



BEWEGTBILD IM FOKUS

Experimentelle Studie: InStream und OutStream – was hilft wie?

BEWEGTBILD

- InStream ist InStream.
- In-Page Bewegtbild hat sich weiterentwickelt – zu vielfältigen OutStream Formaten.
- OutStream Formate bieten eine sinnvolle Erweiterung für die digitale Bewegtbildstrategie.
- Wer über bewegte Bilder kommunizieren möchte, wer Bewegtbild sinnvoll aktivieren möchte, der muss beide Ansätze verfolgen und zusätzlich die Chancen von OutStream nutzen.



WAS BEWEGT?

Welche Aspekte rund um das Thema Bewegtbild sind planungsrelevant?

ZENTRALE FRAGEN

- Kann OutStream Bewegtbild das leisten, was auch InStream leistet?
- Wird OutStream Bewegtbild von den Nutzern überhaupt akzeptiert?
- Wie arbeiten die Formate für Marken? Was können sie leisten?
- Was kann die Kombination von InStream und OutStream Bewegtbild leisten? Welche Vorteile können dadurch bei der Kampagnenplanung generiert werden?
- Macht OutStream Bewegtbild hinsichtlich seiner Wirkkraft wirtschaftlich Sinn im Vergleich zu reinen InStream Kampagnen?

ANSATZ

- Für einen echten Vergleich der individuellen und kombinierten Wirkung wurde folgendes Szenario untersucht: **Completed View, inklusive Audio on.**
- Nur dieses Szenario ermöglicht es echte Vergleiche zu ziehen hinsichtlich der vollen Wirkkraft der unterschiedlichen Formate.



Pre-Roll InStream Spots (20/25 Sekünder)
Klassisches InStream Umfeld (TV Vermarkter, YouTube)



OutStream Spot (im Textumfeld) (20/25 Sekünder)
Content Video Ads im iq digital Umfeld

SETTING

InStream

InStream Bewegtbild
only Kontakt

(Online n=221; Mobile n=217)

OutStream

OutStream Bewegtbild
only Kontakt

(Online n=214; Mobile n=210)

Kombi OutStream- InStream

First OutStream
Second InStream

(Online n=110; Mobile n=109)

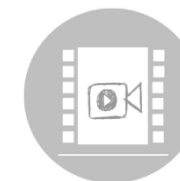
Kombi InStream- OutStream

First InStream
Second OutStream

(Online n=108; Mobile n=107)



