



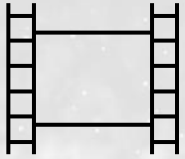
KREATION ALS SCHLÜSSEL FÜR **ERFOLGREICHE TV-SPOTS**

Generalisierende und branchenspezifische Auswertungen

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

DATENPOOL MIT 742 GETESTETEN SPOTS



77 Wellen insgesamt 742 Spots



7.700 Befragte (14-49 Jahre)



Inhaltsanalytische Kategorisierung der Spots

→ Analysen zu verschiedenen Gestaltungsmerkmalen

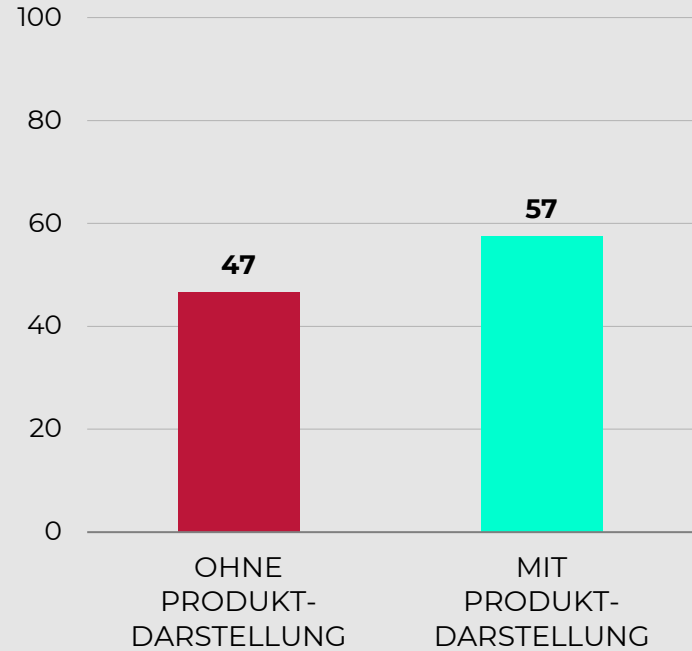
**WIE WIRD
AUFMERKSAMKEIT
GEWECKT?**

The background features a dynamic, wavy pattern of small, glowing dots. The dots are arranged in a grid-like structure that curves and flows across the frame. The color palette transitions from a vibrant green on the left side to a deep red on the right side, creating a sense of movement and energy. The overall aesthetic is modern and digital.

