

## AdSuccess

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 Befragungen werden mittels Cookie-Tracking über ein Online-Panel ab Werbemittelkontakt durchgeführt. Befragt werden nur Personen, die Kontakt mit der Werbung hatten.

in Zusammenarbeit mit

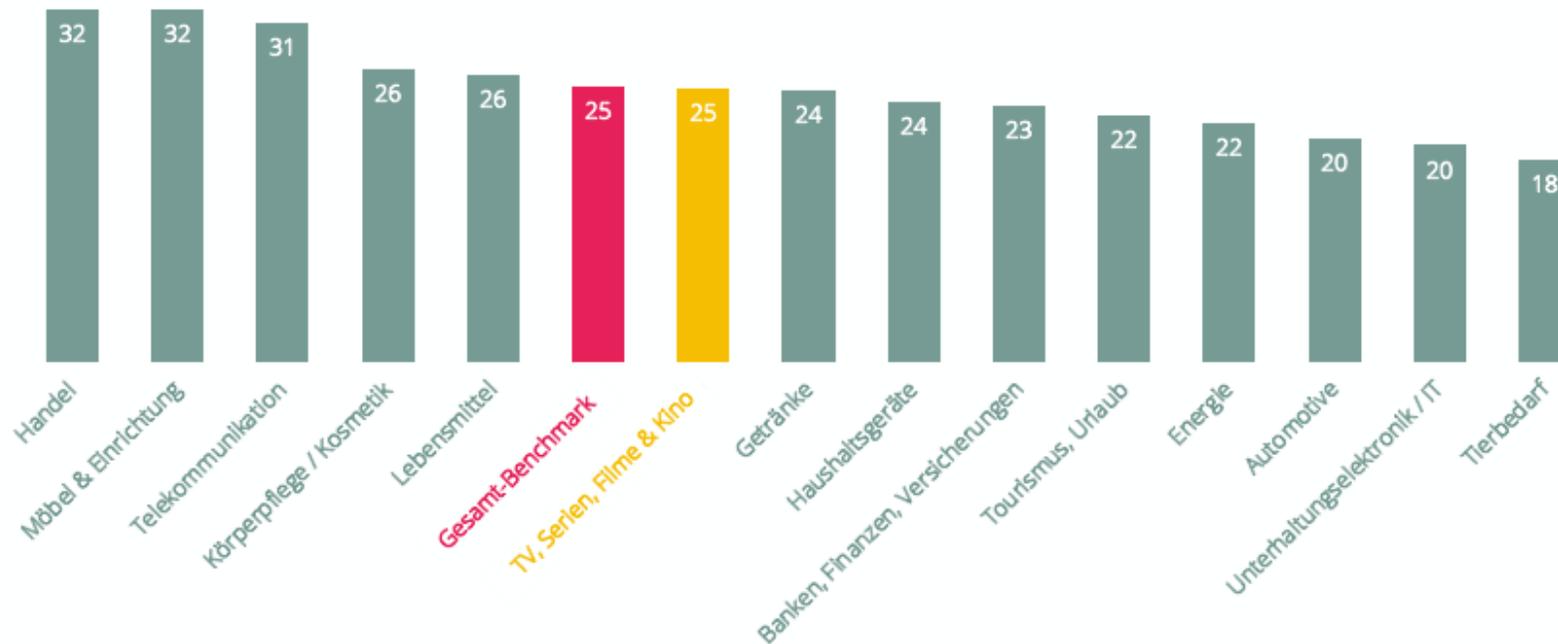


# AdSuccess TV, Serien, Filme & Kino – Werbe-Recall nach Branche

Der **Recall-Wert** der Branche TV, Serien, Filme & Kino liegt mit 24,8 nahe am Durchschnitt, dieser liegt bei 24,9 Prozent. Die Branche liegt damit im Vergleich zu den anderen 13 Branchen im Mittelfeld. An die digitale Werbung aus dem Bereich TV, Serien, Filme & Kino können sich die befragten Personen durchschnittlich gut erinnern.