+

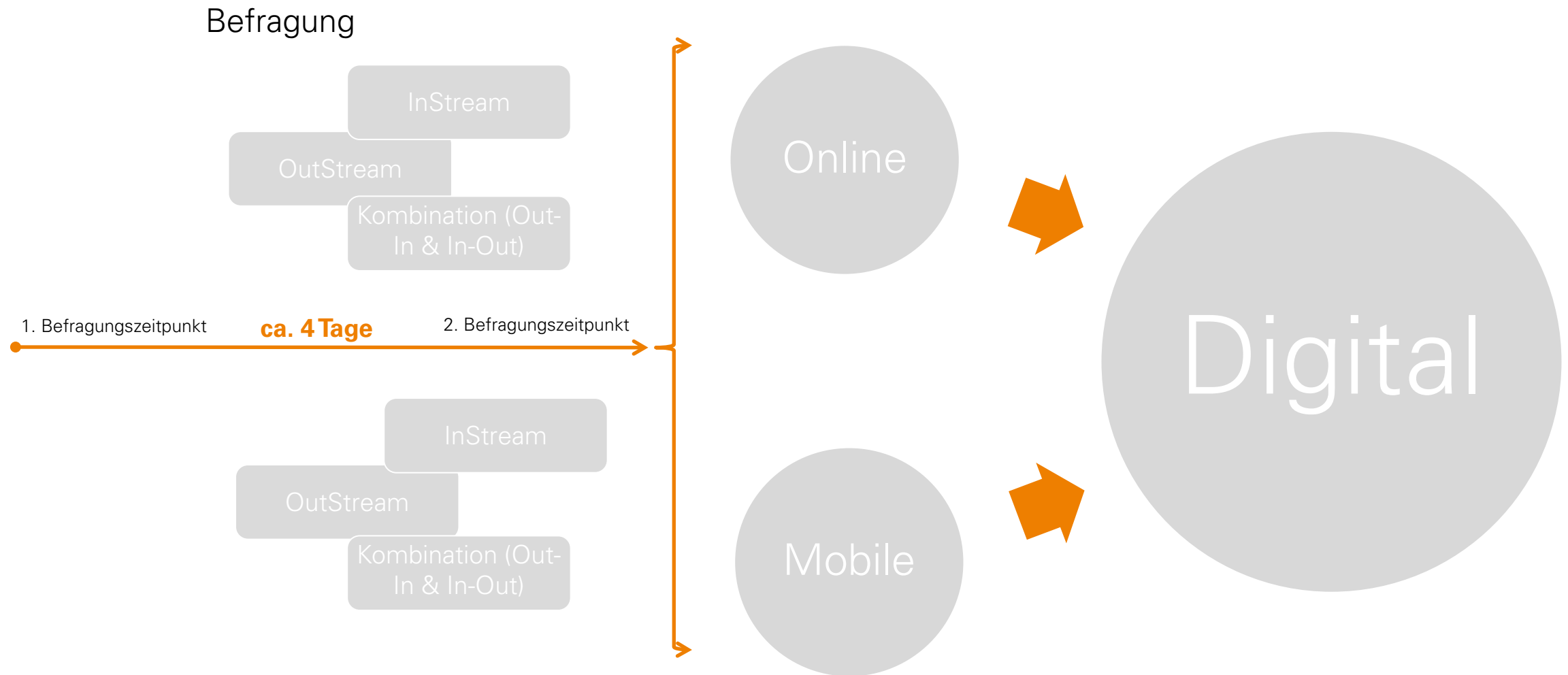


= Kombination Gesamt

DESIGN

- Vergleich der individuellen und kombinierten Werbewirkung von InStream und OutStream
- Studiendesign: Online- und Mobile-Befragung (panelbasiert), experimentelles Design, Werbemittelmanipulation während der freien Beschäftigung mit den Sites.
- Zielgruppe: 16-69-jährige Internetnutzer, Nutzer von iq digital Sites (OutStream) und klassischen InStream Sites.
- 1.296 Probanden insgesamt
- Je zwei Werbekontakte pro Gruppe über zwei Befragungszeitpunkte
- Zwei Kunden aus dem Bereich Personal Care / Food
- Completed View: Alle Befragten haben die InStream Ad bzw. die OutStream Ad vollständig gesehen. Sound on.

ONLINE & MOBILE = DIGITAL



001



LEARNINGS

- OutStream Bewegtbild steht klassischen InStream-Videos hinsichtlich zentraler Werbewirkungs-KPIs in nichts nach und ist somit eine sinnvolle Ergänzung für die Bewegtbildstrategie.
- Zusätzliches Wirkpotenzial bietet insbesondere die Kombination von InStream Kontakten mit OutStream Bewegtbild Kontakten. Speziell hinsichtlich der inhaltlichen Arbeit für die Marke ist der Mix aus beiden Formaten deutlich überlegen und zu bevorzugen.
- In Kombination mit den Kostenvorteilen von OutStream Bewegtbild und der Verfügbarkeit von OutStream Bewegtbild ist eine Mixtur beider Formate eine effiziente Option für die Bewegtbildplanung.

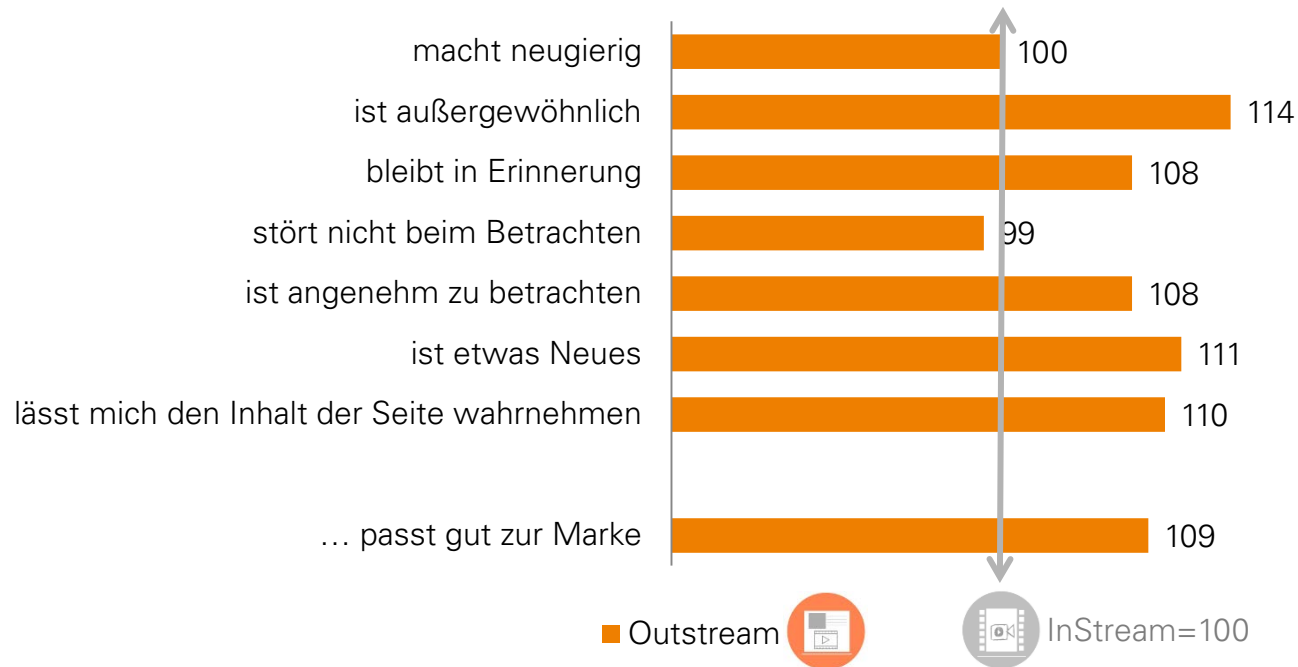
LEARNINGS

- OutStream Bewegtbild ist ein von den Nutzern akzeptiertes Format.
 - Im Vergleich zu InStream wird OutStream Bewegtbild in einigen Teilaspekten als noch angenehmer empfunden.
 - Dies zeigt sich Online, als auch Mobile. Somit ist OutStream in beiden Kanälen eine echte Ergänzung in der Bewegtbildstrategie.
 - Die Einbettung der OutStream Bewegtbildformate in den redaktionellen Content scheint besonders förderlich für eine positive Markenwahrnehmung. Im Vergleich zu klassischen, seit langem genutzter In-Page Bewegtbildformate, zeigt sich ein höheres Wirkniveau.
- In den Kernzielgruppen (FMCG Produkte) starke Effekte insbesondere im Kanal Mobile.

