WAS IST GUTE WERBUNG?

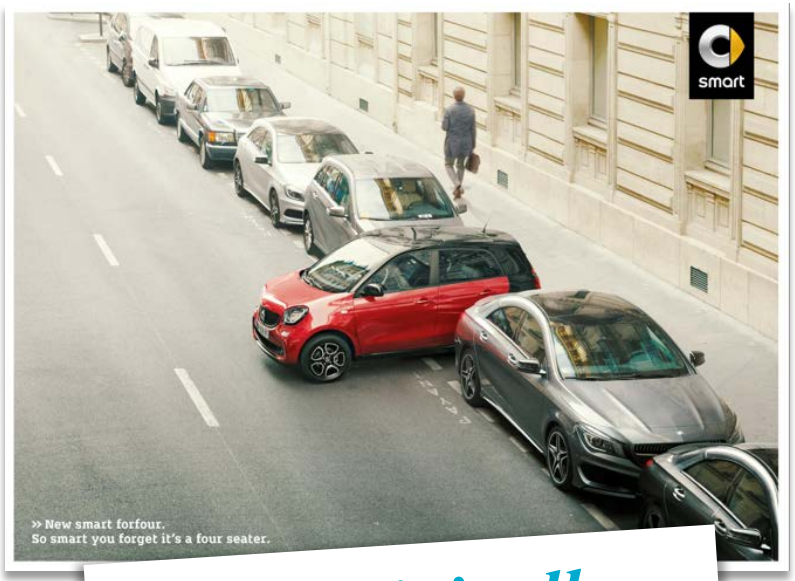
JULIA SCHEEL

b4p best for planning. b4t best for tracking.

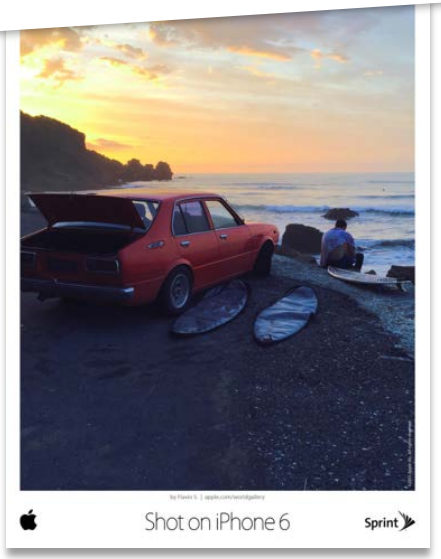
GUTE WERBUNG IST…

… sympathisch

… originell



oder einfach … nur schön?



Quelle: Clio Shortlist 2016, Clio Silver 2016, Clio Silver 2015

Wer glaubt, er sei in diesem Business,
um einen Goldenen Scheisslöwen
in Cannes zu gewinnen,
soll aufstehen und gehen.

AMIR KASSAEI | DDB

DER ERFOLG EINER KAMPAGNE KANN IMMER NUR SO GUT SEIN, WIE DAS EINGESETZTE WERBEMITTEL

Der Erfolg hängt ab von der…

Aufmerksam-keitsstärke

des Werbemittels

Marken-erkennung

Aktivierung

der Betrachter durch das Motiv

Beurteilung

des Werbemittels durch den Betrachter

WIRKUNGSANALYSE MIT best for tracking

400 Befragte
je Motiv

29 KPIs

600 Anzeigen
pro Jahr

120 Online-Motive
pro Jahr

Seit 2015 wurden im Kreativtracking insgesamt
1.320 Creatives getestet: 1.200 Print, 220 Online

Quelle: best for tracking 2015, 2016

VERDICHTUNG AUF VIER WIRKUNGSDIMENSIONEN JE MOTIV

Branche Fashion: Top-Motiv je Kategorie

Recognition

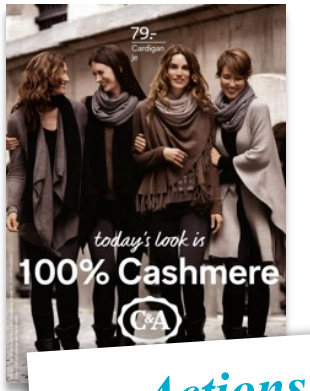
50%

25%

Branding

83%

45%



Actions Taken/Planned

40%

23%

Appeal

78%

Motiv

50%

Branchen-Benchmark

Quelle: b4t 15/16, jeweils Top Motiv in der Kategorie, Branche Bekleidung, Basis: gesamt

Your role is to sell, don't let anything distract you from the sole purpose of advertising.

DAVID OGILVY | OGILVY & MATHER

WERBUNG SOLL VERKAUFEN: AKTIVIERUNGSLEISTUNG DES WERBEMITTELS

Einstellung zum Produkt verbessert

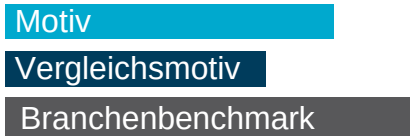
Werde Produkt ***kaufen***

Produkt in der ***engeren Wahl***

Werde ***Website*** des Produkts besuchen

Werde mir Produkt ***ansehen***

Werde mich mit Anzeige ***erneut beschäftigen***



Quelle: best for tracking 2015, 2016

WERBUNG SOLL VERKAUFEN: TOP-MOTIV „AKTIVIERUNG“

Jeder Dritte mit Anzeigenkontakt ist sicher:

„Ja, ich werde Krombacher kaufen.“

Krombacher erzielt mit 29% den **Topwert**

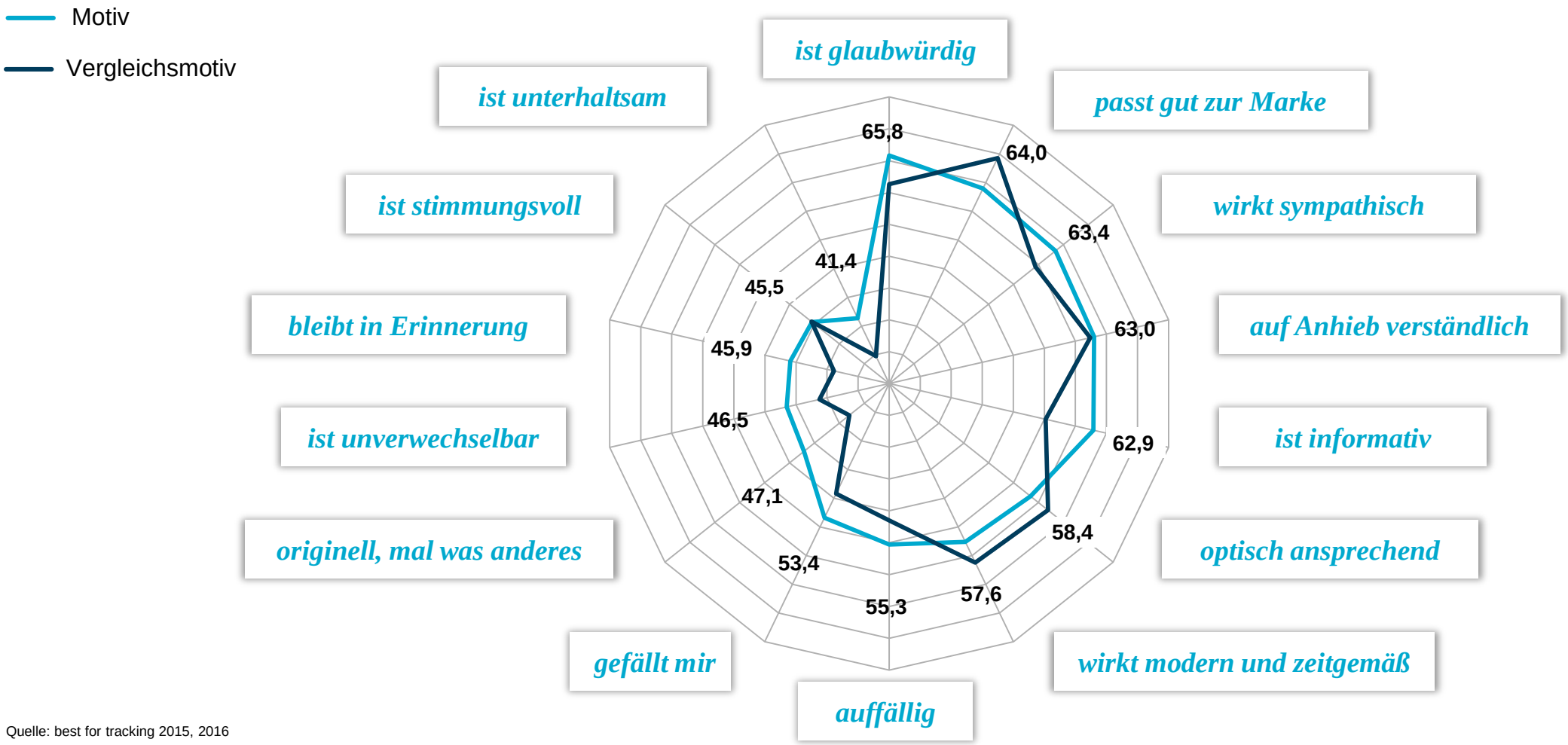
unter allen bisher getesteten Anzeigen.

Quelle: best for tracking 2015, 2016

… die Idee einer Kreation muss so gut sein, dass Menschen Teil davon werden wollen. Das tut sie nur, wenn ihnen eine Idee gefällt.

DR. STEPHAN VOGEL | OGILVY& MATHER

WERBUNG SOLL DIE MENSCHEN ANSPRECHEN: „APPEAL“



Quelle: best for tracking 2015, 2016

b4p best for planning. b4t best for tracking.

Never stop testing, and your advertising will never stop improving.