GESTEIGERTE WERBEERINNERUNG DURCH PRODUKTDARSTELLUNG

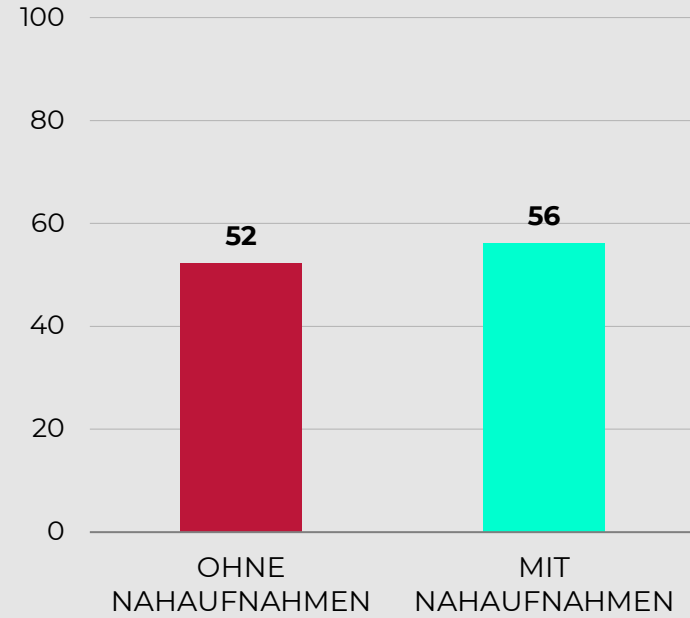
PRODUKTDARSTELLUNG

Angaben in %



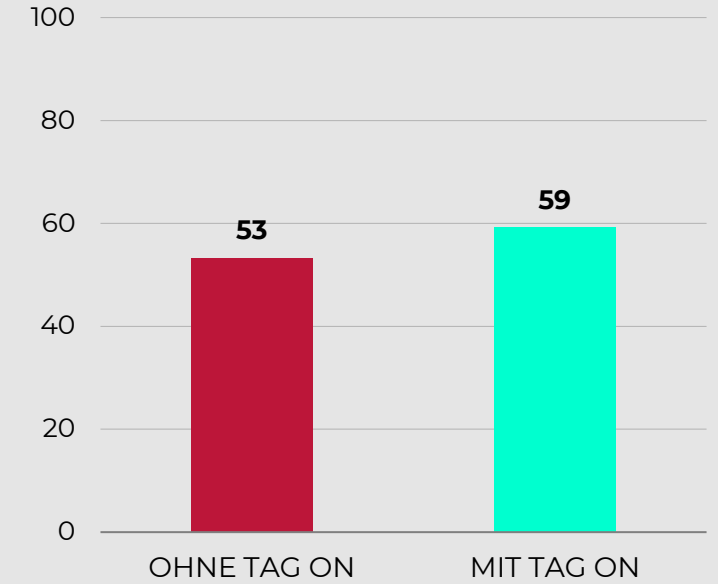
NAHAUFNAHMEN

Angaben in %



TAG ONS

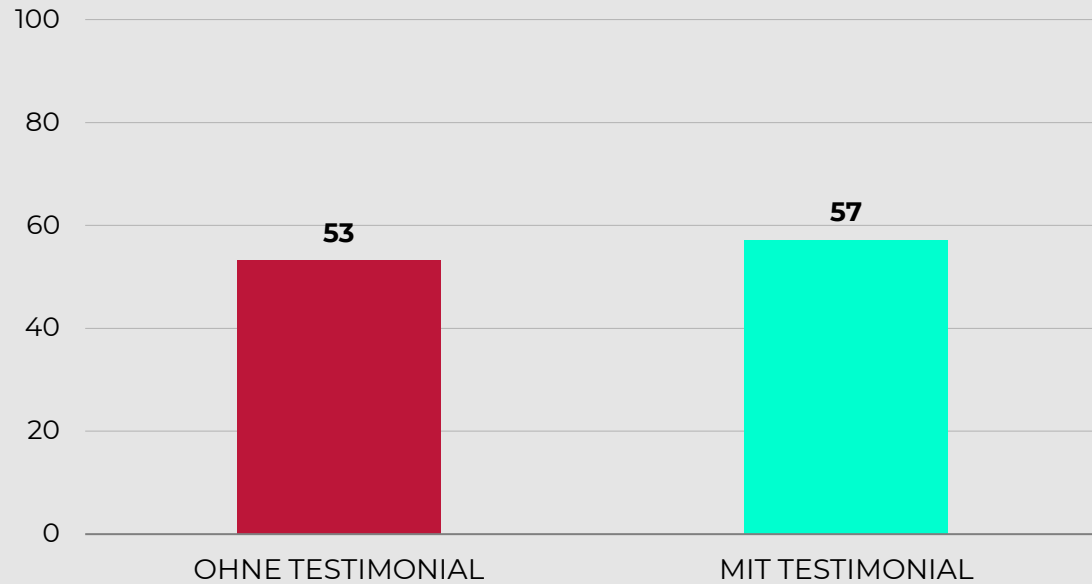
