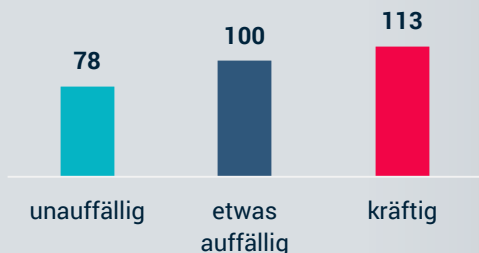


Höhere Klickraten für SwitchIns durch Farben und schöne Bilder

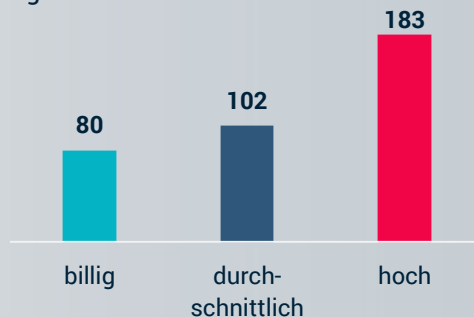
Einfluss der Farbgebung

Angaben als Index



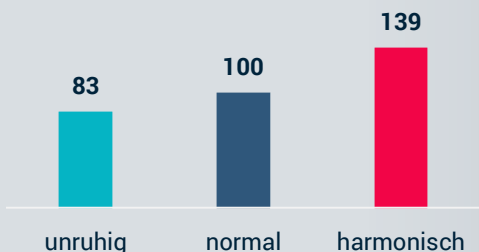
Einfluss der Ästhetik

Angaben als Index



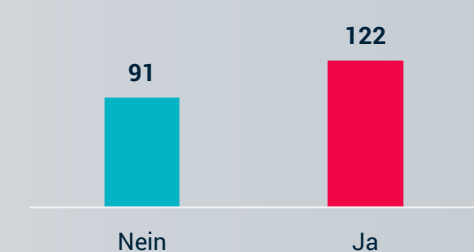
Einfluss der Bildgestaltung

Angaben als Index



Einfluss Transparenz beim Klick

Angaben als Index



Das SwitchIn ist eine attraktive Werbeform im Addressable TV. Der Erfolg des Werbemittels, das beim Umschalten automatisch eingespielt wird, bemisst sich nicht nur an der Reichweite, sondern auch an der Klickrate. Viele SwitchIns verlinken auf eine Microsite, die zusätzliche Botschaften für den Konsumenten enthält. Aber wie kann das oft statische SwitchIn den Zuschauer zum Drücken des Yellow Button bewegen?

Wir haben uns über 90 SwitchIn XXL aus den Jahren 2017 und 2018 angesehen und hinsichtlich verschiedener Merkmale codiert. Anschließend haben wir untersucht, welche dieser Merkmale einen signifikanten* Einfluss auf die Klickrate haben und dabei vier Erfolgsfaktoren identifiziert:

- Farbgebung: Kräftige Farben heben sich stärker vom TV-Bild ab. Ein starker Kontrast ist daher sowohl für die Aufmerksamkeitsleistung, als auch für die Klickrate entscheidend.
- Ästhetik: Hochwertige Kreationen haben einen besonders starken Einfluss auf die Klickrate (Index 183).
- Bildgestaltung: Eine harmonische Bildsprache regt ebenfalls eher zum Klicken an.
- Transparenz: Der Zuschauer will wissen, was ihn beim Klick auf den Yellow Button erwartet. Die Aussage „Jetzt Drücken“ ist nicht empfehlenswert. Hinweise wie „Hier geht’s zum Trailer“ wirken sich dagegen positiv aus.

Key Message: Die Gestaltung von Werbemitteln hat immer einen großen Einfluss auf deren Wirkung. Dies gilt auch für SwitchIns. Die Berücksichtigung weniger Faktoren kann die Klickraten erheblich beeinflussen.