OUTSTREAM IST NEU, ANGENEHM UND ÜBERRASCHT

Basis: Mobile-Studie, Index: InStream = 100

Frage: Wie beurteilen Sie ganz allgemein folgende Form der Werbung? Bitte beurteilen Sie nur die Werbeform, unabhängig von Inhalt oder beworbener Marke.



- Auch auf dem Smartphone wird OutStream als neue, außergewöhnliche Werbeform wahrgenommen, die in Erinnerung bleibt
- Dabei ist sie angenehm zu betrachten und lässt den User den Inhalt der Seite weiter wahrnehmen.

NUTZER SCHÄTZEN DIE WERBEFORM

Basis: Online-Studie, Index: InStream = 100

Frage: Wie beurteilen Sie ganz allgemein folgende Form der Werbung? Bitte beurteilen Sie nur die Werbeform, unabhängig von Inhalt oder beworbener Marke.

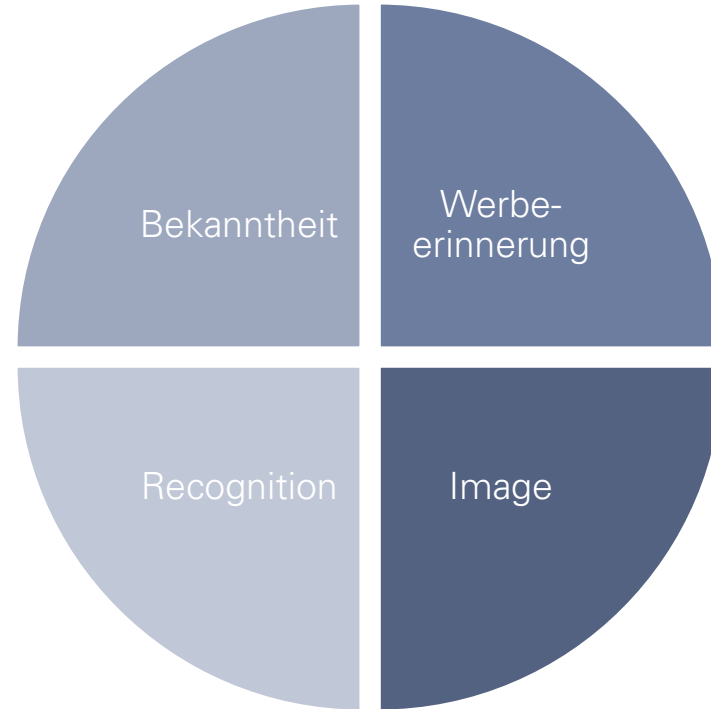


- Nutzer schätzen die Werbeform OutStream vor allem dafür, dass sie sich gut in ihr Umfeld einfügt
- OutStream wird als außergewöhnlich und neu wahrgenommen und bleibt in Erinnerung.

