



# YouGov Werbecheck in Zusammenarbeit mit HORIZONT

21. Juni 2017

**HORIZONT**

**YouGov**Reel

# Methodisches Vorgehen



Analyse von ca. 50 TV-Spots

Mehrheitlich bevölkerungsrepräsentative Stichproben

Testung im YouGov Online-Panel

Bewertungsmethode: Echtzeitbewertung mit YouGov ReelSpot

Zeitraum: letzte zwölf Monate (Juni 2016 bis Mai 2017)

# YouGov Werbecheck horizont.net

## SAMSUNG-SPOT IM WERBECHECK

### Mit fliegendem Strauß in neue Sphären

Keine Frage: Mit dem Spot "Ostrich" ist Samsung ein kreatives Highlight des noch relativ jungen Jahres gelungen. Der Spot, in dem ein Strauß dank einer VR-Brille aus dem Hause Samsung doch noch das Fliegen lernt, hat allerdings seine Tücken. ... >

von **Holger Geißler, Yougov** - 16. Mai 2017

Erfahren Sie mehr unter:  
[yougov.de/werbecheck](http://yougov.de/werbecheck)

## MCFIT IM WERBECHECK

### Der Arsch, nach dem man sich umdreht, fällt bei Zuschauern durch

"Wir sind der Arsch, nach dem du dich umdrehst", lautete der Spruch, mit dem McFit zuletzt um Neukunden warb. Auch wenn in dem Spot ausschließlich wohl geformte Hinterteile zu sehen sind: Dieser Art der Kundenansprache nicht. ... >

uar 2017

## #PAMPERSPAPA IM WERBECHECK

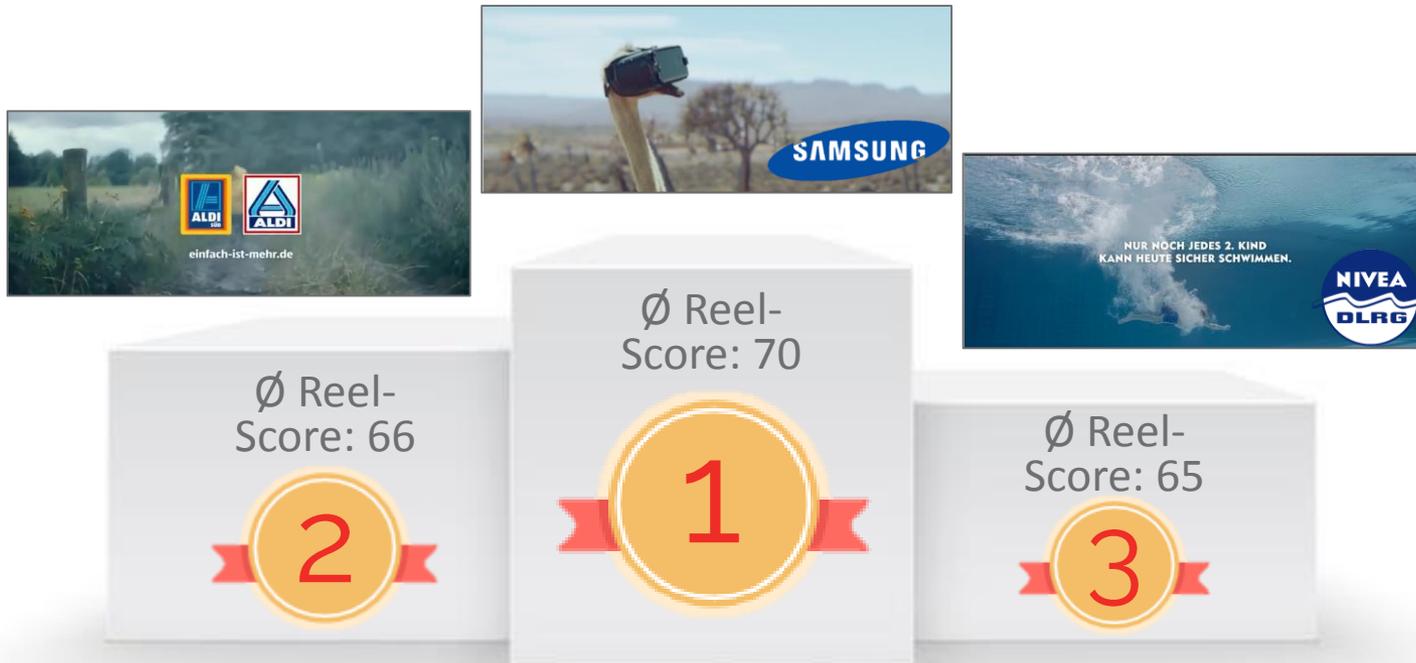
### Tätowierte Männer bei der Kinderpflege - wo kommen wir denn da hin?

