



Die Challenge: Welche Motive sind auffällig?

GIK GmbH – Juni 2016

b4t best for
tracking.

Aufmerksamkeit wird durch ungewöhnliche Motive erregt...

Die 20 auffälligsten Anzeigen im Überblick

ANDERS SEIN ZAHLT SICH FÜR ANZEIGEN AUS

- Natürlich muss es nicht immer eine Anzeige im Comic-Stil sein, wie es JET sehr erfolgreich vorgemacht hat – aber um als auffällig wahrgenommen zu werden, muss eine Anzeige eben mehr bieten als eine reine Produktabbildung.
- Gefordert sind mutige, neue Ideen, ein Produkt zu inszenieren – und natürlich visuelle Elemente, die zum Hinschauen verführen. Mit Dynamik, ungewöhnlichen Perspektiven – und manchmal auch nackter Haut – geht das deutlich besser als mit textlastigen Advertorials ohne visuelle Anker.



1. Telekom (2-1)



2. Jet (1-1)



3. Jet (1-1)



4. Mercedes-Benz (1-1)



5. Audi (1-1)



6. Otto (1-1)



7. Mazda (1-1)



8. neo-angin (1-2)



9. BMW (2-1)



10. VW (1-1)



11. Audi (2-1)



12. Jet (1-1)



13. Catrice (2-1)



14. Umckaloabo (1-2)



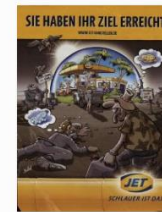
15. Christian Dior (2-1)



16. Opel (1-1)



17. Jet (1-1)



18. Jet (1-1)



19. Jack Wolfskin (1-1)



20. Mercedes-Benz (2-1)

Print- und Online-Motive

Top 5 – „ist auffällig“



1. Telekom (2/1)



2. Jet (1/1)



3. Jet (1/1)



4. Mercedes-Benz (1/1)



5. Audi (1/1)



1. Otto (Medium Rectangle)



2. Tommy Hilfiger
(Wide Skyscraper Sonderformat)



3. Milka (Billboard Sonderformat)



4. Saturn (Half Page Ad)



5. Mercedes Benz (Leaderboard)

**Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung mbH & Co. KG**

Goethestr. 21 / 80336 München
089 / 716 772 016 / [gik\[at\]dcore.de](mailto:gik[at]dcore.de)

gik