DIGITALE WIRKUNG

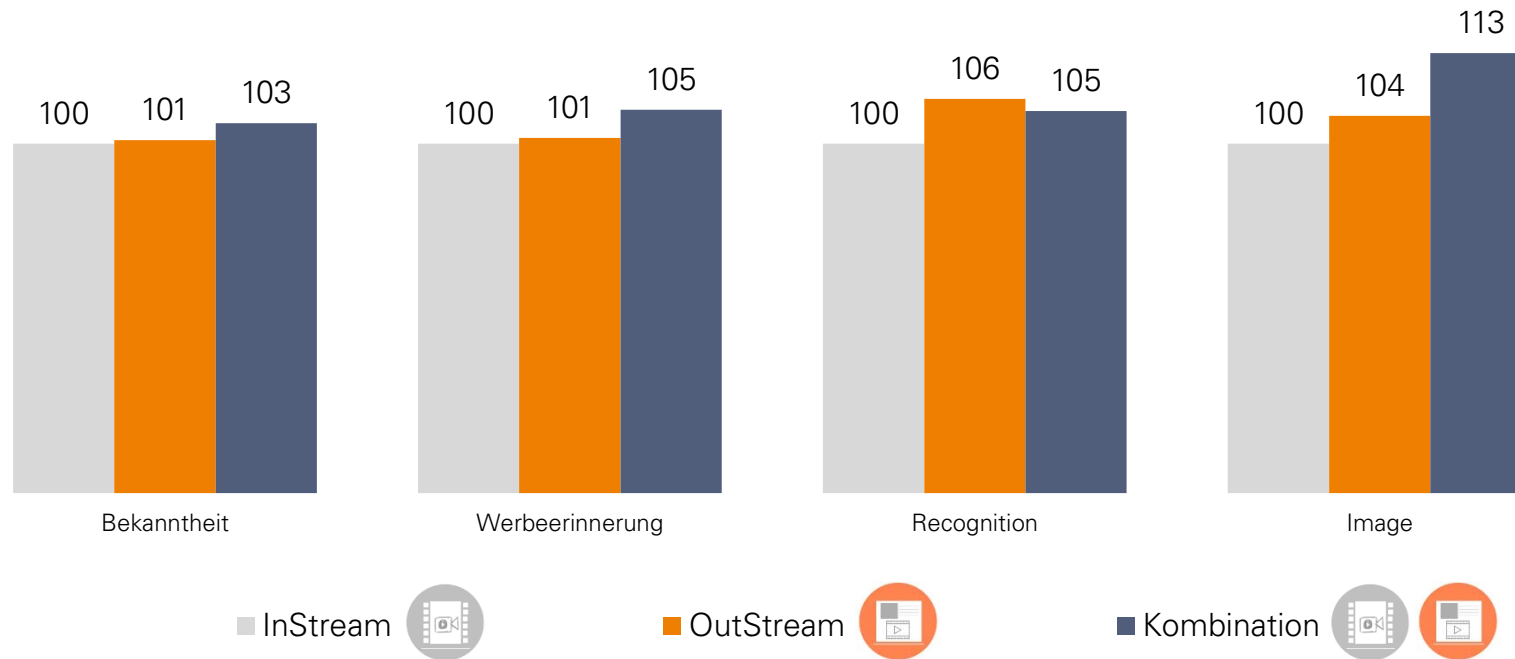


ZENTRALE WERBEWIRKUNGSPARAMETER



OUTSTREAM LIEFERT PERFORMANCE!

Basis: Gesamtstudie Digital (Mobile/Online), Completed View, Index: InStream = 100



- OutStream steht klassischen InStream-Videos hinsichtlich Werbewirkung in nichts nach
- Erhebliches Potenzial durch Kombination von OutStream und InStream-Kontakten

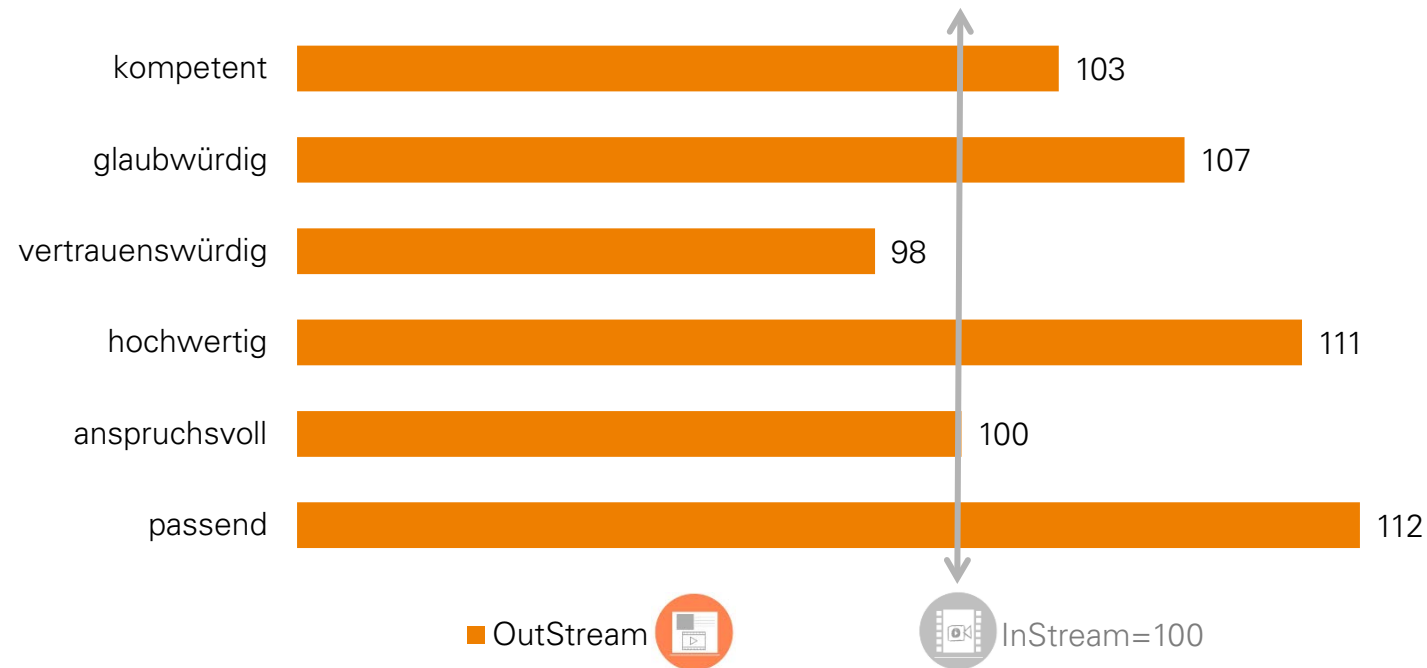
ONLINE



VERMITTELT HOCHWERTIGKEIT

Basis: Online-Studie, Index: InStream = 100

Frage: Geben Sie für jeden Begriff an, ob er für Sie zur eben gesehenen Werbung passt oder nicht.