In der jüngsten Kampagne von Pampers dürfen erstmals Väter die Windeln ihrer Babys wechseln. Im Werbecheck erklärt Yougov-Chef Holger Geißler, warum die P&G-Marke gemeinsam mit Heimat Berlin werbetekhnisch und gesellschaftlich mit dem Spot vieles richtig macht. ... >

von **Holger Geißler, Yougov** - 17. Oktober 2016

**YouGov** Reel

# Die Gewinner im Reel Ranking 2016/2017



Ranking nach dem durchschnittlichen Reel-Score

# Fliegender Strauß mit VR-Brille schießt mit vollem Schub über den Benchmark hinaus

Bewertung im Zeitverlauf



YouGov Werbecheck Jahresranking

Ø Reel-Score: 70



Die mitreißende Story rund um den flugunfähigen Vogelstrauß, der mit Hilfe einer VR-Brille das Fliegen lernt, spricht die Zuschauer emotional stark an. Gemischt mit atemberaubenden Landschaftsaufnahmen landet der Spot mit einem rasanten Anstieg der Kurve und einem insgesamt sehr hohen Bewertungsniveau auf Platz eins im Spotvergleich des letzten Jahres. Die musikalische Untermalung mit Elton Johns „Rocket Man“ rundet den sehr gelungenen Spot mit der tiefgründigen Message „Do what you can’t“ und einem Fünkchen Nostalgie ab.

Basis: alle Befragten, n=240; Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