Angaben in %



SPOTS MIT TESTIMONIALS UND ÜBERRASCHUNGEN WERDEN BESSER ERINNERT

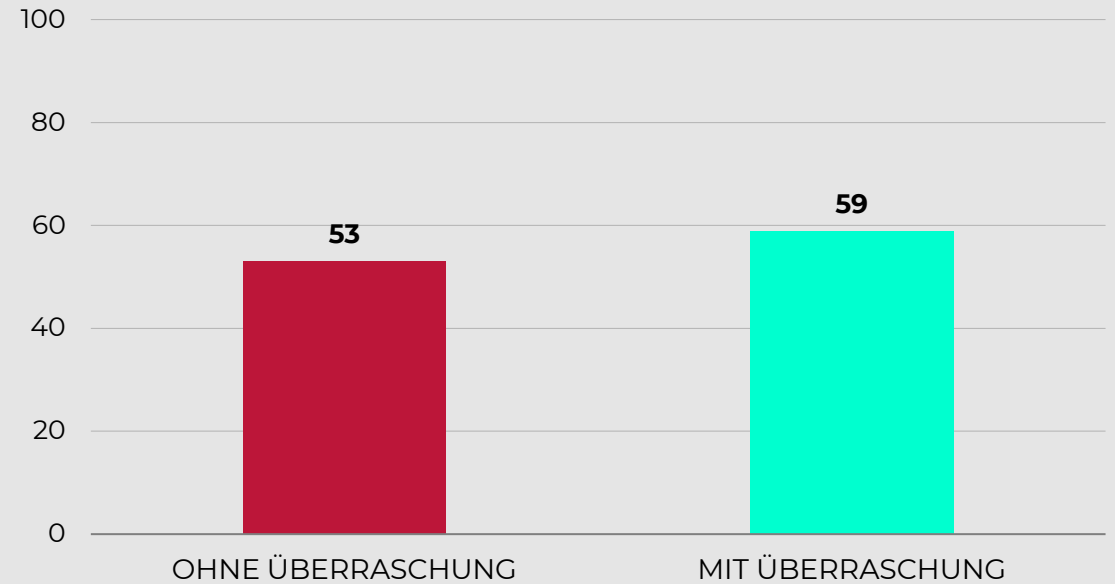
TESTIMONIALS

Angaben in %



ÜBERRASCHUNG

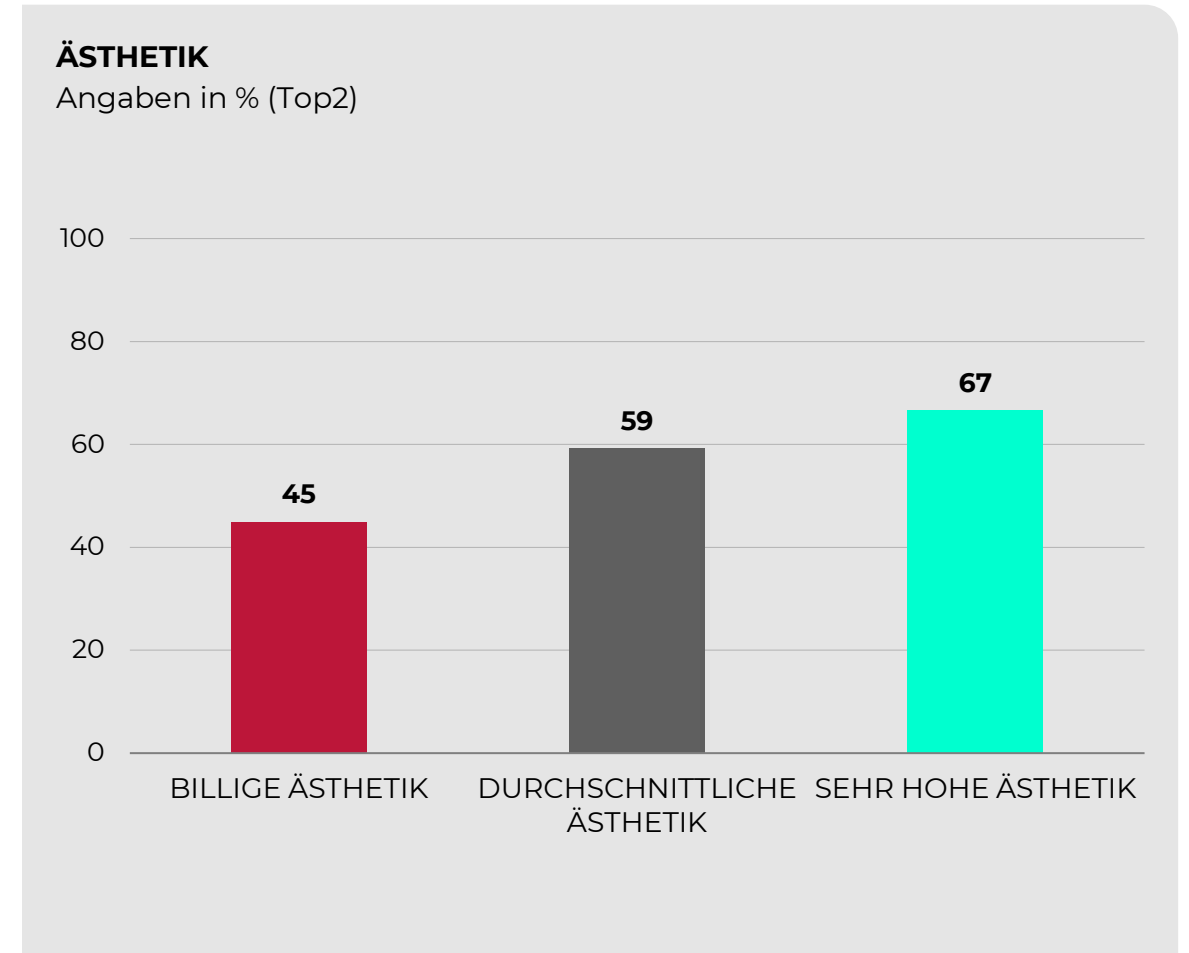
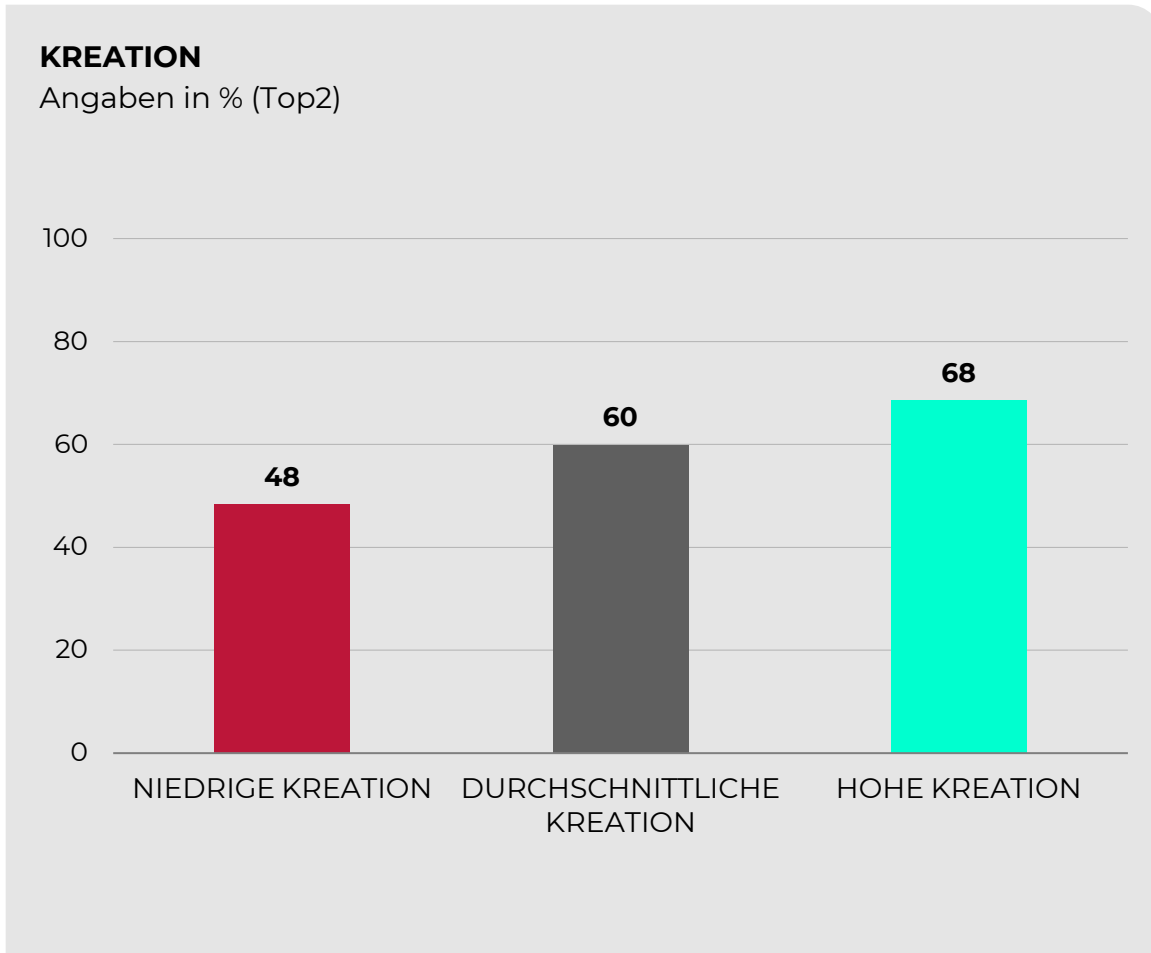
Angaben in %