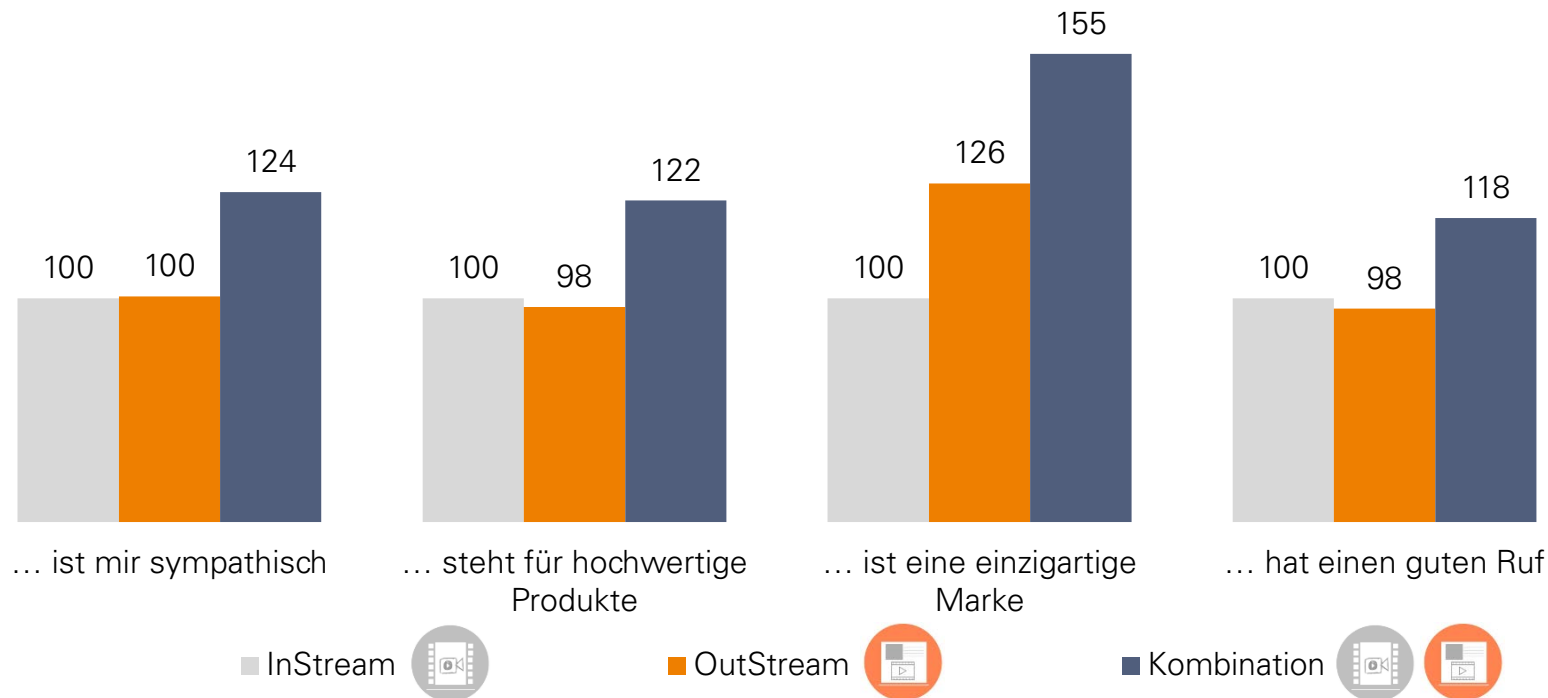


- OutStream Bewegtbild wird als besonders glaubwürdig, hochwertig und passend wahrgenommen.

KOMBI-KONTAKTE BEFÖRDERN IMAGE

Basis: Online-Studie, Index: InStream = 100

Frage: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen über die beworbene Marke zu? Die Marke ...



- Einzigartigkeit der Marke durch OutStream sehr gut vermittelbar.
- In- und OutStream-Kontakte sorgen in Kombination für klare Steigerung der Imagewerte.

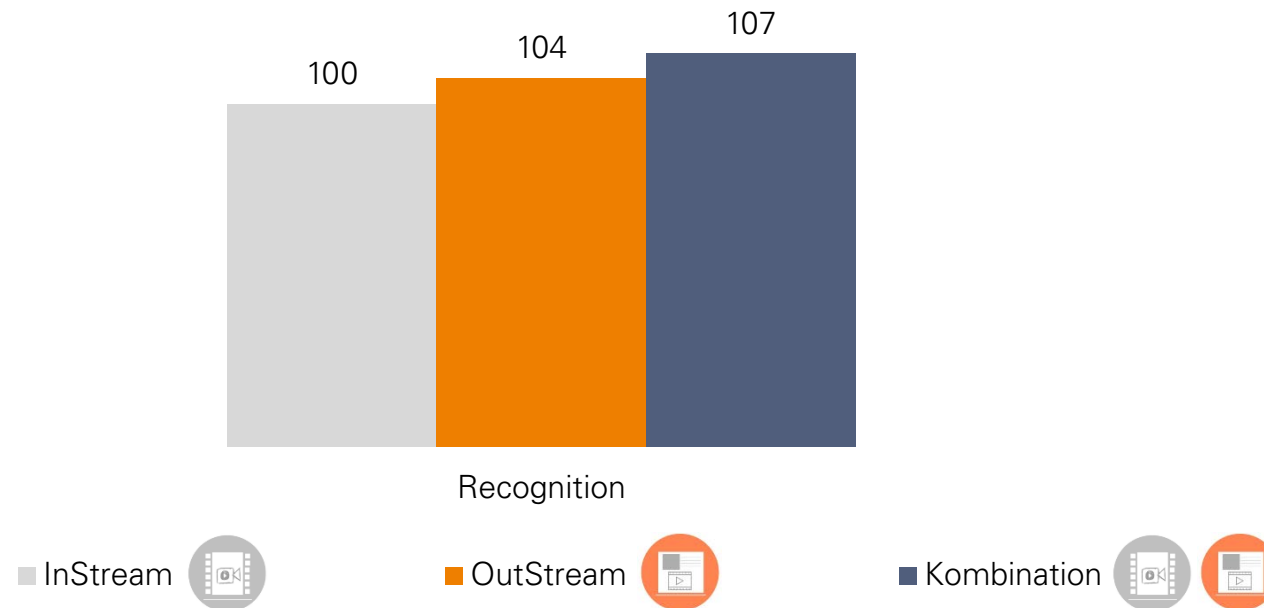
Image: Top-Box: stimme voll und ganz zu (4-stufige Skala)

