

Gutes Targeting macht Werbung sympathischer

In Kooperation mit **update** wollte die Mediaagentur Mindshare von Usern wissen, unter welchen Umständen Onlinewerbung für sie akzeptabel ist. Für die repräsentative Erhebung wurden 245 User im Alter von 15 bis 59 Jahren online befragt. Von Maximilian Mondel



Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare:

„Retargeting darf nicht zu aufgesetzt wirken und sollte dosiert eingesetzt werden.“

Wer für Onlinewerbung Geld ausgibt, möchte sicher gerne wissen, wann Onlinewerbung für Konsumenten akzeptabel ist und wann nicht. Ganz klar kommt bei der von **update** beauftragten und von der Mediaagentur Mindshare durchgeführten Studie heraus, dass eine präzise Zielgruppenansprache mittels Targeting eine gute Voraussetzung dafür ist, damit Werbung lieber gesehen wird. So gibt jeder Vierte an, dass die Werbung den eigenen Interessen entsprechen und personalisiert sein sollte.

Dafür ist Retargeting ein sehr gutes Instrument: Retargeting ist bereits 73 Prozent der Befragten schon einmal aufgefallen. Davon empfanden 14 Prozent die ausgespielte Werbung als nützlich, da sie auf die Interessen abgestimmt war. Rund jedem Zehnten wurde dadurch das Produkt wieder positiv in Erinnerung gerufen. Retargeting sollte jedoch sehr gut durchdacht sein. „Retargeting darf nicht zu aufgesetzt wirken und

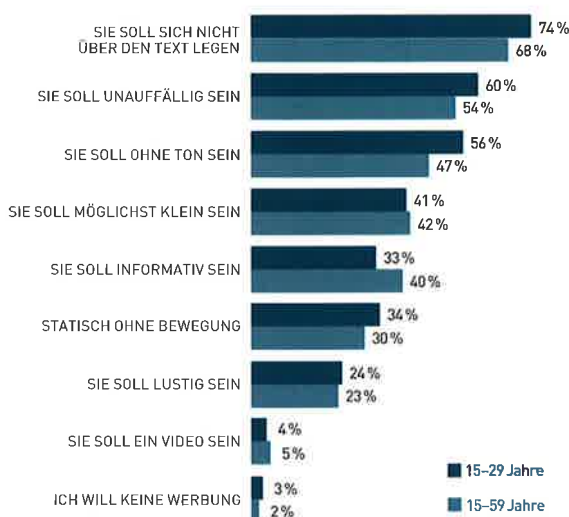
sollte dosiert eingesetzt werden, sonst fühlt sich der Konsument verfolgt und straft die Werbung ab“, erklärt Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare.

Jeder Vierte in der jungen Zielgruppe von 15 bis 29 Jahre gibt an, dass er durch Werbung auf seinem Smartphone und in Apps schon einmal auf neue Angebote und Produkte aufmerksam geworden ist. Wenig überraschend wird mobile Werbung natürlich dann besonders gut angenommen, wenn die App beziehungsweise der mobile Inhalt gratis sind.

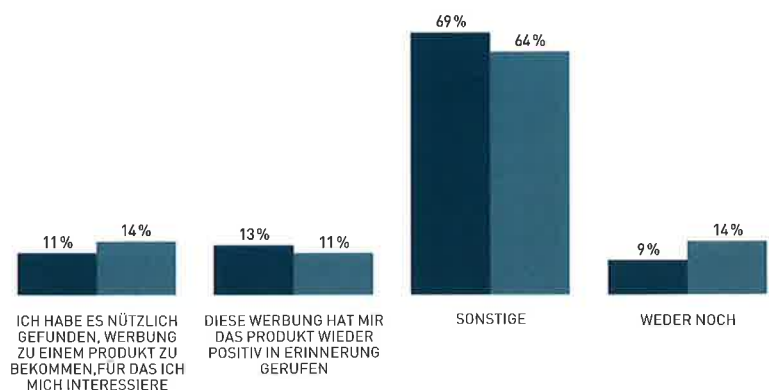
Wie sollte das ideale Werbemittel also aussehen und platziert sein? 68 Prozent der Befragten geben an, dass sich die Werbung nicht über den Text legen sollte, den man gerade nutzt. Darüber hinaus sollte Werbung unauffällig, also nicht zu penetrant, sein und außerdem sollte der Ton nicht automatisch mitlaufen. Und: 40 Prozent der Befragten geben an, dass Werbung für sie nützliche Informationen enthalten sollte.

Foto Mindshare/Inge Præder

Wie Onlinewerbung beschaffen sein sollte



Unter welchen Umständen Onlinewerbung am ehesten akzeptiert wird



Quelle: Mindshare/Werbeplanung at update, n = 245