

# ECKPLATZIERUNGEN

Einfluss der Position im Werbeblock auf die Werbewirkung

## KEY FACTS

- Eckplatzierte Spots profitieren zweifach: Zum einen sind die Reichweiten programmnahe Werbeflächen höher, zum anderen bleiben die Spots besser in Erinnerung und können somit eine größere Wirkung entfalten.
- Die Platzierung spielt bei der Bewertung keine große Rolle. Ein gut gemachter Spot wird sowohl mitten im Werbeblock als auch am Rand positiv bewertet.

1

## Like for like

Für Eck- und  
Mittelplatzierung  
identische Spots im  
direkten Vergleich

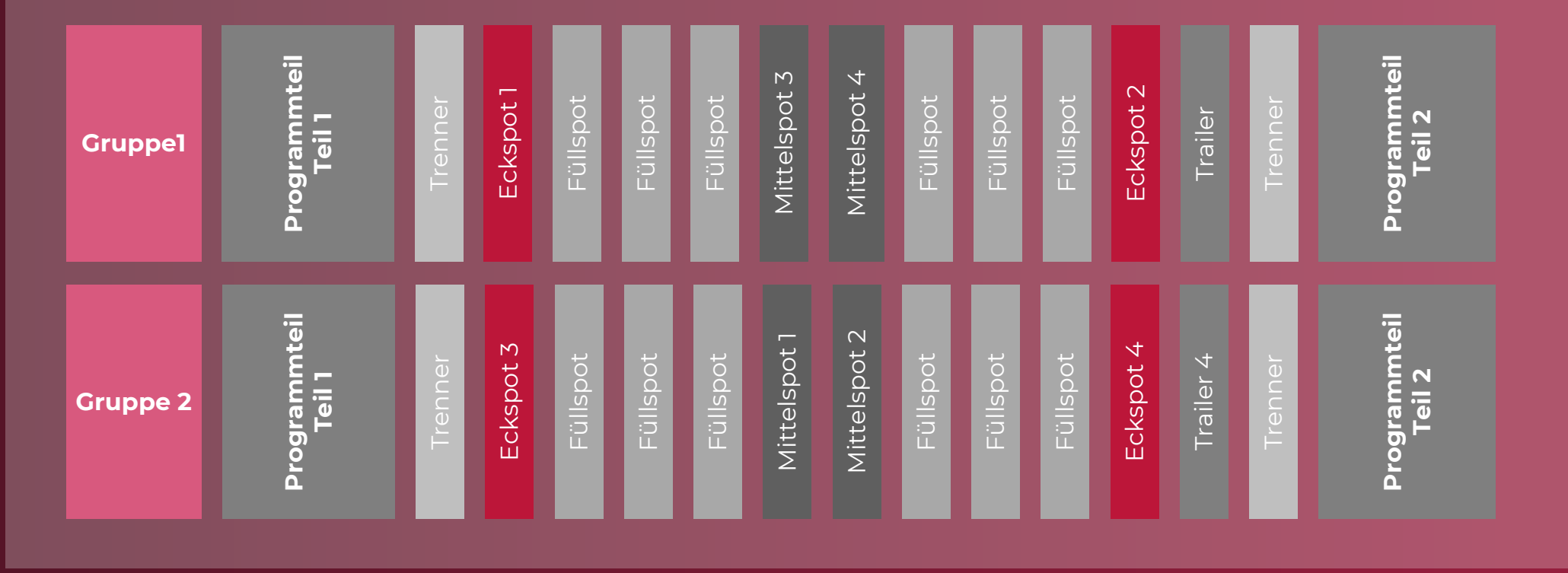
2

## Generalisierende Ergebnisse

Vergleich von Eck- und  
Mittelplatzierung, keine  
identischen Spots