Basis: InStream n=212; OutStream n=209; Kombination n=213

OUTSTREAM WIRD HÄUFIGER ERKANNT

Basis: Online-Studie, Index: InStream = 100

Frage: Können Sie sich erinnern, diese Werbung während des zuvor gezeigten Videos gesehen zu haben?



- Nutzer mit Kontakt zu OutStream-Werbung erkennen den eingesetzten Spot etwas häufiger wieder.
- Zusätzlicher Uplift durch Kombination von In- und OutStream-Kontakten.

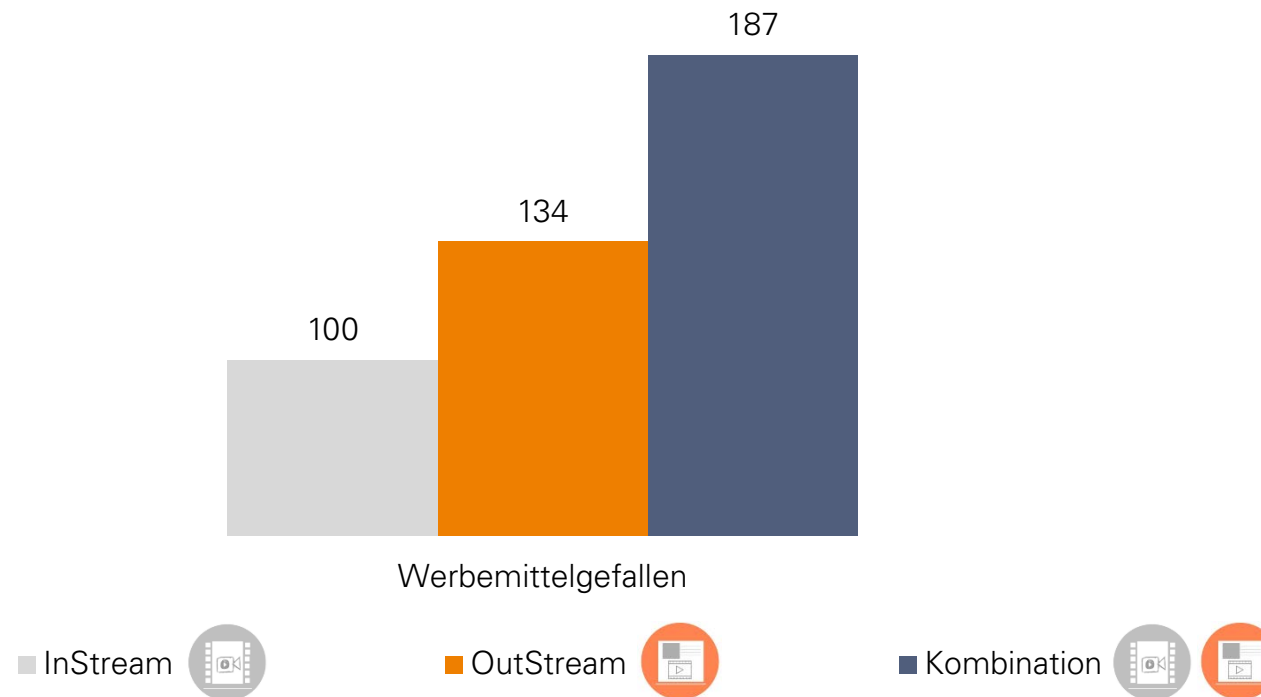
Recognition: Werbemittel erkannt (ja)

Basis: InStream n=221; OutStream n=214; Kombination n=218

OUTSTREAM-WERBUNG GEFÄLLT!

Basis: Online-Studie, Index: InStream = 100

Frage: Und wie gefällt Ihnen diese Werbung?



- Das gleiche Werbemittel gefällt als OutStream-Video besser.
- Die Variation der Werbeformen überzeugt auch hier die Nutzer.