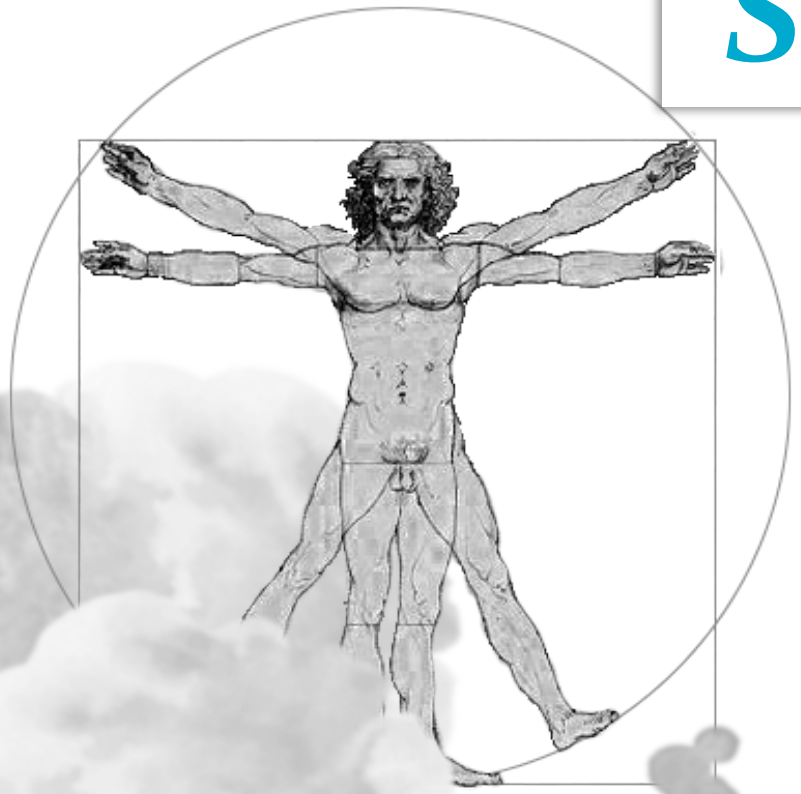
DAVID OGILVY | OGILVY & MATHER

Regeln sind dazu da, dass ein Künstler sie bricht. Aus einer Formel entsteht nie etwas Bemerkenswertes.

BILL BERNBACH | DDB

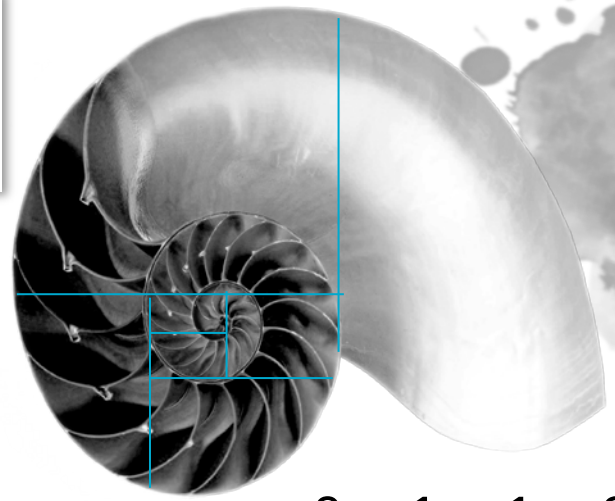
DESIGNCODES: PERFEKTE PROPORTIONEN

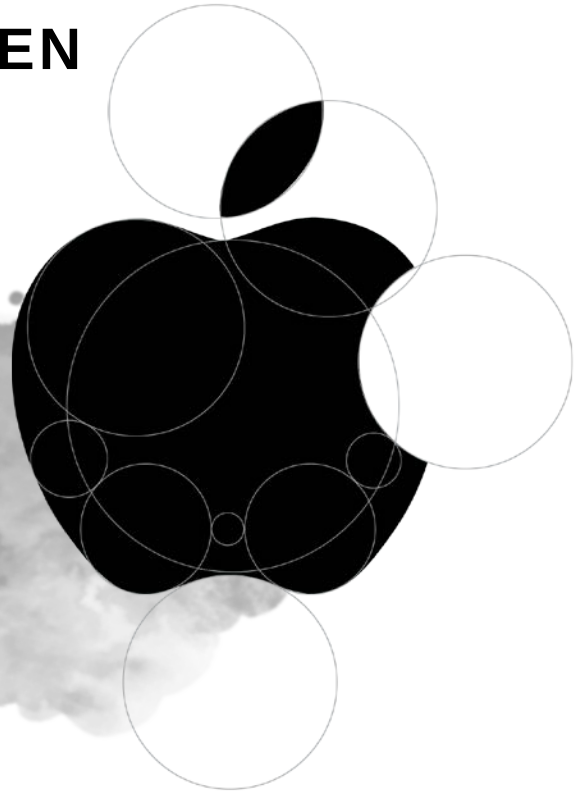
Goldener Schnitt



b
ca. 38,2%

a
ca. 61,8%





0 1 1 2 3 5 8 13

Fibonacci-Folge

Quelle: best for tracking 2015

DESIGNCODES IN b4t

Wirkungsanalyse mit b4t – Kodierung aller 1.320 Motive anhand von
über 300 Designcodes