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



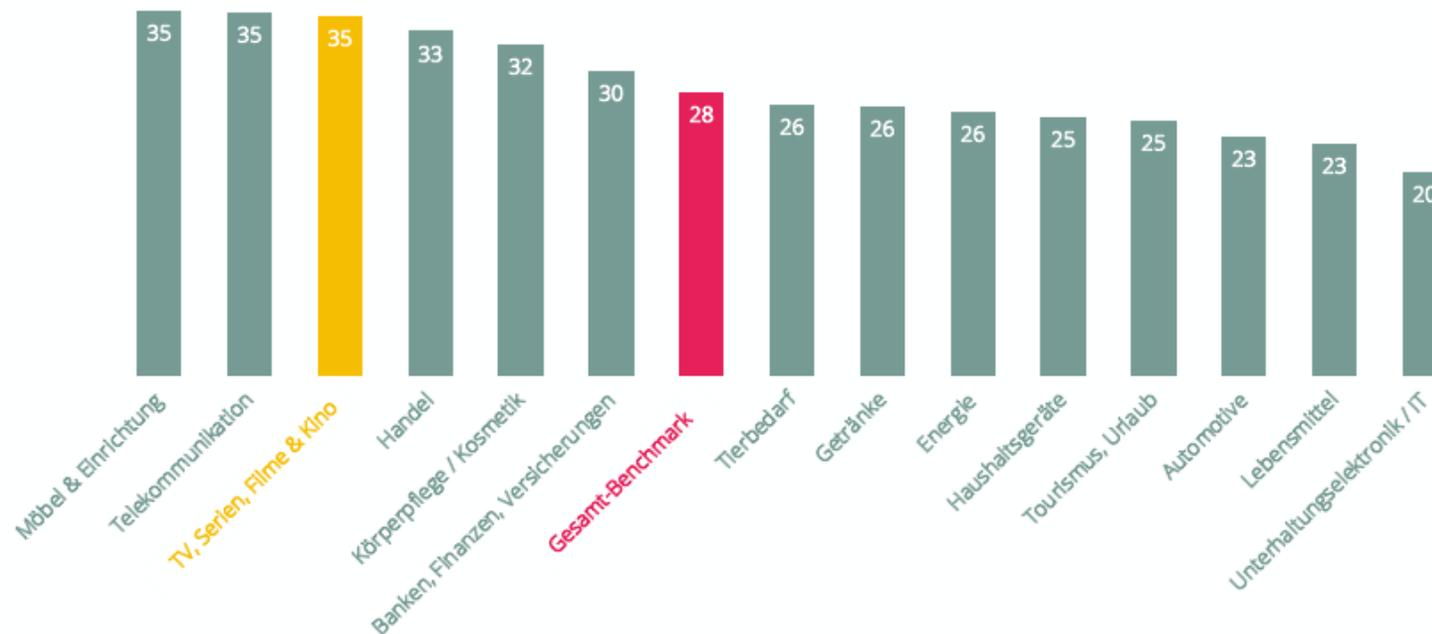
**Gesamt-Benchmark:** aller bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen, **Branchen-Benchmark:** aller bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen in der jeweiligen Branche, Angabe in %, Branchen für die mindestens 5 getestete Online-Kampagnen vorliegen wurden ausgewiesen, Stand: 6.Juni.2024; © Copyright MindTake Research

# AdSuccess TV, Serien, Filme & Kino – Recognition nach Branche

Hinsichtlich **Wiedererkennungswert** ist die Branche „TV, Serien, Filme & Kino“ unter den Spitzenreitern zu finden: Nach Vorlage der Werbemittel können sich 34,9 Prozent der Befragten an die jeweiligen Sujets aus der Branche TV, Serien, Filme & Kino erinnern. Der Gesamt-Benchmark liegt hier bei 27,5 Prozent, die Branche liegt damit über dem Durchschnitt.

Verglichen mit dem Gesamt-Benchmark werden die Kampagnen für die Branche TV, Serien, Filme & Kino sehr gut wahrgenommen.

Respondenten werden 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**.



**Gesamt-Benchmark:** aller bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen, **Branchen-Benchmark:** aller bisher von MindTake getesteten Online-Kampagnen in der jeweiligen Branche, Angabe in %, Branchen für die mindestens 5 getestete Online-Kampagnen vorliegen wurden ausgewiesen, Stand: 6.Juni.2024; © Copyright MindTake Research

## Über MindTake Research

MindTake Research ist ein Full-Service Marktforschungs-Institut mit Sitz in Wien. Das Unternehmen führt sowohl qualitative als auch quantitative Studien on- und offline durch. Durch die Integration von behavioral Data aus unterschiedlichen Quellen kann MindTake seinen Kunden eine holistische Sicht auf User und Shopper Journeys bieten.

MindTake Research GmbH  
Karlgasse 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)  
[www.mindtake.com](http://www.mindtake.com)

## Ihre Ansprechpartnerinnen für den iab AdSuccess



Dr. Eva Oberecker-Kurys  
Partner



Juliane Ortner, MA  
Research Consultant

### Downloads:

Grafik Recall: <https://bit.ly/459uaH8>

Grafik Recognition: <https://bit.ly/45rM609>

Foto Eva Oberecker-Kurys: [http:// bit.ly/3Dg52iU](http://bit.ly/3Dg52iU)

Logo MindTake: <http://bit.ly/2x4cpll>