© Copyright 2017



# Kindchenschema funktioniert im Spot, jedoch nicht in Verbindung mit der Marke ALDI

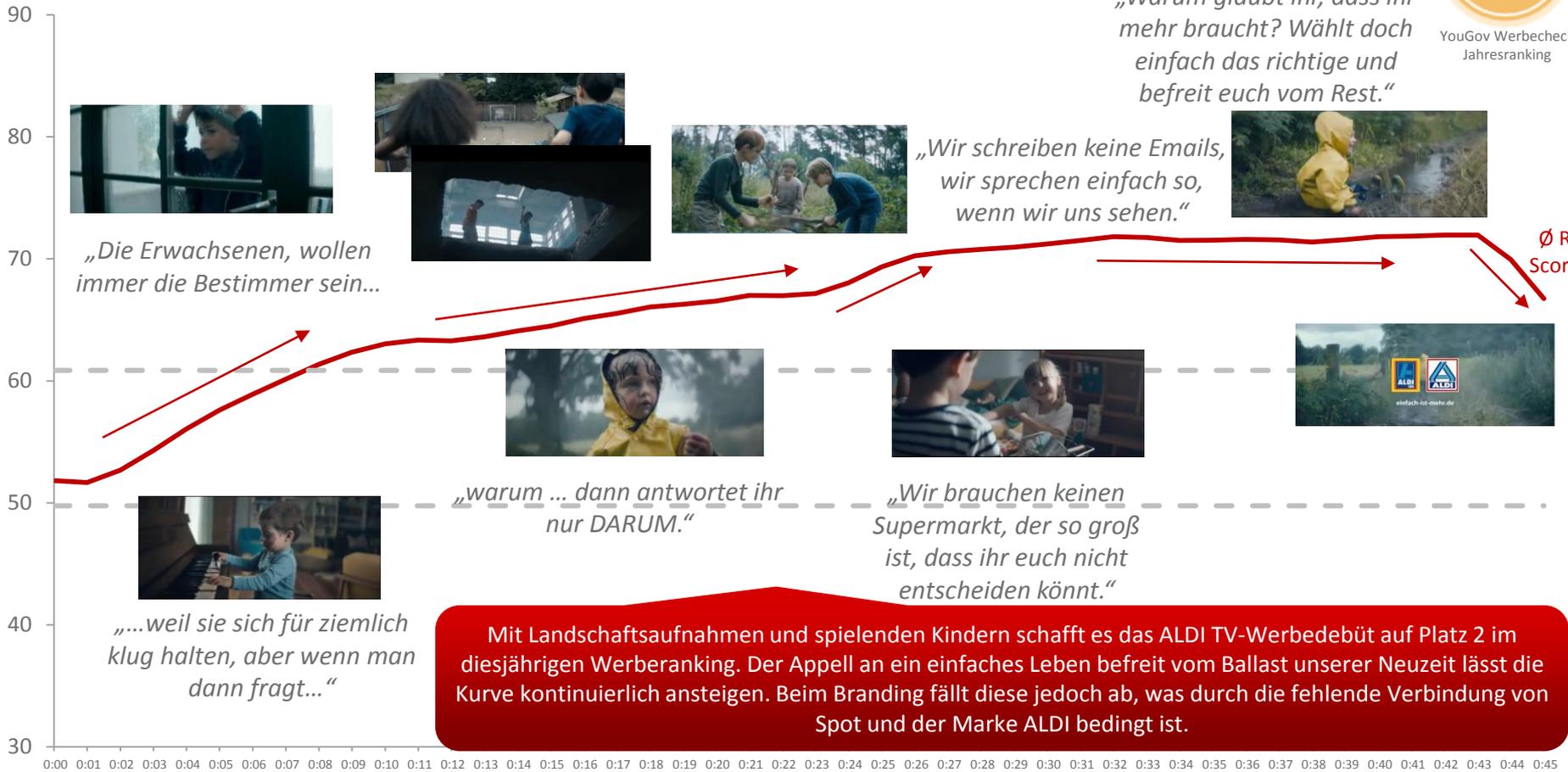
Bewertung im Zeitverlauf



„Warum glaubt ihr, dass ihr mehr braucht? Wählt doch einfach das richtige und befreit euch vom Rest.“

„Wir schreiben keine Emails, wir sprechen einfach so, wenn wir uns sehen.“

Ø Reel-Score: 66



Basis: alle Befragten, n=2.040; Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

© Copyright 2017

YouGov Reel

# Rührende Story mit atemberaubenden Landschaften erwärmt Zuschauerherzen

Bewertung im Zeitverlauf



YouGov Werbecheck  
Jahresranking



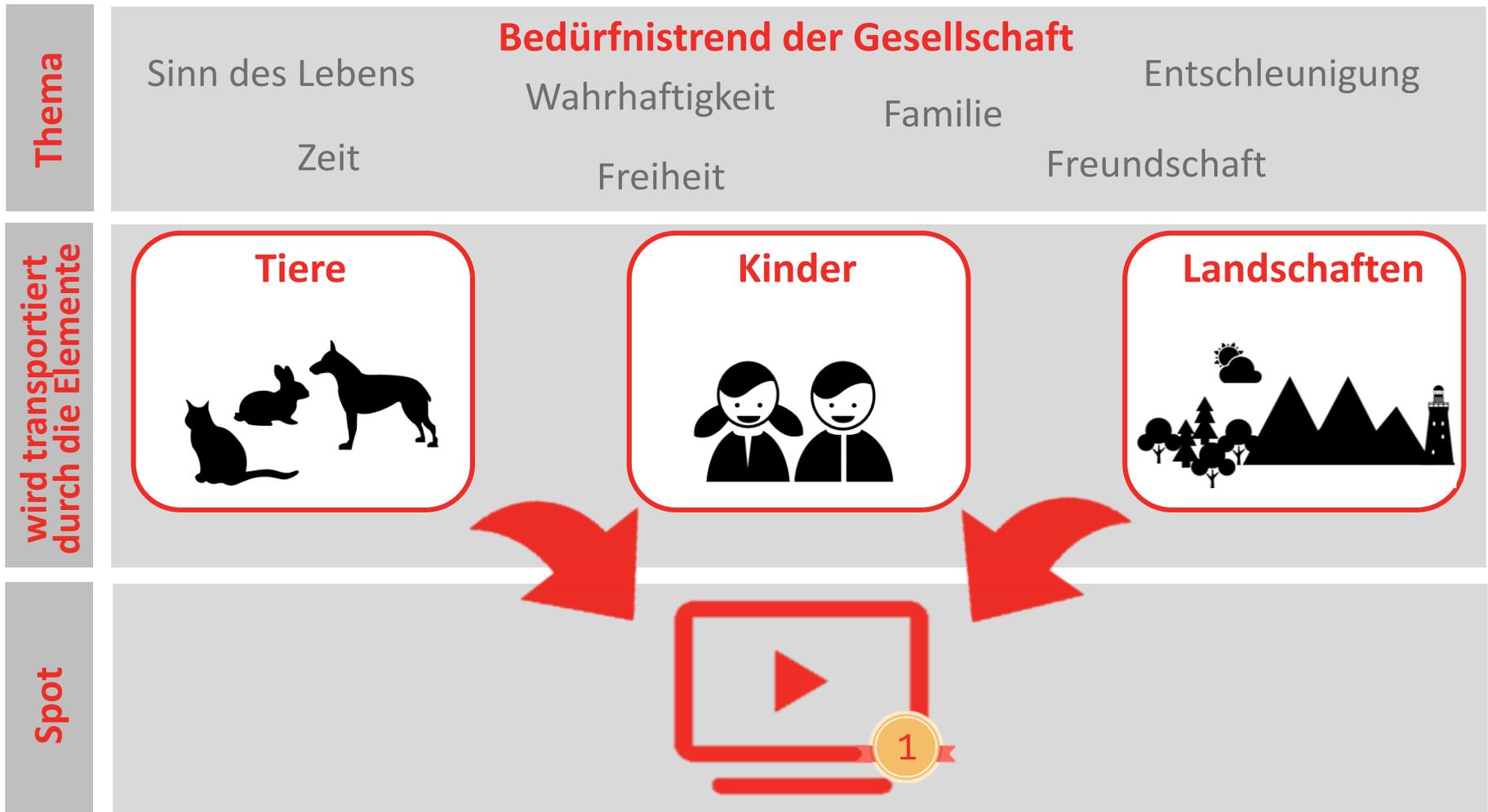
Die Komposition aus kindlichen Darstellern, Landschaftsaufnahmen und der emotional ansprechenden Story kommt bei den Zuschauern sehr gut an. Der steile Anstieg der Bewertungskurve kann nicht einmal durch die traurige Wendung der Story gestoppt werden.