Menschen

Frau, mit Blick in die Kamera, ernst, halbnackt

Pflanzen/Tiere

Sonstige Pflanzen, Schmetterlinge

Ad Specials

Beikleber, Warenprobe

Essen & Trinken

Alkoholische Getränke, Grill/Barbecue

Typo

Headlinebetonte Anzeige

Menschen

Gruppe, im Grünen, Lebensfreude, Party/Event

Architektur

Garten

Landschaft

Jahreszeit/Sommer

Quelle: best for tracking 2015, 2016

DESIGNCODES IN b4t

Am häufigsten arbeiten die Anzeigen mit folgenden Designcodes

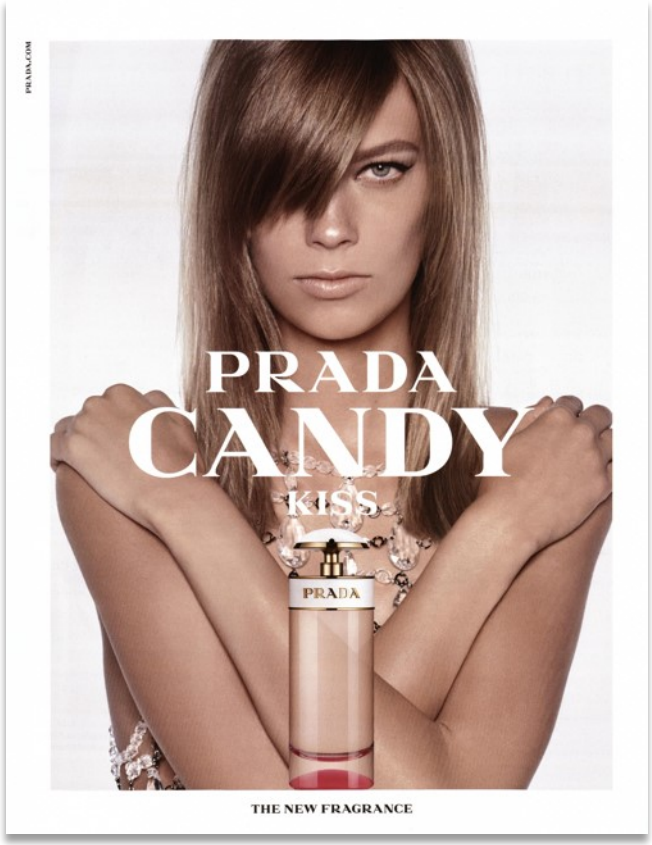
Mann/Frau

38%

Auf 38% aller Anzeigen ist eine Frau oder ein Mann abgebildet.

Blick in die Kamera

20%



Headlinebetonte Anzeigen

12%

Packshot

12%

Quelle: best for tracking 2015, 2016

DESIGNCODES IN b4t: URSACHE & WIRKUNG

Berechnung des **Zusammenhangs zwischen Designcodes und Key Performance Indicators**
(lineare Regression)

$$y_i = \theta_1 + \theta_2 x_i + \varepsilon_i$$

$$i = 1, \ldots, n$$

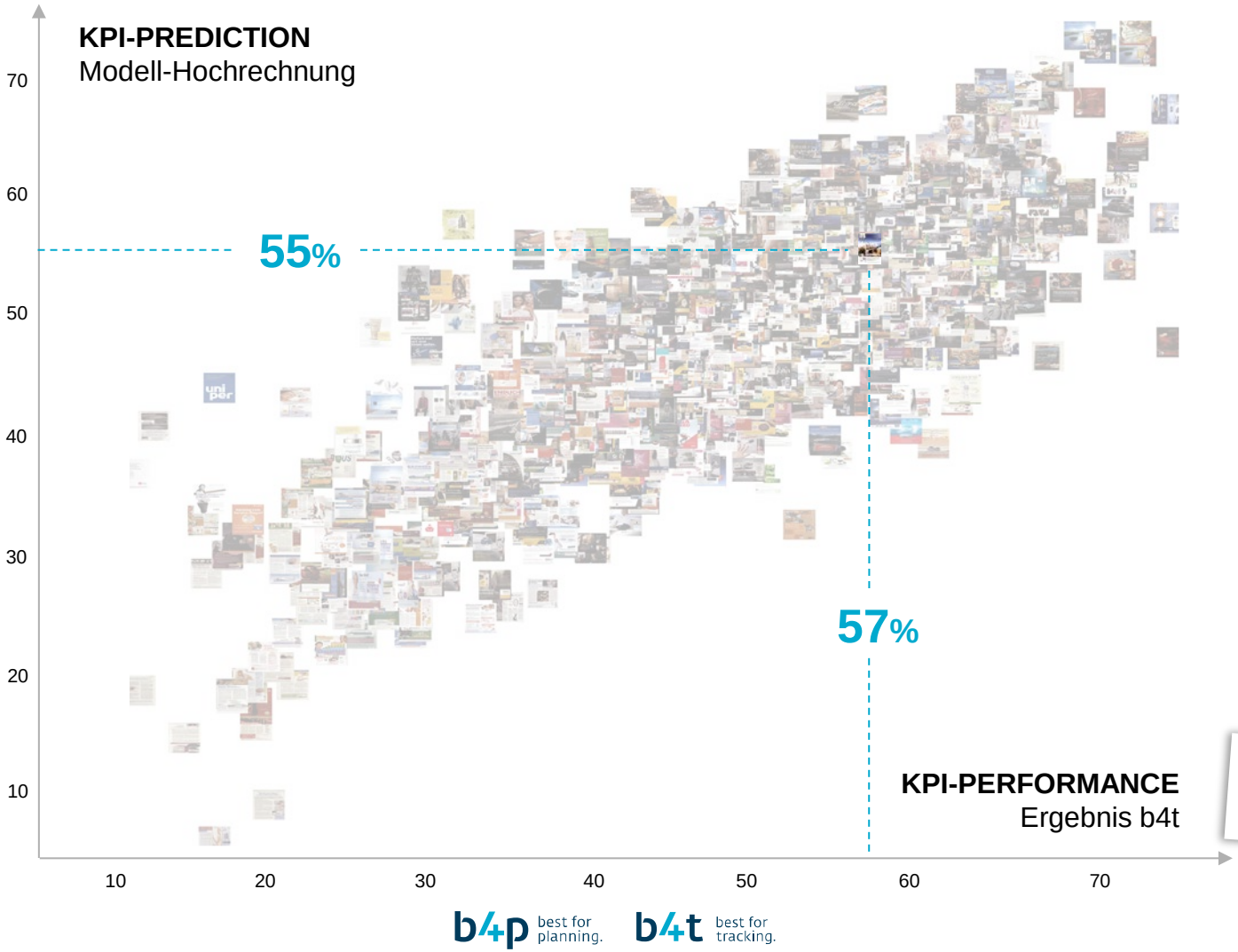
Prognosemodell

zur Vorhersage des KPI-Werts in Abhängigkeit der verwendeten Designcodes.