# STECKBRIEF

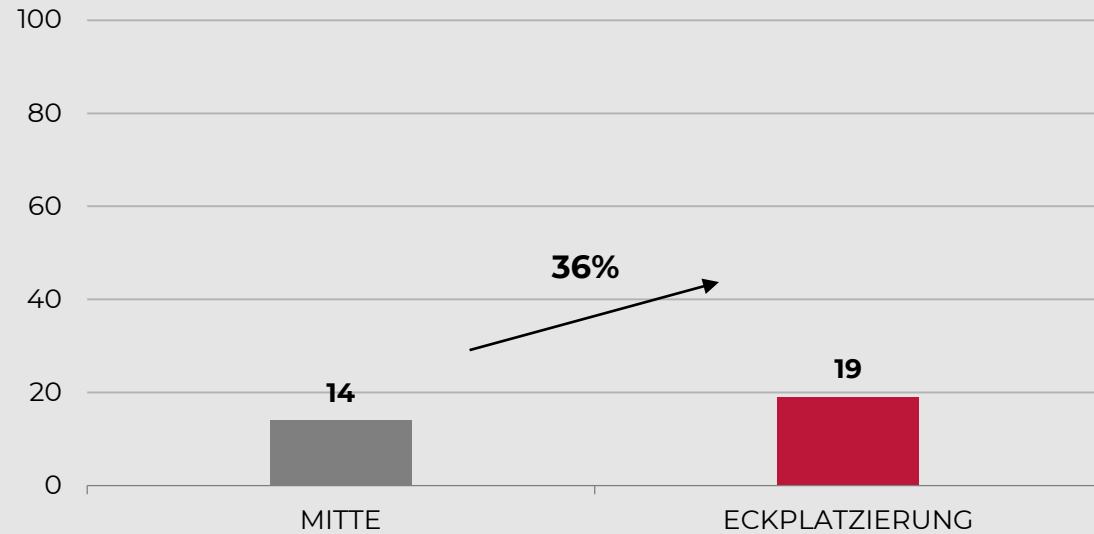
<b>Auftraggeber</b>	Seven.One Media
<b>Durchführung</b>	INNOFACT GmbH
<b>Grundgesamtheit</b>	Männer und Frauen zwischen 14 und 49 Jahren
<b>Auswahlverfahren</b>	Street-Intercept-Rekrutierung
<b>Methode</b>	Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens nach der Rezeption
<b>Design</b>	Kontrolliertes Experiment mit zwei Programmstrecken
<b>Stichprobe</b>	je n=100 Befragte in zwei Testgruppen, jeweils vergleichbar strukturiert nach Alter, Geschlecht



# DEUTLICHES WIRKUNGSPLUS BEI ECKPLATZIERUNG

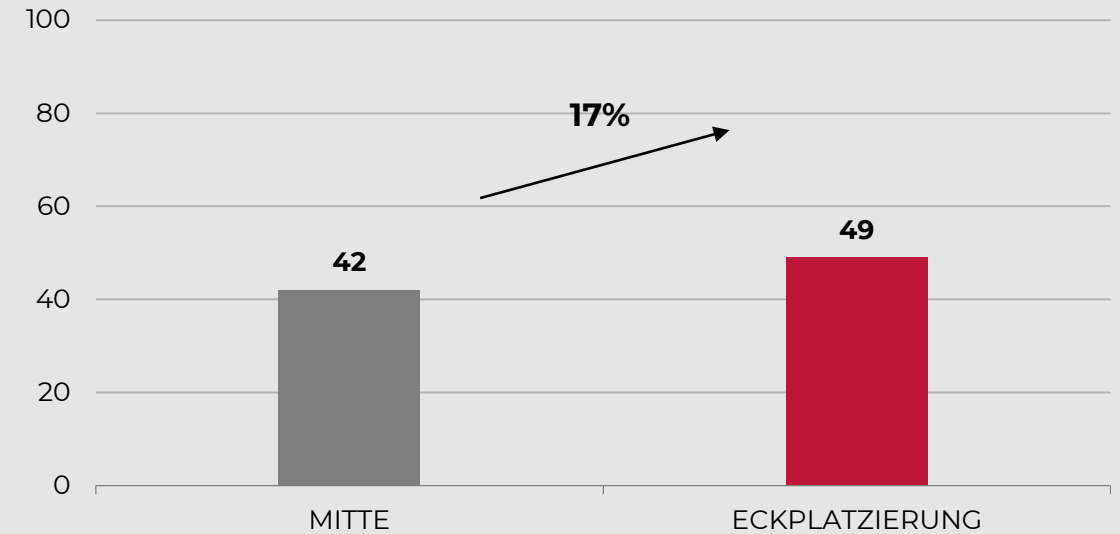
## UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in % (jeweils Ø der vier getesteten Spots)



## GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

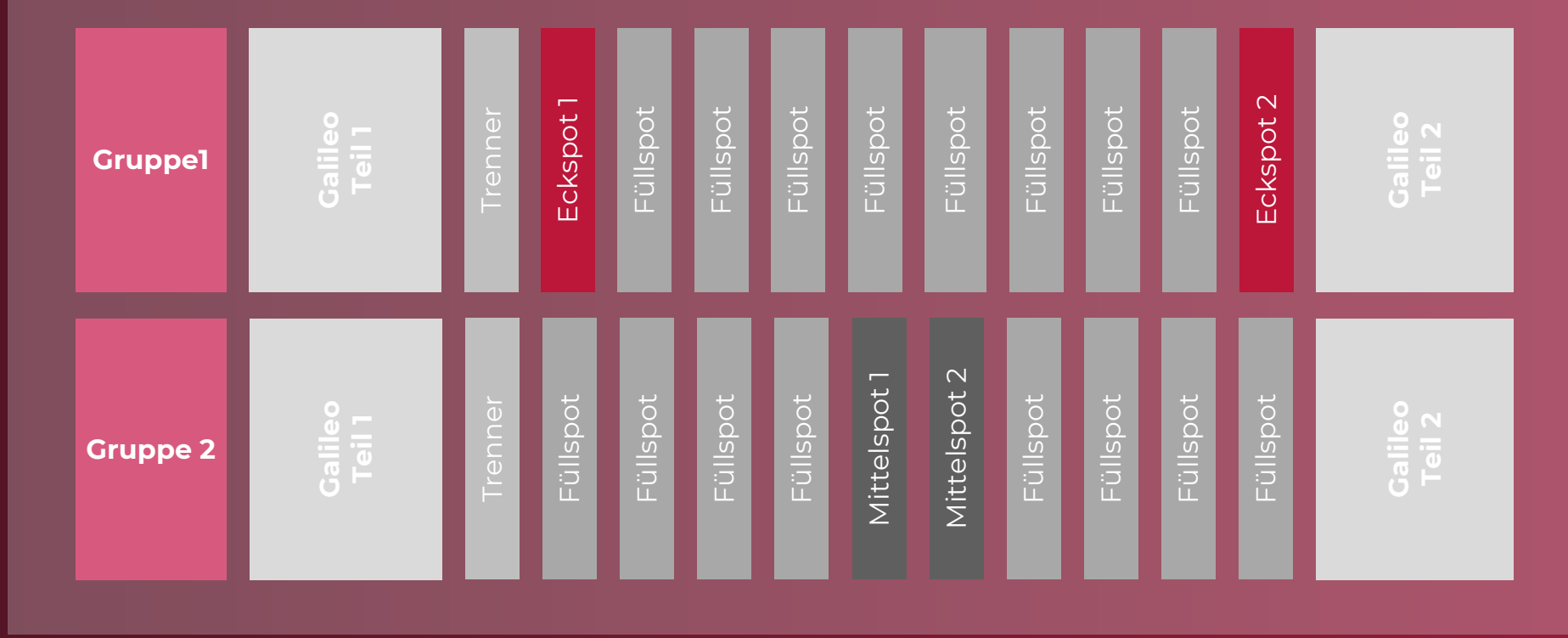
Angaben in % (jeweils Ø der vier getesteten Spots)



