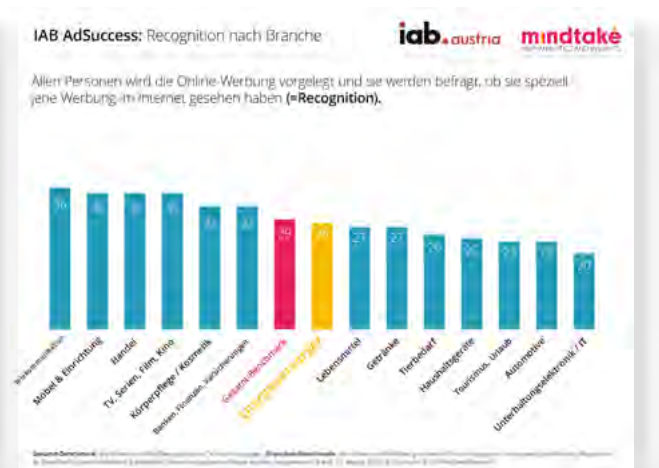


**iab AdSuccess** veröffentlicht quartalsweise Benchmarks rund um die Wirkung von Online-Werbung und weist diese nach Branchen gesondert aus. Die Daten stammen aus den von MindTake Research laufend durchgeführten Werbewirkungstests für Online Kampagnen. Gemessen werden dabei Werte wie Ad-Recall, Ad-Recognition, 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

## Energieversorger

**Recall** - Die Online-Werbung der österreichischen Energieversorger ist im Vergleich zu anderen Branchen noch verbesserungsfähig. Der Gesamtaufmerksamkeitswert von 21,4 Prozent liegt unter dem Durchschnitt von 24,2 Prozent. Die digitale Werbung für Energieversorger wird also etwas schlechter erinnert als die Online-Kampagnen anderer getesteter Branchen und liegt im unteren Mittelfeld.

**Recognition** - Beim Recognition-Wert sieht es ein bisschen besser aus: Nach Vorlage der Werbemittel können sich 28,4 Prozent der Befragten an die jeweiligen Sujets der Energieversorger erinnern, der Gesamt-Benchmark liegt hier bei 29,3 Prozent. Die Branche liegt damit genau im Mittelfeld. Verglichen mit dem Gesamt-Benchmark aller von MindTake Research getesteten Online-Kampagnen werden die der Energieversorger also durchschnittlich gut wahrgenommen und bleiben somit auch durchschnittlich gut in Erinnerung.



**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](mailto:office@mindtake.com)  
Internet: [www.mindtake.com](http://www.mindtake.com)

### Downloads

- Grafik Recall: <https://tinyurl.com/ycs55xh8>
- Grafik Recognition: <https://tinyurl.com/ya7mef8v>
- Foto Mag. Klaus Oberecker: <http://bit.ly/1X8gbtp>
- Logo MindTake Research GmbH: <http://bit.ly/2x4cpIj>