DESIGNCODE-MODELL b4t

Modell errechnet für die Designcode-kombination des Motivs einen **„Gefallen-Wert“ von 55%**

KPI-Prediction



KPI „Gefallen“

Im b4t-Kreativtracking erreicht die Anzeige einen **„Gefallen-Wert“ von 57%**

KPI-Performance

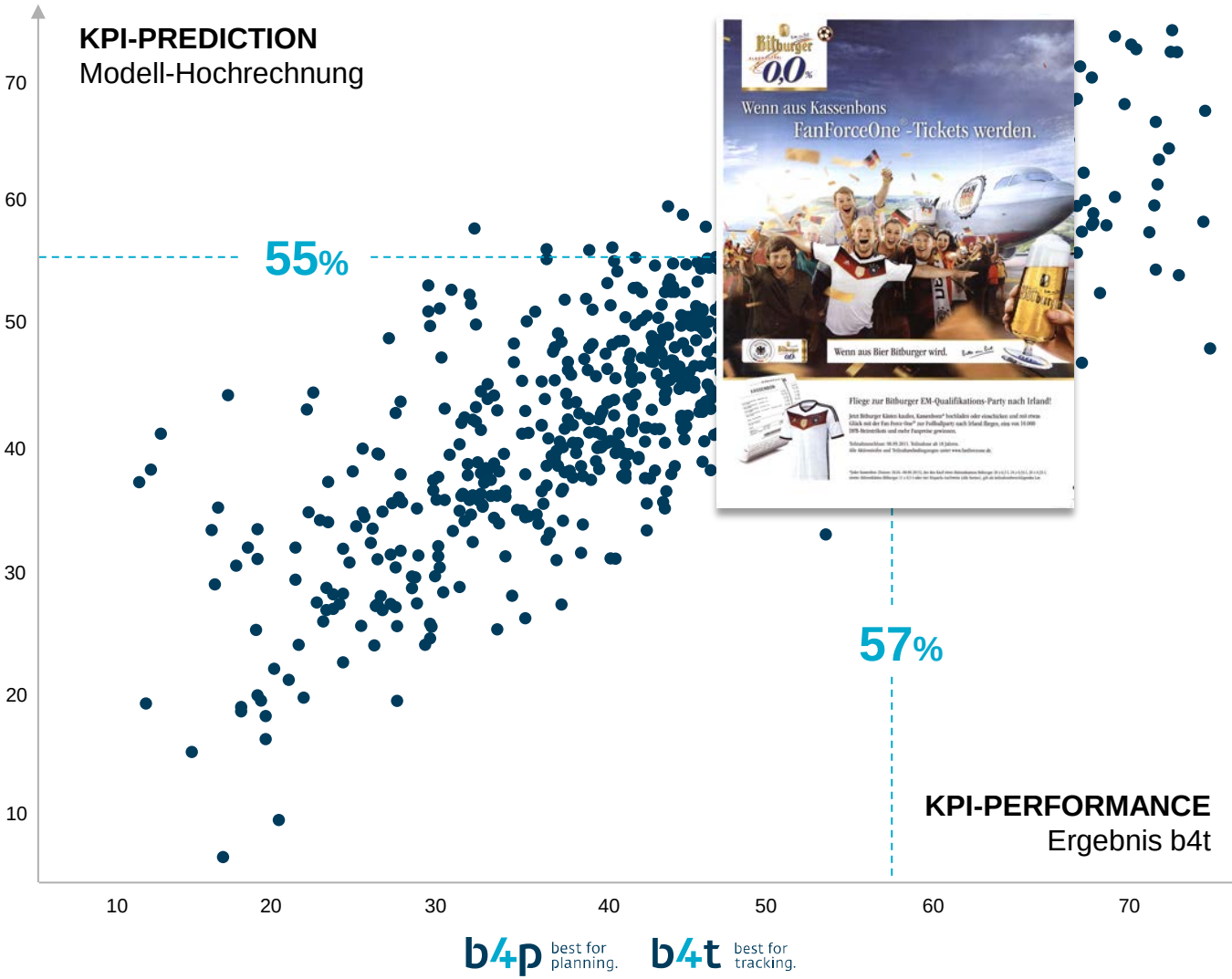
Quelle: best for tracking 2015, 2016

b4p best for planning. b4t best for tracking.

DESIGNCODE-MODELL b4t

Modell errechnet für die Designcode-kombination des Motivs einen **„Gefallen-Wert“ von 55%**