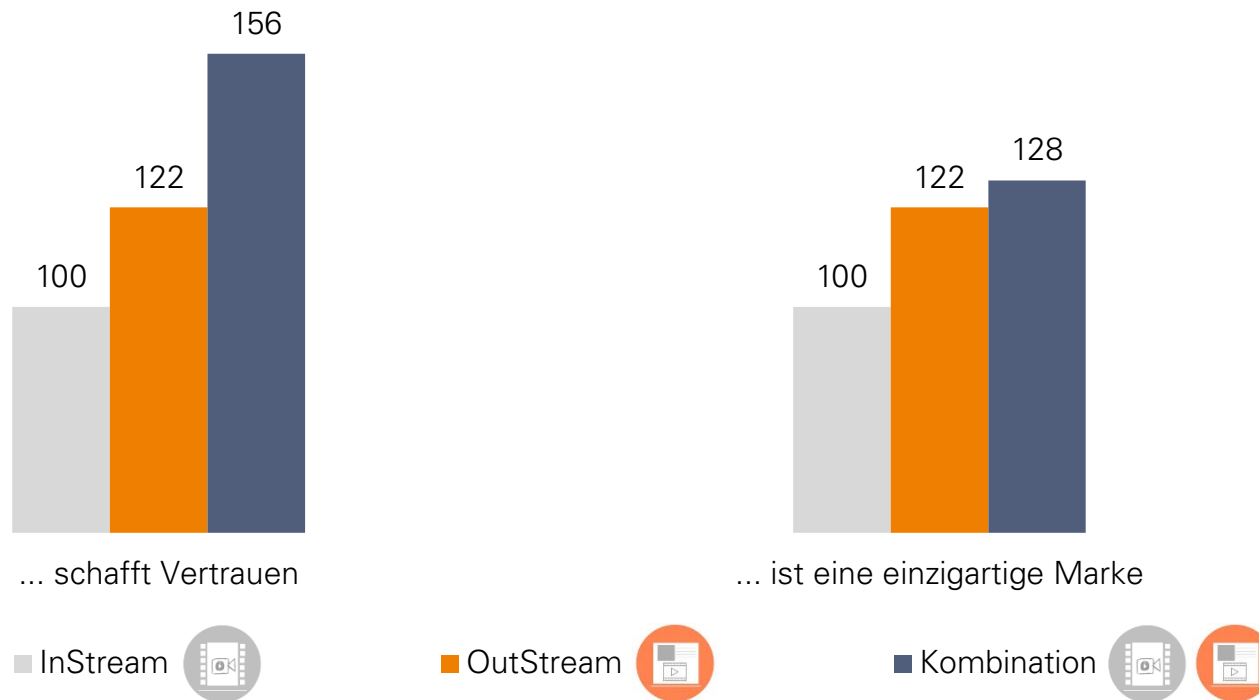
KERNZIELGRUPPE



IMAGEAUFWERTUNG DURCH VERTRAUEN

Basis: Mobile-Studie, Produktverwender, Index: InStream = 100

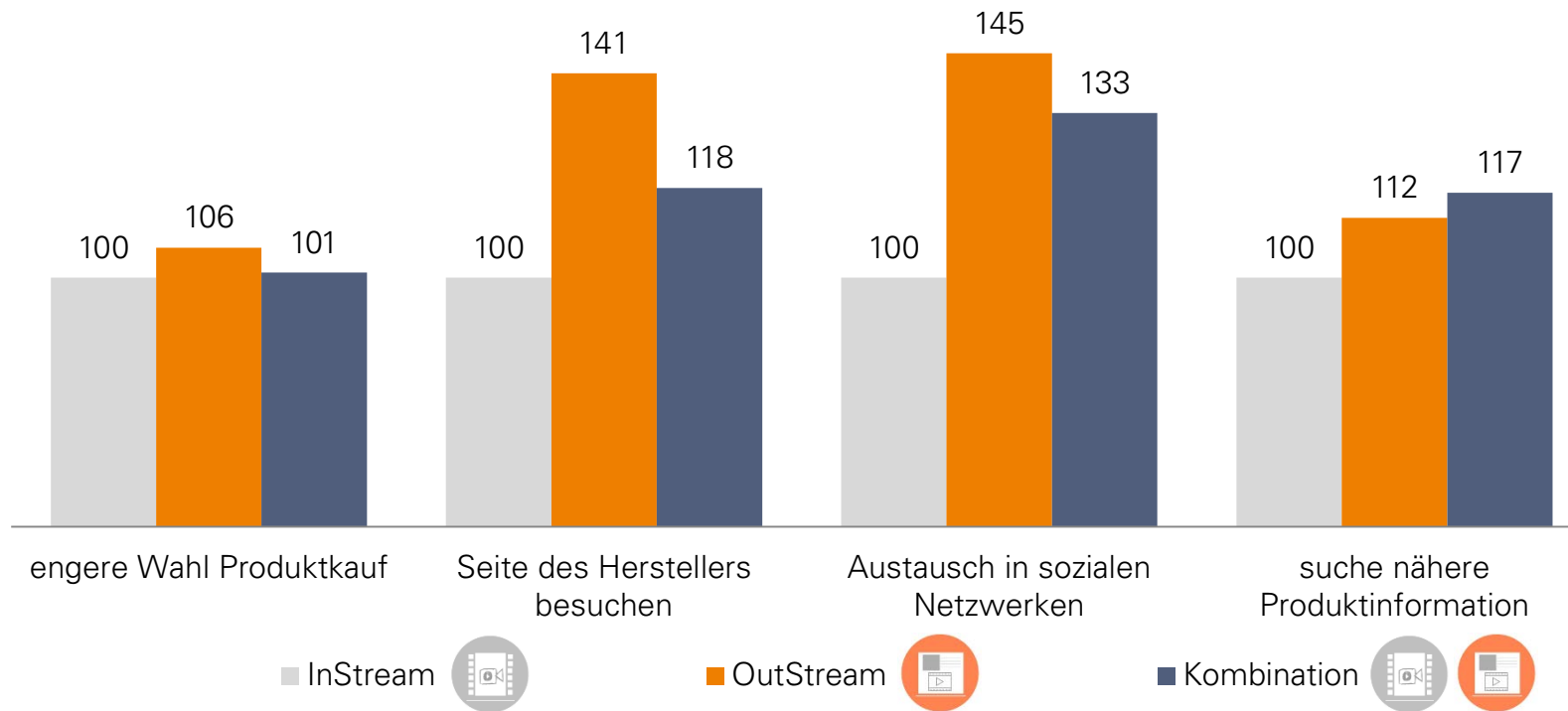
Frage: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen über die beworbene Marke zu? Die Marke ...



