

iab AdSuccess veröffentlicht quartalsweise Benchmarks rund um die Wirkung von Online-Werbung und weist diese nach Branchen gesondert aus. Die Daten stammen aus den von MindTake Research laufend durchgeführten Werbewirkungstests für Online Kampagnen. Gemessen werden dabei Werte wie Ad-Recall, Ad-Recognition, Impact und Sujet-Gefallen mittels Online-Interviews (CAWI). Die Befragung dazu wird innerhalb einer Woche ab Werbemittelkontakt „on Site“, auf den an einer Werbekampagne beteiligten Online-Medien durchgeführt. Befragt werden nur Personen, die Kontakt mit der Werbung hatten.

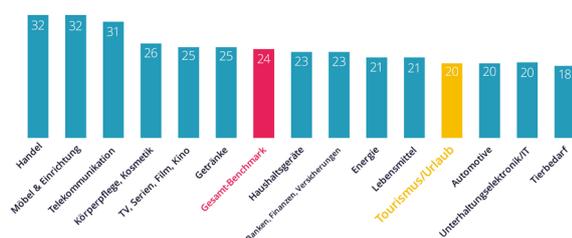
Tourismus & Urlaub

Recall - Die Online-Werbung der Tourismus&Urlaub-Branche ist im Vergleich zu anderen Branchen noch verbesserungsfähig. Der Gesamtaufmerksamkeitswert von 20,1 Prozent liegt klar unter dem Durchschnitt von 24,2 Prozent. Die digitale Werbung für Tourismus & Urlaub wird also schlechter erinnert als die Online-Kampagnen anderer getesteter Branchen und liegt im unteren Drittel.

Recognition - Auch beim Recognition-Wert gibt es gegenüber anderen getesteten Branchen noch Nachholbedarf: Nach Vorlage der Werbemittel können sich 23,5 Prozent der Befragten an die jeweiligen Sujets für Tourismus & Urlaub erinnern, der Gesamt-Benchmark liegt hier bei 29,3 Prozent. Die Branche bewegt sich damit auf dem drittletzten Platz, nur zwei getestete Branchen schneiden noch schlechter ab. Verglichen mit dem Gesamt-Benchmark aller von MindTake Research getesteten Online-Kampagnen werden die von Tourismus & Urlaub also klar schlechter wahrgenommen und bleiben daher auch schlechter in Erinnerung als die der meisten anderen Branchen.

IAB AdSuccess: Recall nach Branche

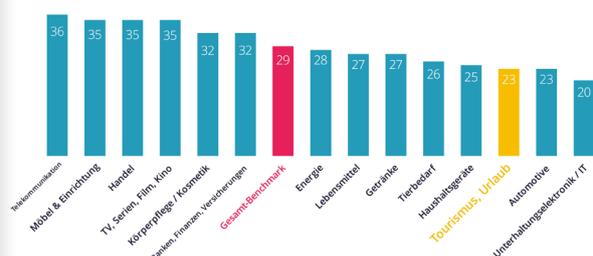
Der Gesamtaufmerksamkeitswert (**Recall Gesamt**) setzt sich aus folgenden drei Erhebungsstufen zusammen: Spontanerinnerung an das ausgelieferte Werbemittel, gestützte Erinnerung über die Produktgruppe bzw. Branche sowie über die Marke bzw. Firma.



Gesamt-Benchmark: alle bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen. Branchen-Benchmark: alle bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen in der jeweiligen Branche. Angaben in %; Branchen für die mindestens 5 getestete Online-Kampagnen vorliegen wurden ausgewiesen. Stand: 27. April 2018. © Copyright 2018 MindTake Research

IAB AdSuccess: Recognition nach Branche

Allen Personen wird die Online-Werbung vorgelegt und sie werden befragt, ob sie speziell jene Werbung im Internet gesehen haben (**=Recognition**).



Gesamt-Benchmark: alle bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen. Branchen-Benchmark: alle bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen in der jeweiligen Branche. Angaben in %; Branchen für die mindestens 5 getestete Online-Kampagnen vorliegen wurden ausgewiesen. Stand: 27. April 2018. © Copyright 2018 MindTake Research

Recall:

Der Gesamtaufmerksamkeitswert (Recall) setzt sich aus folgenden drei Erhebungsstufen zusammen:

- Spontanerinnerung an das ausgelieferte Werbemittel
- Gestützte Erinnerung über die Produktgruppe (Branche)
- Gestützte Erinnerung über die Marke bzw. Firma

Recognition:

Respondenten nach Sujet-Vorlage gefragt, ob sie die vorgelegte Werbung im Internet innerhalb der letzten 7 Tage gesehen haben. Kann sich eine Person daran erinnern, dieses Sujet im Internet gesehen zu haben, so verzeichnet sie einen Recognition-Wert.



Mag. Klaus Oberecker,
Managing Partner
MindTake Research GmbH

Über MindTake Research

MindTake Research ist die führende Marktforschungsagentur für digitale Werbeeffizienzmessung in Österreich. Als Full-Service-Agentur für Markt- und Meinungsforschung und als Panelanbieter ist sie seit 2001 aktiv, vorwiegend im DACH-Raum, sowie in Zentral- und Südosteuropa. MindTake Research bietet sowohl individuelle Beratung als auch standardisierte Produkte und Tools im Bereich der Werbe-, Website- und Kundenanalyse.

MindTake Research GmbH

Karlsgasse 7/5, 1040 Wien
Tel.: +43 1 228 88 10
Fax: +43 1 228 98 01
E-Mail: office@mindtake.com
Internet: www.mindtake.com

Downloads

- Grafik Recall: <https://bit.ly/2rpjoe>
- Grafik Recognition: <https://bit.ly/2K0SiRt>
- Foto Mag. Klaus Oberecker: <http://bit.ly/1X8gbtp>
- Logo MindTake Research GmbH: <http://bit.ly/2x4cpIj>