KPI-Prediction



KPI „Gefallen“

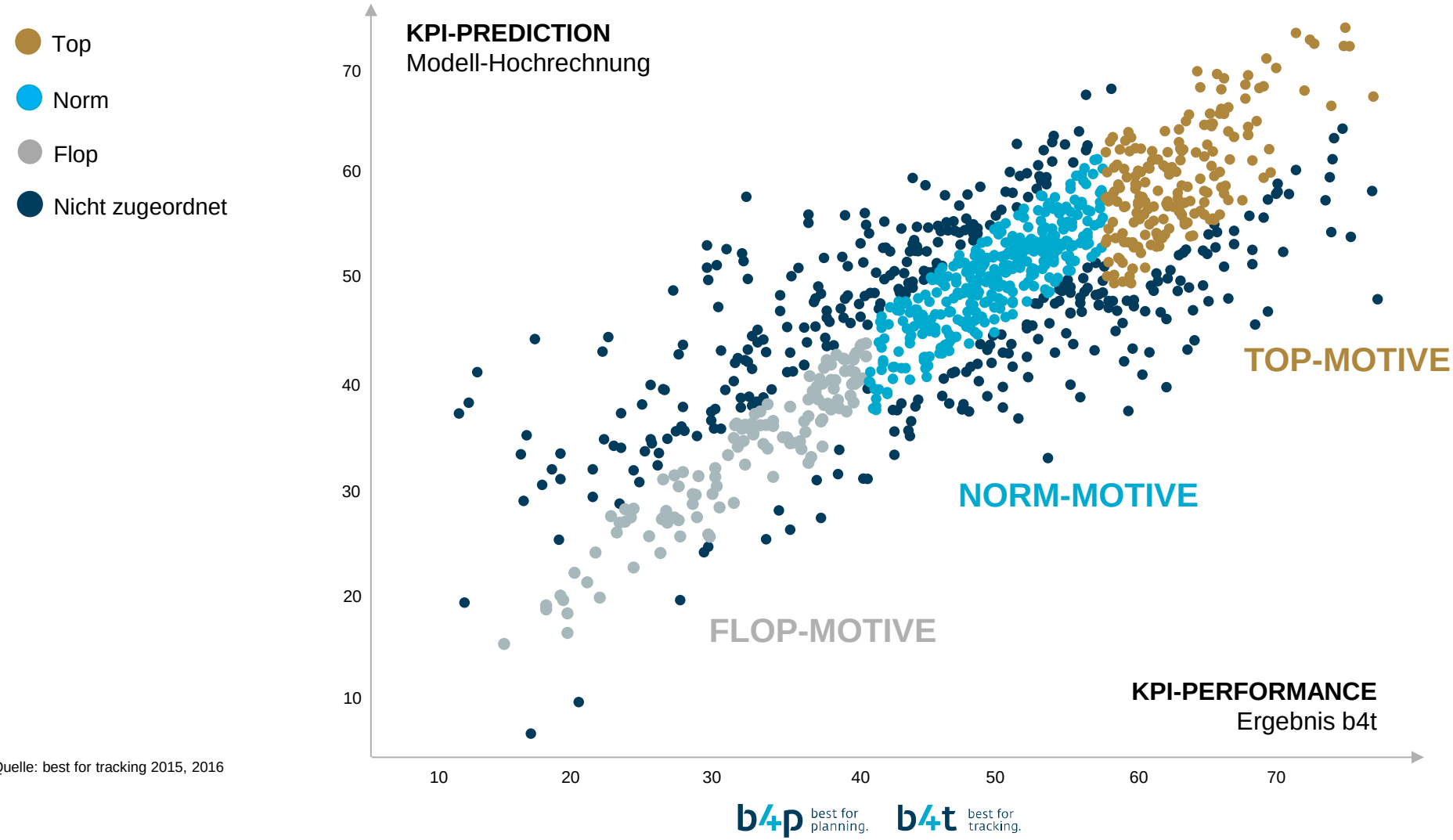
Im b4t-Kreativtracking erreicht die Anzeige einen **„Gefallen-Wert“ von 57%**

KPI-Performance

Quelle: best for tracking 2015, 2016

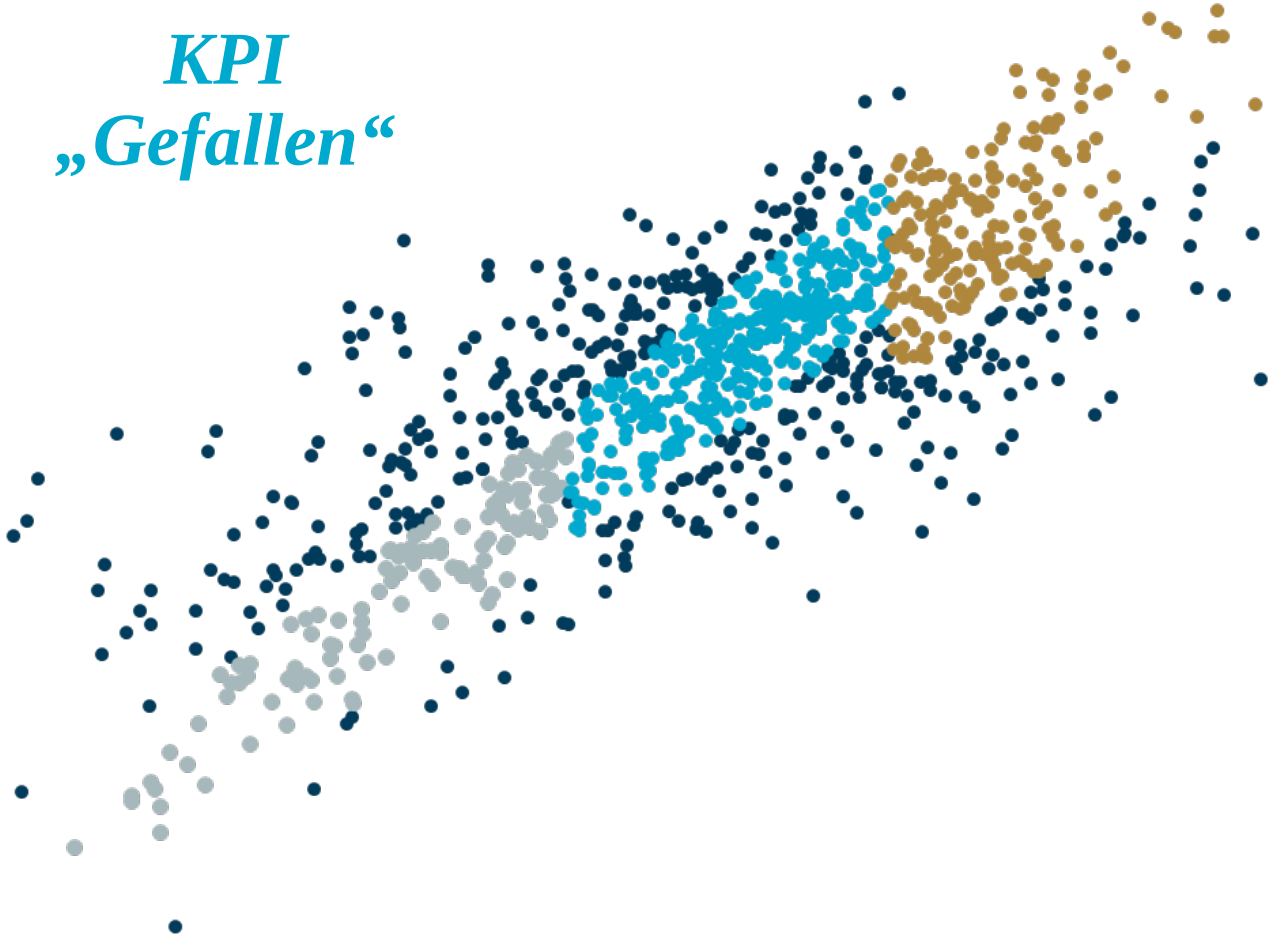
b4p best for planning. b4t best for tracking.