# STECKBRIEF

<b>Auftraggeber</b>	Seven.One Media
<b>Durchführung</b>	Psyma GmbH
<b>Untersuchungszeitraum</b>	seit Februar 2003 alle zwei bis drei Monate
<b>Testorte</b>	München, Berlin, Hamburg, Köln
<b>Stichprobe</b>	100 Personen zwischen 14-49 Jahren; (50% Frauen, 50% Männer/ 50% 14-29, 50% 30-49)
<b>Erhebungsmethode</b>	Computergestützte face-to-face-Interviews (CAPI) in Teststudios
<b>Untersuchungsablauf</b>	Quasibiotische Erhebungssituation: Programmstrecke ‚Galileo‘ mit eingebundener Werbung inkl. Trailer, anschließend Interview

# STUDIENDESIGN

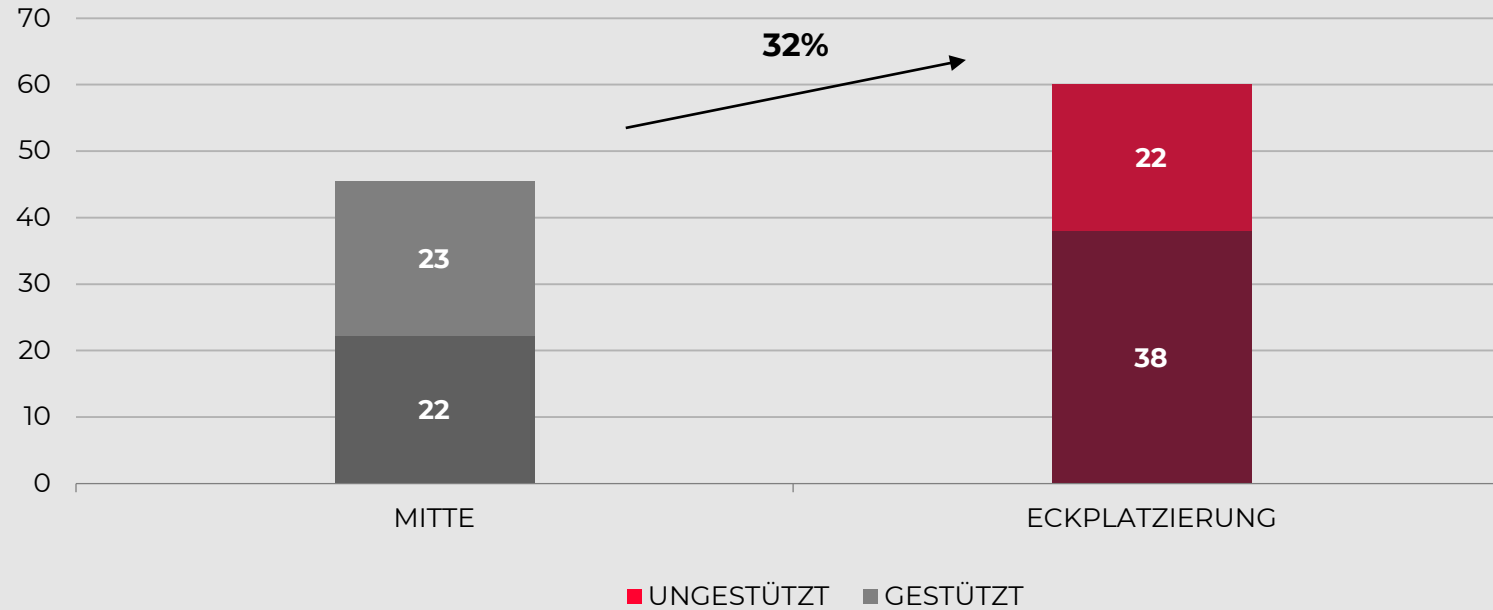




# ECKPLATZIERTE SPOTS WERDEN BESSER ERINNERT

## EINFLUSS DER PLATZIERUNG AUF DIE AWARENESS

Angaben in %



1

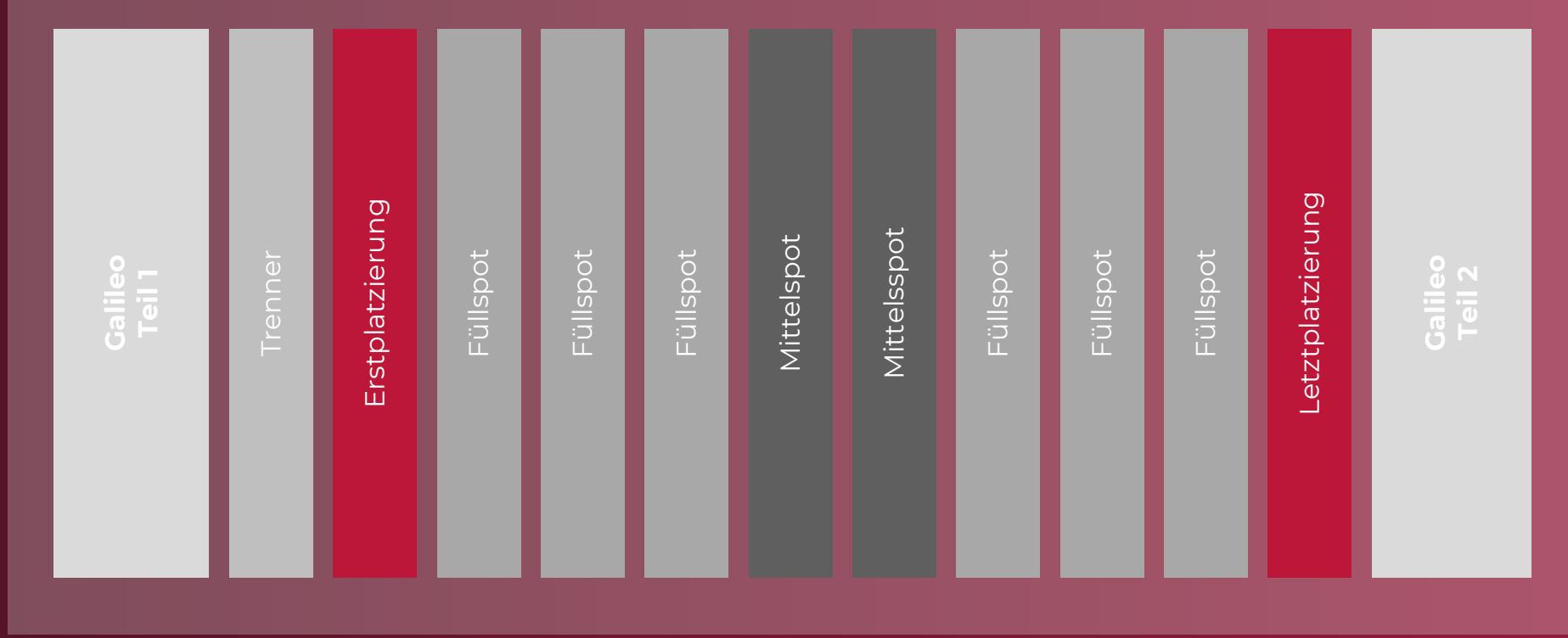