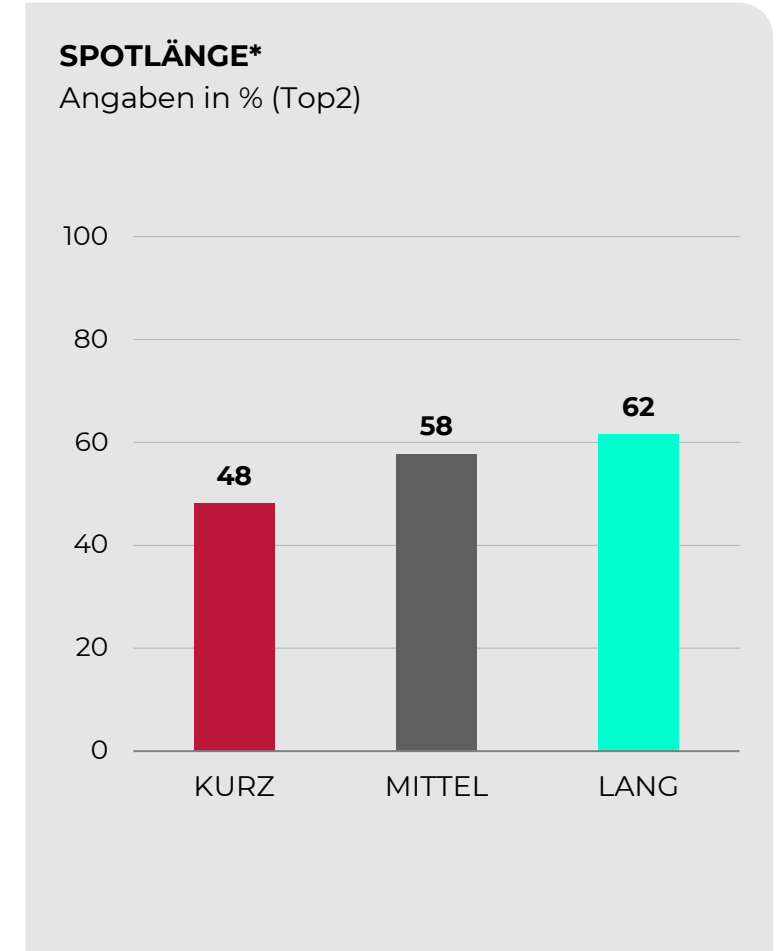
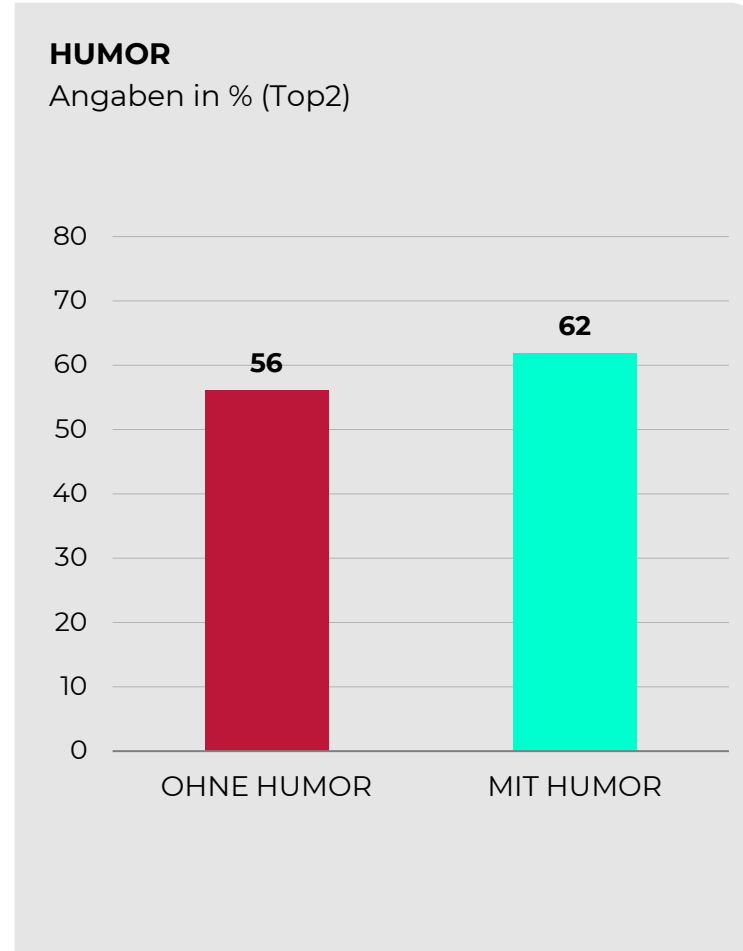
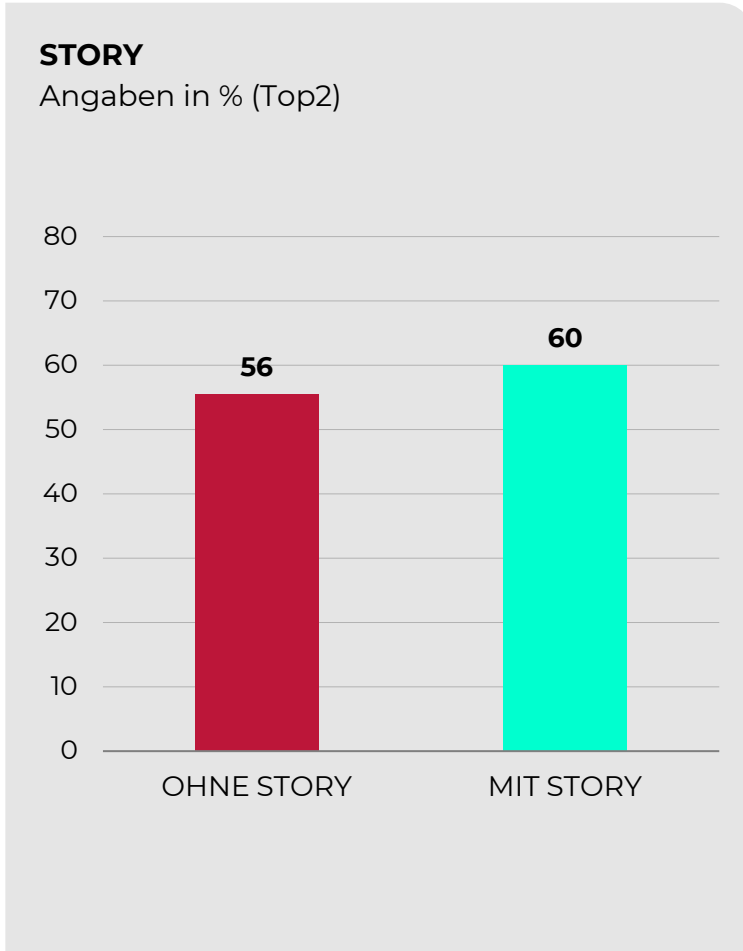
Was BEEINFLUSST DIE BEWERTUNG?



