

# PRESSEMITTEILUNG

Kreative Werbung 2016

## **SevenOne Media analysiert Zusammenhang zwischen Kreation und Werbewirkung / Kreation beeinflusst auch den ROI**

**Unterföhring, 19. Juli 2016.** Gute Fernsehwerbung gibt Marken ein Gesicht und einen Charakter. Sie sorgt dafür, dass der Verbraucher im Moment der Kaufentscheidung die beworbene Marke wiedererkennt und im Idealfall kauft. Die Werbefilm-Branche boomt daher – das kreative Niveau der Spots wird aber immer wieder kontrovers diskutiert, zuletzt beim diesjährigen Werbefestival in Cannes. Doch was macht einen „guten“ Werbespot eigentlich aus? Und welchen Beitrag leistet Kreation zu einer erfolgreichen TV-Kampagne? ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media liefert mit dem Kompendium „Kreative Werbung“ jetzt einen umfassenden Überblick über den aktuellen Forschungsstand zur wirkungsvollen Gestaltung und Umsetzung von Werbespots. Auf knapp 50 Seiten fassen die SevenOne Media-Forscher die neusten Erkenntnisse aus der Wirkungsforschung zusammen.

Über Geschmack lässt sich bekanntlich streiten, über Werbewirkung und Markterfolg aber nicht. Genau diesen Zusammenhang zwischen kreativem Profil und Werbeeffect hat SevenOne Media analysiert, um auf Basis quantifizierbarer Daten erkennbar zu machen, welche kreativen Elemente geeignet sind, um den Zuschauer zu unterhalten, zu informieren, aufmerksam zu machen und schlussendlich zum Kauf zu bewegen.

### **Kreativität als Schlüssel zum Markterfolg**

Aus den Ergebnissen verschiedener fundierter Studien hat SevenOne Media praxisnahe Empfehlungen abgeleitet. So gibt es Gestaltungsmerkmale, die zu einer gelungenen Kreation beitragen und solche, die es zu vermeiden gilt. Diese Erkenntnisse helfen dabei, die Reaktionen des Zuschauers besser zu verstehen und ihn wirksam anzusprechen.

Das Kompendium enthält außerdem Analysen zur Second Screen-Nutzung, die belegen, dass diese neue Chancen für die Werbewirkung bietet. Voraussetzung: Die Kreation weiß die speziellen Herausforderungen dieser Situation zu nutzen. Von besonderer Bedeutung sind hier vor allem akustische Signale.

Mit dem Data Creativity Score stellt SevenOne Media ein Instrument vor, das die kreative Qualität von Kampagnen mit digitalen Daten misst, indem es die Reaktionen im Internet auf die jeweiligen Spots auswertet.

Und dass Kreativität auch ein Schlüssel zum erfolgreichen Abverkauf sein kann, belegen Analysen zum Einfluss einzelner kommunikativer Parameter auf den ROI von Werbung.

**Gerald Neumüller, Director Research SevenOne Media:** „Die kreative Qualität on Fernsehwerbung ist ganz entscheidend für den Erfolg von Marken. Sie beeinflusst nicht nur das Image, sondern nachweislich auch die Kaufentscheidung. Mit unserem Kompendium wollen wir für mehr Überblick in Sachen Kreativitätsforschung sorgen und zeigen, was einen erfolgreichen Spot ausmacht.“

#### ProSiebenSat.1 Media SE

Ansprechpartner: Kerstin Bauer, Konzernkommunikation Sales  
Tel. +49 [89] 95 07 – 1133, Fax +49 [89] 95 07 – 91133  
Kerstin.Bauer@prosiebensat1.com

Marcus Prosch, Leiter Konzernkommunikation Sales & Diversifikation  
Tel. +49 [89] 95 07 – 8920, Fax +49 [89] 95 07 – 98920  
Marcus.Prosch@prosiebensat1.com

[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)