DESIGNCODE-MODELL b4t



Quelle: best for tracking 2015, 2016

DESIGNCODE-MODELL b4t



Quelle: best for tracking 2015, 2016

TOP-MOTIVE

- Menschen, Paar, umarmend, küssend, lachend, sexy
- Wasser, Strand, Berge, Schnee
- Himmel, Sonne, Licht-Schatten-Dramatik
- Pflanzen und Tiere

NORM-MOTIVE

- Mensch, Blick in die Kamera, Pack Shot, Headline
- Menschen in Bewegung, ernst
- Gebäude, Städte, Skyline
- Himmel, Nacht, Dunkler Hintergrund, Schwarz-Weiß-Effekte
- Sport: Motorsport, Fußball

DESIGNCODE-MODELL b4t

KPI „Gefallen“

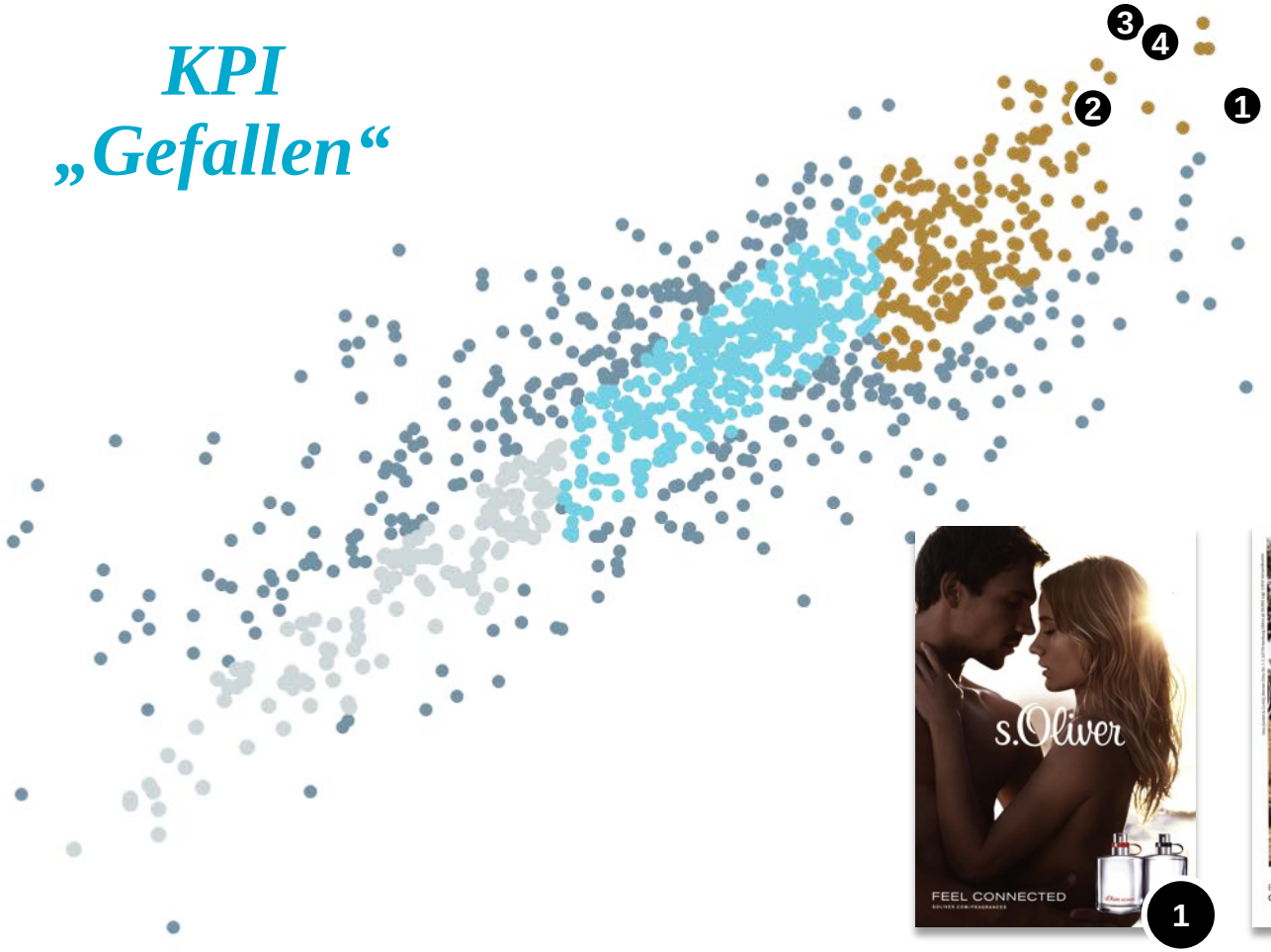
NORM-MOTIVE

- Mensch, Blick in die Kamera, Pack Shot, Headline
- Menschen in Bewegung, ernst
- Gebäude, Städte, Skyline
- Himmel, Nacht, Dunkler Hintergrund, Schwarz-Weiß Effekte
- Sport: Motorsport, Fußball