ORIGINELLE KREATIONEN UND EINE HOHE ÄSTHETIK KOMMEN BESSER BEIM ZUSCHAUER AN



SPOTS MIT GESCHICHTEN UND HUMOR WERDEN BESSER BEWERTET



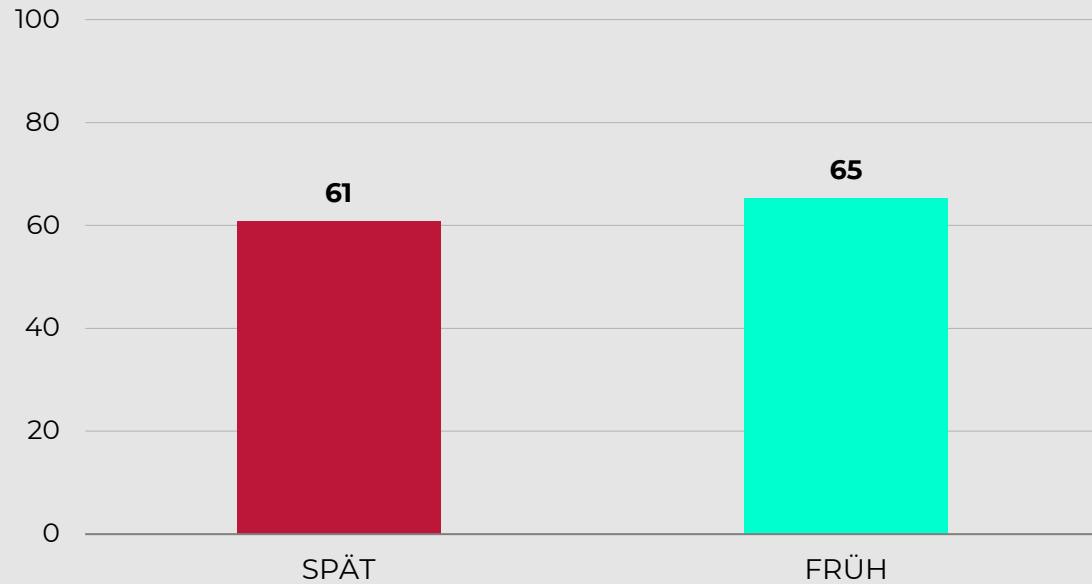
**Was motiviert zum
KAUF?**

The background features a dark, almost black, field with two prominent, wavy bands of light. The upper band is a vibrant green, and the lower band is a deep red. Both bands are composed of a dense grid of small, glowing dots, creating a mesh-like texture. The waves flow from the left side of the frame towards the right, with the green wave positioned slightly higher than the red wave. The overall effect is a sense of dynamic movement and digital energy.