- Nach Kontakt mit OutStream-Werbung erhält das Markenimage bei Produktverwendern einen Schub in Richtung Vertrauen und Einzigartigkeit.
- Steigerung der Wirkung durch Kombination der Werbeformen InStream und OutStream.

OUTSTREAM AKTIVIERT VERWENDER

Basis: Mobile-Studie, Produktverwender, Index: InStream = 100



- Produktverwendern lassen sich durch den Kontakt mit OutStream-Werbung auf einem Smartphone sehr gut aktivieren.
- Auch die Kombination beider Werbeformen bewirkt einen klaren Gewinn gegenüber reinen InStream-Kontakten.

Produktverwender Top3: täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche

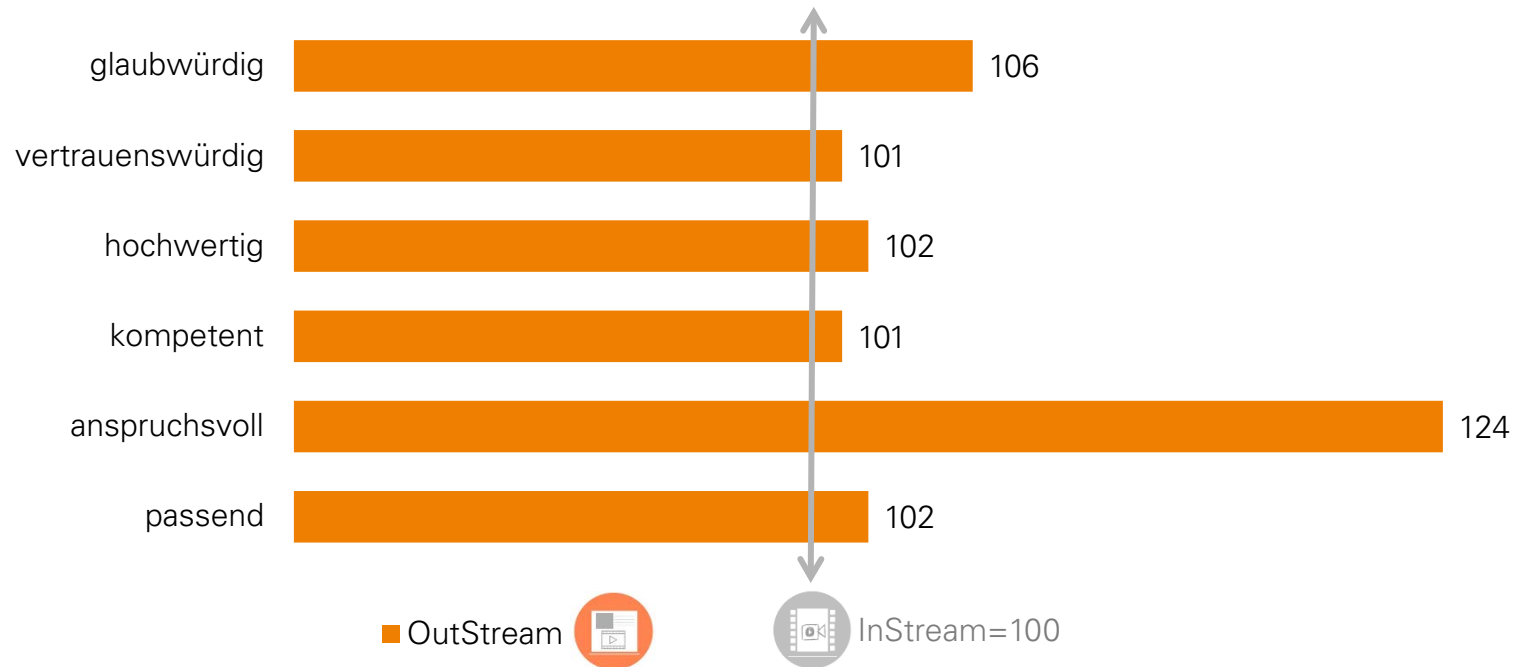
Aktivierung: Top2-Box: stimme voll und ganz zu / stimme zu (4-stufige Skala)

Basis: InStream n=47; OutStream n=44; Kombination n=33

OUTSTREAM VERMITTELT QUALITÄT

Basis: Mobile-Studie, Produktverwender, Index: InStream = 100

Frage: Geben Sie für jeden Begriff an, ob er für Sie zur eben gesehenen Werbung passt oder nicht.



- Produktverwender bezeichnen Werbemittel im OutStream-Format als besonders anspruchsvoll und glaubwürdig.

EMPFEHLUNGEN

0065

EMPFEHLUNGEN

- Keine Scheu vor OutStream Bewegtbildformaten. Sie sind eine ideale Ergänzung zu InStream Kampagnenplanung und eine echte Ergänzung für die Bewegtbildplanung.
- OutStream Bewegtbildformate machen Sinn – Online und Mobile.
- In Kombination mit den Kostenvorteilen von OutStream Bewegtbild und der Verfügbarkeit von OutStream Bewegtbild ist eine Mixtur beider Formate eine effiziente Option für die Bewegtbildplanung.