Quelle: best for tracking 2015, 2016

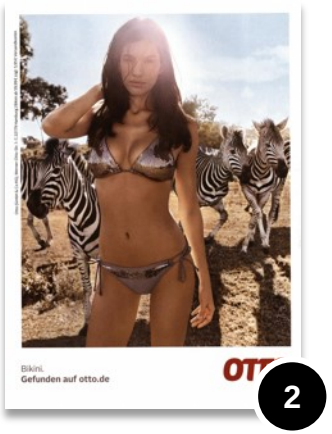
DESIGNCODE-MODELL b4t

KPI „Gefallen“



TOP-MOTIVE

- Menschen, Paar, umarmend, küssend, lachend, sexy
- Wasser, Strand, Berge, Schnee
- Himmel, Sonne, Licht-Schatten-Dramatik
- Pflanzen und Tiere



Quelle: best for tracking 2015, 2016

DESIGNCODES: "ART PROJECT PAINT NIX NUMBERS – MOST WANTED PAINTINGS"

Ukraine‘s Most Wanted

Krombacher-Motiv

KPI „Gefallen“

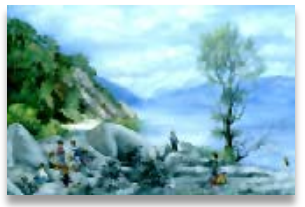
72%

USA's
Most Wanted
dishwasher size

Russia's
Most Wanted
television size

Iceland's
Most Wanted
dishwasher size

Kenya's
Most Wanted
small filing cabinet size



Turkey's
Most Wanted
dishwasher size

Portugal's
Most Wanted
dishwasher size

Quelle: Art Project Paint by Numbers: America‘s morst wanted and least wantend Paintings, Alex Melamid und Vitaly Komar

DESIGNCODE-MODELL b4t: OPTIMIERUNG DES KPI „GEFALLEN“

	FLOP-MOTIVE	NORM-MOTIVE	TOP-MOTIVE
Allgemein	x	Menschen, Blick in die Kamera, Packshot, Headline	Menschen, Blick in die Kamera, Packshot, Headline
Architektur	x	Städte, Gebäude, Innenaufnahmen, Parkplatz	Skyline, Städte
Landschaft	Sonne	Wasser, Himmel, Nacht, Wolken, Sturm, Regen	Wasser, Strand, Gebirge, Schnee und Eis, Himmel, Sonne, Sonnenauf- und Untergang,
Menschen	Bei der Arbeit, beim Sport, Telefonieren, Trinken, Familienfeste, Hände, Finger	Gruppen, Paare, in Bewegung, ernst, beim Kochen, Einkaufen, Reisen, Fans, Haare, Zähne	Gruppen, Paare, in Bewegung, küssend, umarmend, lachend, halbnackt/nackt, sexy, Mund, Rücken
Tiere, Pflanzen	x	x	Tiere/Hunde, Blumen, sonstige Pflanzen
Darstellung	Surreales, Verfremdungen, Spiegelungen, Animationen, Zynismus, einfarbiger Hintergrund	Dunkler Hintergrund, Schwarz-Weiß, Montagen, Licht-Schatten-Dramatik	Licht-Schatten-Dramatik, regionaler Bezug
Sport/Freizeit	x	Fußball, Motorsport	Meditation, Yoga
Automobile	Innenansicht	im Detail, von oben, Vorderansicht, Seitenansicht	Outdoor, in voller Fahrt, im Straßenverkehr
Sonstiges	Zitate, Beilage, QR-Code	Beihefter, Rabattcoupon, Gütezeichen, Produkt des Jahres, Social Media	Warenproben, Testsiegel, Neu, Hotline, SMS, Internet

Quelle: best for tracking 2015, 2016

ANALYSE & EINFLUSS VON GESTALTUNGSELEMENTEN

KPI „Gefallen“

UNDER-/OUTPERFORMER

- Setzen das Modell in Perfektion um
- Brechen die Regeln des Modells gekonnt
- Profitieren von Faktoren jenseits des Modells: Emotion, Zeitgeist

1

2

3

4

5

Quelle: best for tracking 2015, 2016

WAS IST GUTE WERBUNG?

Wirkungsforschung mit b4t
***zur Bewertung* der**
Werbemittel-Performance

- Ganzjähriges Tracking Print & Online
- Beurteilung der Werbemittel-Performance von 29 KPIs
- Benchmark-Analysen

Wirkungsforschung mit b4t
***zum Verständnis* der**
Werbemittel-Performance

- Auswertung von 300 Designcodes über alle getesteten Motive
- Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen Designcode-Kombination und Motiv-Performance

Erfolgreiche Werbung

soll die Menschen berühren und zum Kauf verführen.

Quelle: https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page

Die beste Anerkennung die man bekommen kann: Wenn die ganz normalen Leute, die sich nicht um die Werbebranche scheren, einem ein klein wenig Zeit schenken und sagen: „Das mag ich. Das hat etwas mit meinem Leben zu tun.“ Darauf kann man stolz sein.

AMIR KASSAEI | DDB