FRÜHE PRODUKTVERSTÄNDLICHKEIT FÖRdert KAUFBEREITSCHAFT

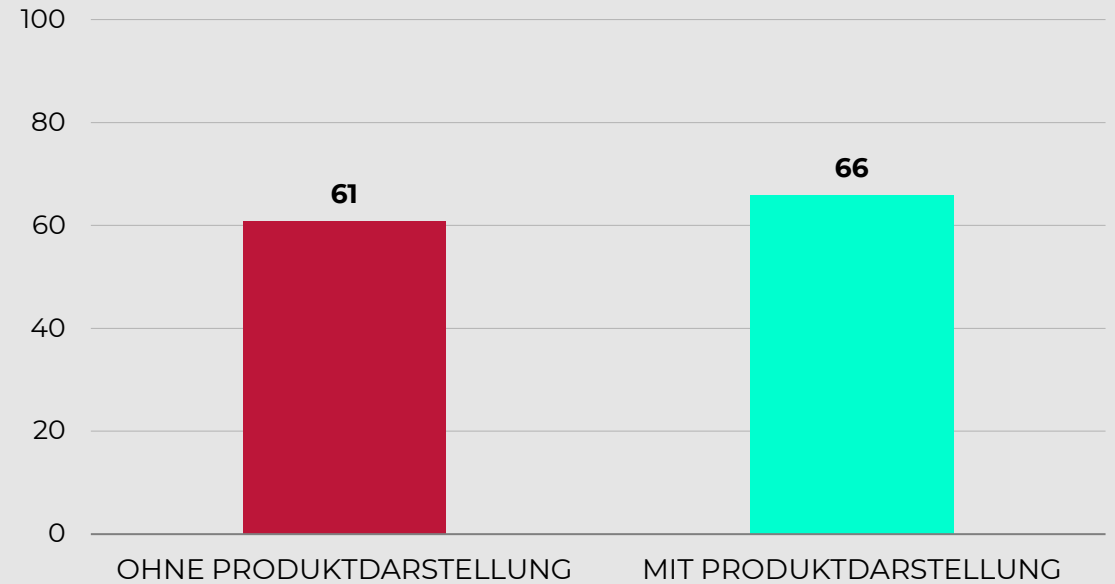
FRÜHE PRODUKTVERSTÄNDLICHKEIT

Angaben in %



PRODUKTDARSTELLUNG

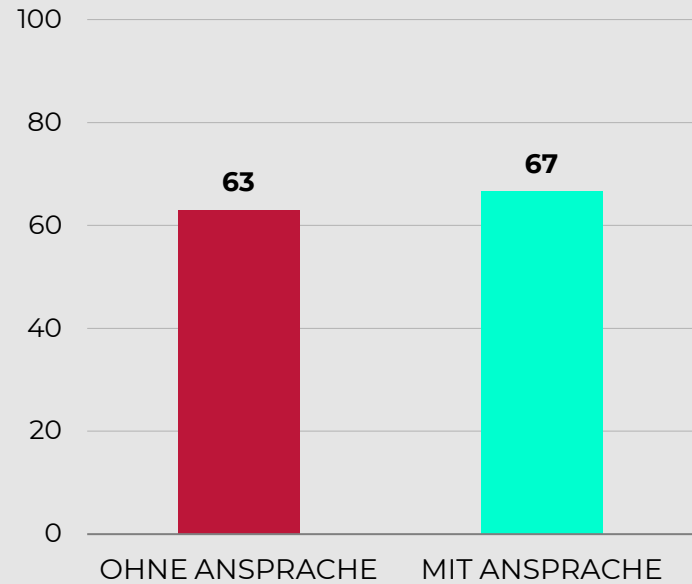
Angaben in %



DIREKTE ANSPRACHE UND TAG ONS MOTIVIEREN ZUM KAUF

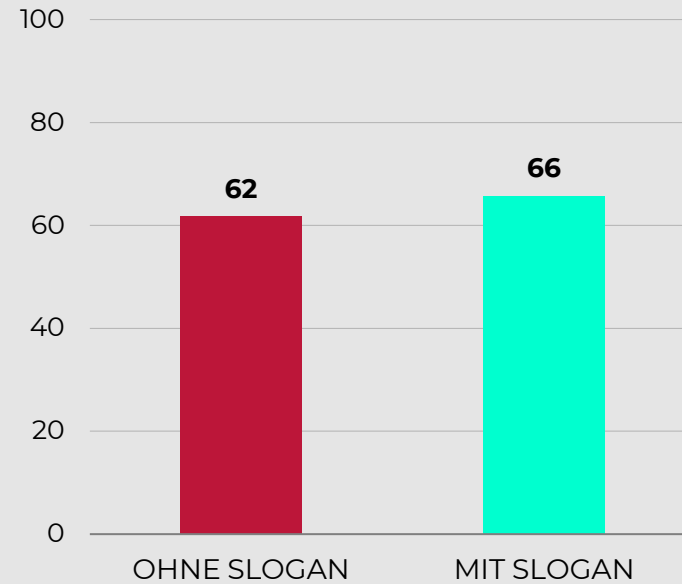
DIREKTE ANSPRACHE

Angaben in %



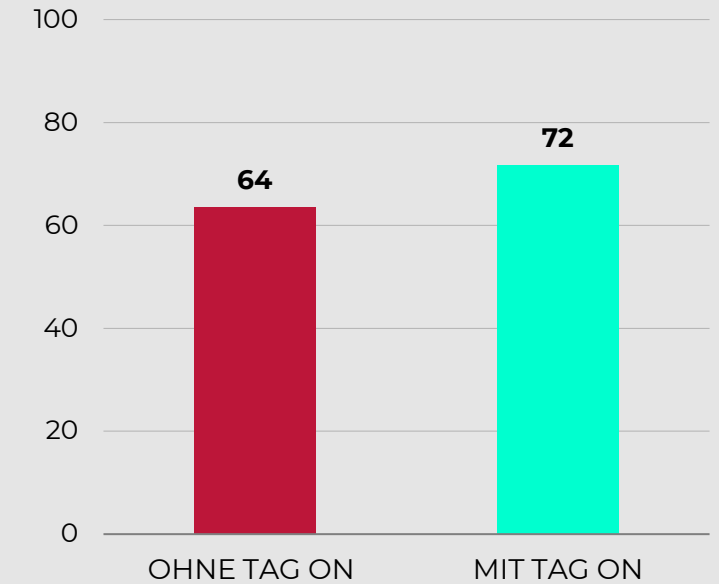
SLOGAN

Angaben in %



TAG ONS

Angaben in %




EINFLUSSFAKTOREN IM ÜBERBLICK


The background features a dynamic, wavy pattern of small, glowing dots. The dots are arranged in a grid-like structure that curves and flows across the frame. The color palette transitions from a vibrant green on the left side to a deep red on the right side, with a dark, almost black background in between. The overall effect is one of motion and digital connectivity.

INHALTLICHE MERKMALE


EINFLUSS BASIEREND AUF T-TESTS / REGRESSIONSANALYSEN ()

	AUFMERKSAMKEIT	BEWERTUNG	KAUFBEREITSCHAFT
Spotart (Image)	sehr positiver Einfluss	sehr positiver Einfluss	positiver Einfluss
Hohe Kreation	sehr positiver Einfluss	sehr positiver Einfluss	neutraler Einfluss
Story	sehr positiver Einfluss	sehr positiver Einfluss	negativer Einfluss
Testimonial	sehr positiver Einfluss	positiver Einfluss	sehr positiver Einfluss
Niedliche Protagonisten	neutraler Einfluss	neutraler Einfluss	neutraler Einfluss
Humor	sehr positiver Einfluss	sehr positiver Einfluss	neutraler Einfluss
Frühe Produktverständlichkeit	sehr positiver Einfluss	sehr negativer Einfluss	sehr positiver Einfluss
Überraschung	sehr positiver Einfluss	sehr positiver Einfluss	neutraler Einfluss
Problemlösung	neutraler Einfluss	sehr negativer Einfluss	sehr negativer Einfluss
Musik	sehr positiver Einfluss	sehr positiver Einfluss	neutraler Einfluss

 sehr positiver Einfluss





















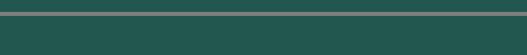

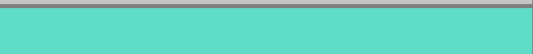













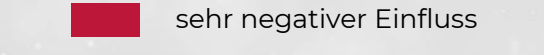


 sehr negativer Einfluss


 positiver Einfluss


 negativer Einfluss

FORMALE MERKMALE


EINFLUSS BASIEREND AUF T-TESTS / REGRESSIONSANALYSEN ()