## Like for like

Für Eck- und  
Mittelplatzierung  
identische Spots im  
direkten Vergleich

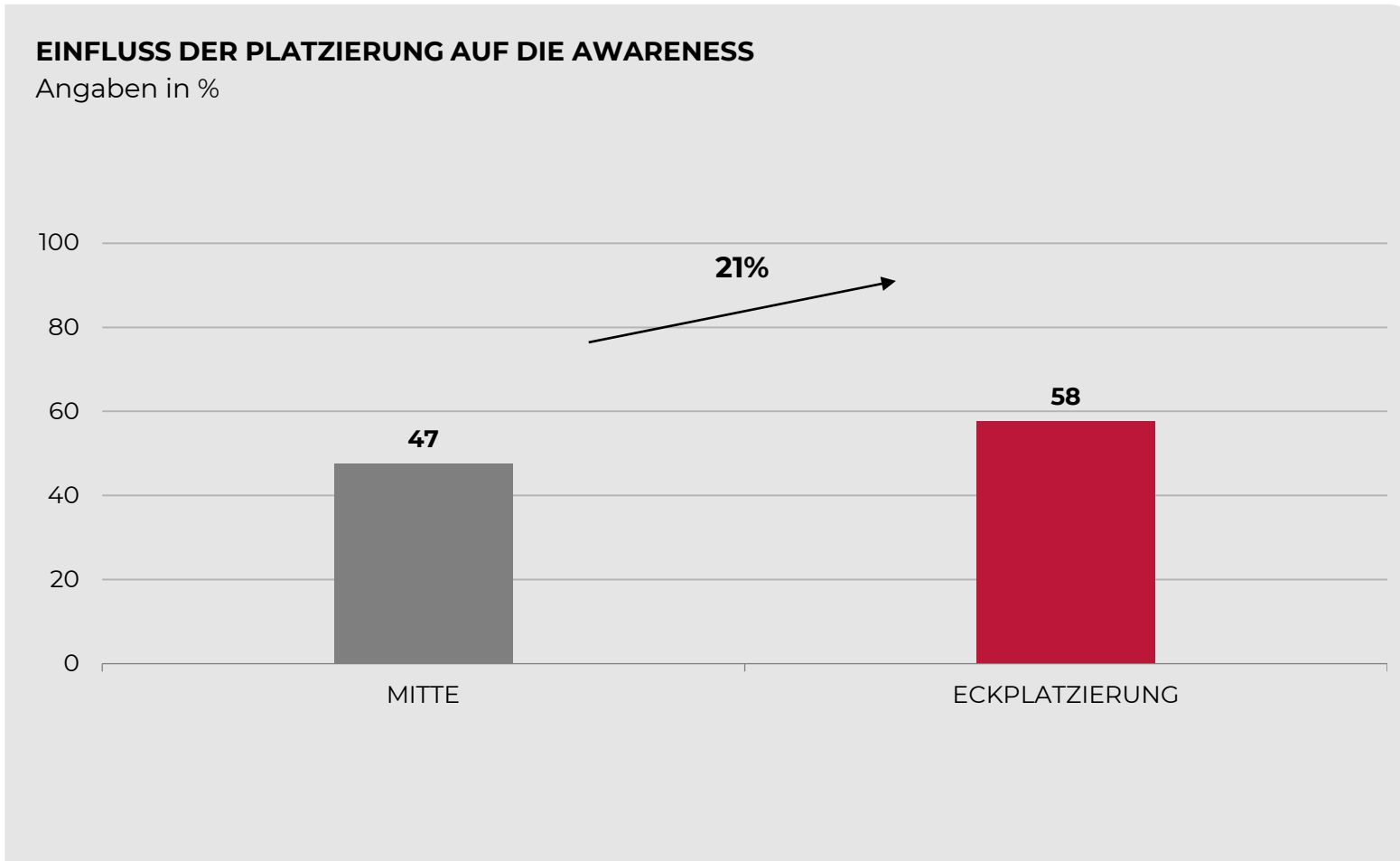
2

## Generalisierende Ergebnisse

Vergleich von Eck- und  
Mittelplatzierung, keine  
identischen Spots



# ECKPLATZIERTE SPOTS WERDEN BESSER ERINNERT



# BEWERTUNG VON PLATZIERUNG UNABHÄNGIG

## EINFLUSS DER PLATZIERUNG AUF DIE BEWERTUNG

Angaben in % (Top2)

