Werbeerinnerung profitiert von den hochwertigen Umfeldern deutlich.
- Auch die simfinity-Studie belegt: **Hochwertige Umfeldern erhöhen Markenbekanntheit und Werbeerinnerung.**

Kennen Sie simfinity? Haben Sie in den letzten Tagen eine Anzeige von simfinity auf einer Webseite gesehen?
Basis: User von sat1.de, kabeleins.de, lokalisten.de, wer-weiss-was.de, wetter.com mit je 1 Werbekontakt
Quelle: SevenOne Media

Auch das Markenimage profitiert von hochwertigem Content



simfinity wird über alle Merkmale hinweg im hochwertigen Werbeumfeld besser bewertet:

- Alle Image-Indikatoren erzielen im hochwertigen Umfeld deutlich bessere Werte.
- Besonders groß ist der Unterschied in der vergleichenden Markenwahrnehmung („simfinity ist besser als andere“)

→ **Qualitätsumfelder beeinflussen die Werbewirkung massiv.**

Bitte bewerten Sie simfinity anhand der folgenden Kriterien (7-stufige Skala, Top 3 Antworten werden als Zustimmung gewertet)
Basis: User von sat1.de, kabeleins.de, lokalisten.de, wer-weiss-was.de, wetter.com mit je 1 Werbekontakt
Quelle: SevenOne Media

Key Facts

- ✓ User nehmen die unterschiedlichen Qualitäten von Websites deutlich wahr.
- ✓ Beide Studien belegen den starken Einfluss des Werbeumfelds auf die Wirkung.
- ✓ Bereits bei einem Werbekontakt liegen Markenbekanntheit und Werbeerinnerung im professionellen Umfeld deutlich über den Vergleichswerten auf weniger hochwertigen Sites.
- ✓ Zudem generiert Werbung auf Qualitätsseiten Interesse an den beworbenen Marken.
- ✓ Auch das Markenimage profitiert von den qualitativ hochwertigen Umfeldern.



Display-Werbung wirkt auf Websites mit hochwertigem redaktionellen Content deutlich besser.