	AUFMERKSAMKEIT	BEWERTUNG	KAUFBEREITSCHAFT
Ästhetik			
Produktdarstellung			
Mehrmalige Markennennung			
Nahaufnahmen			
Schnelle Schnitte			
Tonspur			
Slogannennung			
Sloganeinblendung			
Jingle			
Direkte Ansprache			
Signalwörter			
Spotlänge			
TagOn			

 sehr positiver Einfluss

 sehr negativer Einfluss

 positiver Einfluss

 negativer Einfluss

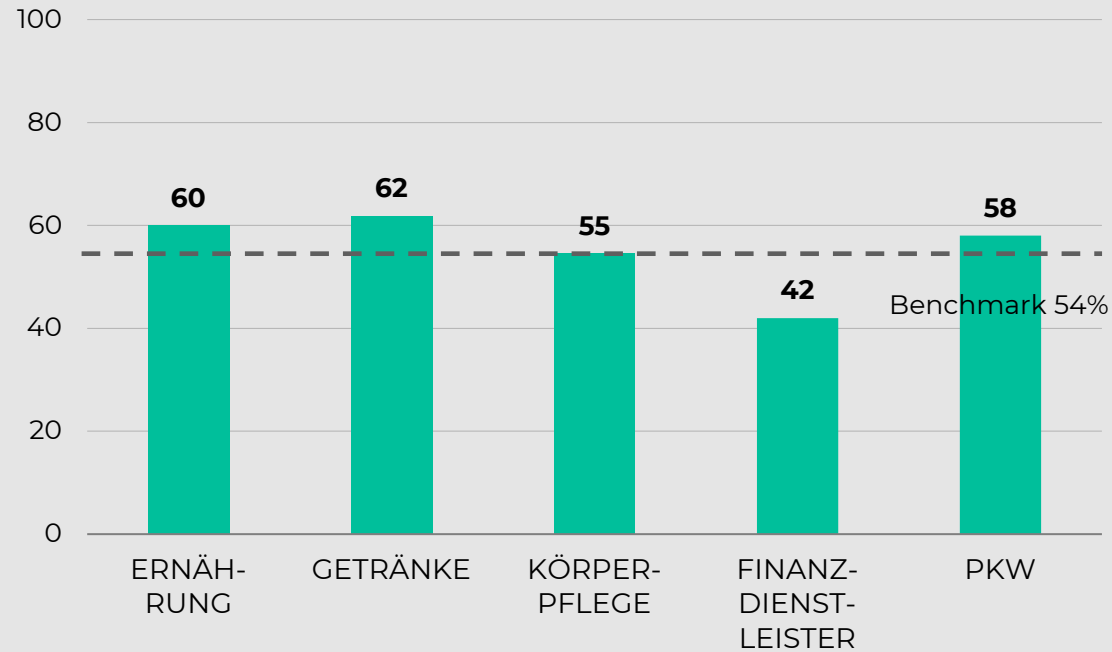
BRANCHENSPEZIFISCHE ERKENNTNISSE

The background features a dynamic, wavy pattern of small, glowing dots. The dots are arranged in a grid-like structure that curves and flows across the frame. The color palette transitions from a vibrant green on the left side to a deep red on the right side, with a dark, almost black background in between. The overall effect is one of movement and digital energy.

FINANZDIENSTLEISTER SCHNEIDEN UNTERDURCHSCHNITTLICH AB

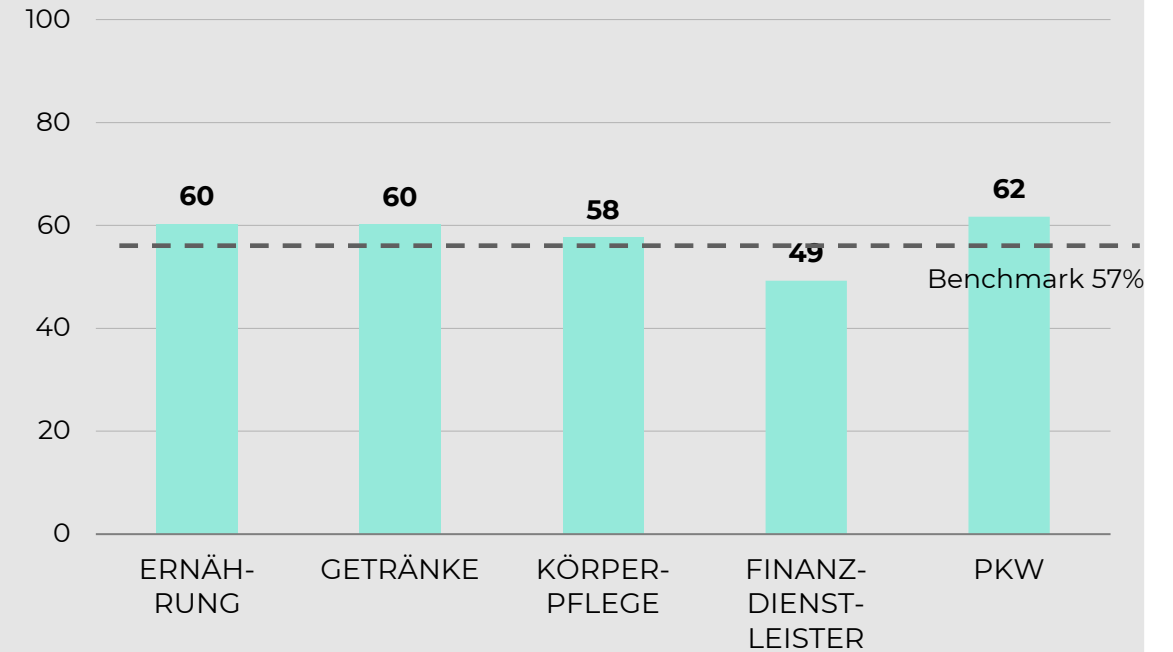
AUFMERKSAMKEIT

Angaben in %



BEWERTUNG

Angaben in %



VERGLEICH ZUM BENCHMARK ÜBER ALLE ERHOBENEN SPOTS

	Ernährung	Getränke	Körperpflege	Finanzdienstleister	PKW
interessant			Überdurchschnittlich	Unterdurchschnittlich	Überdurchschnittlich
verständlich					
originell				Unterdurchschnittlich	Überdurchschnittlich
sympathisch	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich		Unterdurchschnittlich	Überdurchschnittlich
innovativ	Unterdurchschnittlich		Überdurchschnittlich	Unterdurchschnittlich	Überdurchschnittlich
macht Lust auf Produkt	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich		Unterdurchschnittlich	
humorvoll			Unterdurchschnittlich		Überdurchschnittlich
passt zum Produkt		Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Unterdurchschnittlich	Überdurchschnittlich
seriös	Unterdurchschnittlich	Unterdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich	Überdurchschnittlich
informativ	Unterdurchschnittlich	Unterdurchschnittlich			Überdurchschnittlich

Überdurchschnittlich

Unterdurchschnittlich

TOP 3 TREIBER

Ernährung

Aufmerksamkeit

- Überraschung
- Schnelle Schnitte
- Testimonials

Bewertung

- Überraschung
- Schnelle Schnitte
- Musik



Getränke

Aufmerksamkeit

- Testimonials
- Humor
- Story

Bewertung

- Humor
- Tag On
- Überraschung



TOP 3 TREIBER

Finanzdienstleister

Aufmerksamkeit

- Problem / Lösung
- Story
- Humor

Bewertung

- Überraschung
- Story
- Humor



PKW

Aufmerksamkeit

- Musik
- Humor
- Jingle

Bewertung

- Niedliche Protagonisten
- Musik
- Story



TOP 3 TREIBER

Körperpflege

Aufmerksamkeit

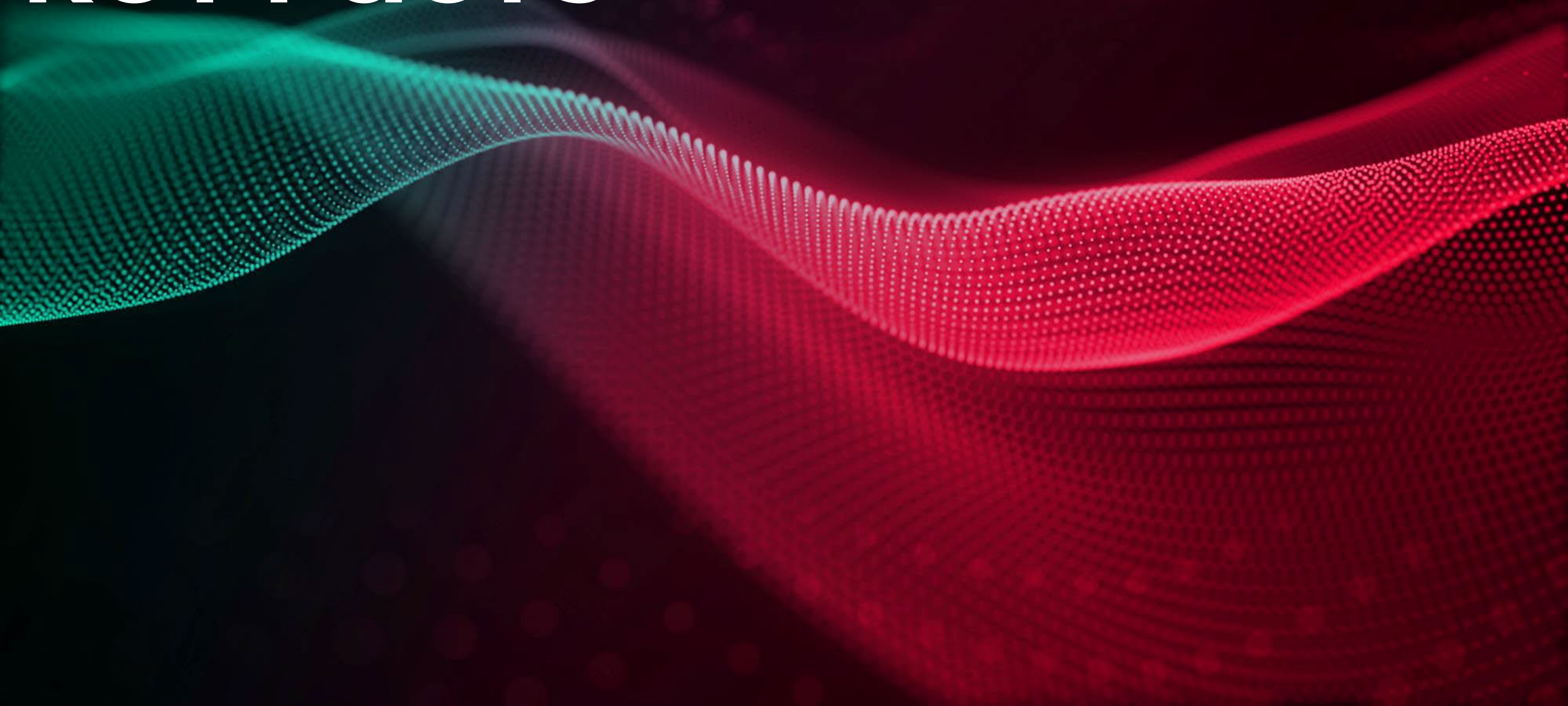
- Lange Spots
- Story
- Slogan

Bewertung

- Testimonials
- Story
- Musik



KEY FACTS



KREATION ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

Viele Kurationsmerkmale wirken sowohl positiv auf die Awareness als auch auf die Spotbewertung. Humorvolle Imagespots mit hoher Ästhetik, einer originellen Idee, einer Geschichte, Überraschungseffekten und Musik punkten auf beiden Dimensionen.

Was gut erinnert wird, muss aber nicht unbedingt gefallen. So ist es für die Awareness z.B. von Vorteil, wenn früh im Spot klar wird, um welches Produkt es geht. Auf die Bewertung ist der Einfluss jedoch negativ. Spots mit Testimonials werden besser erinnert, aber nicht automatisch besser bewertet.

Wenn es um die Kaufbereitschaft geht, sieht das Bild noch einmal ganz anders aus. Viele Merkmale, die auf Awareness und Bewertung positiv wirken, haben auf die Kaufbereitschaft gar keinen Einfluss, wie z.B. Musik, eine Geschichte oder Humor.

In einzelnen Branchen differenziert sich das Bild noch einmal stärker. Was bei Werbung für PKW gut funktioniert, muss nicht unbedingt in einem Finanzdienstleister-Spot gut wirken.

Der Einsatz bestimmter Kurationsmerkmalen sollte nach Branche ausgewählt und auf die Kommunikationsziele einer Kampagne abgestimmt werden.

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

+49 [0] 89 9507 4352

franziska.rochau@seven.one