Basis: alle Befragten, n=226; Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

© Copyright 2017

YouGov Reel

# Fazit: Die magischen Zutaten



# YouGov ReelSpot



# Beantwortung folgender Kernfragen

1

Weckt der Werbespot Aufmerksamkeit?

Die Echtzeitbewertung zeigt, wie schnell der Werbespot seinen Spannungsbogen aufbaut und wie lange er sein hohes Bewertungslevel hält.

2

Wie wirken einzelne Szenen?

Die Echtzeitbewertung ermittelt die stärksten und schwächsten Szenen.

3

Wie gut ist die Botschaft/das Branding innerhalb des Werbespots positioniert?

Die Echtzeitbewertung zeigt, wie hoch die Bewertung im Moment der Kernbotschaft ist.

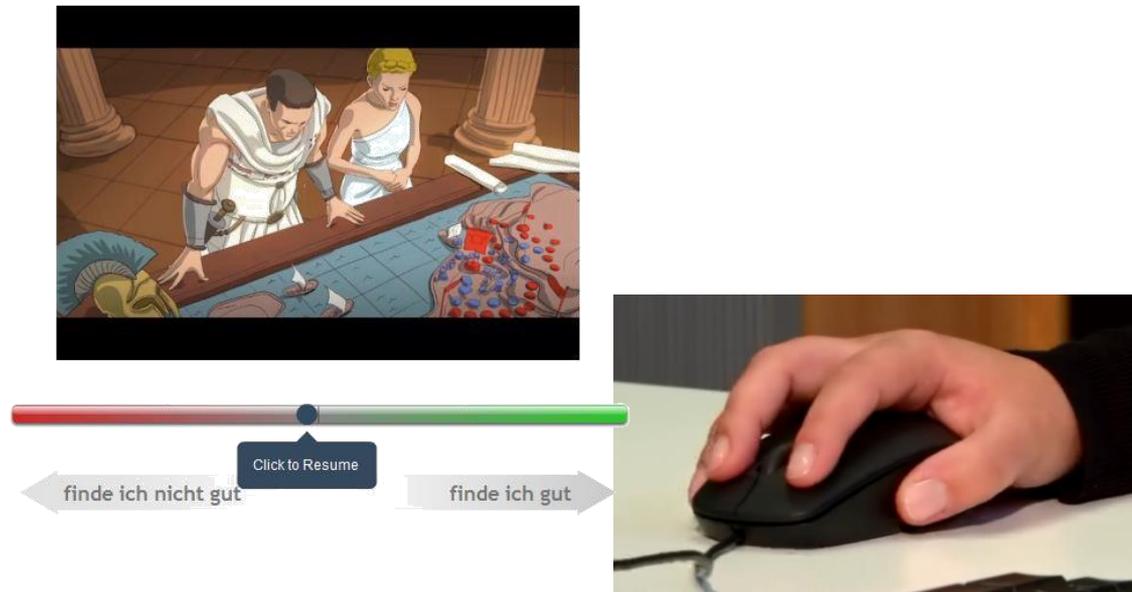
4

Wie wirkt der Werbespot auf unterschiedliche Zielgruppen?

Die Echtzeitbewertung ermöglicht die vergleichende Analyse verschiedener Subgruppen.

# Echtzeitmessungen von Werbespots

Der zu bewertende Werbespot wird in eine Online-Umfrage eingebunden und durch Mausbewegungen kontinuierlich in Echtzeit durch die Betrachter bewertet.

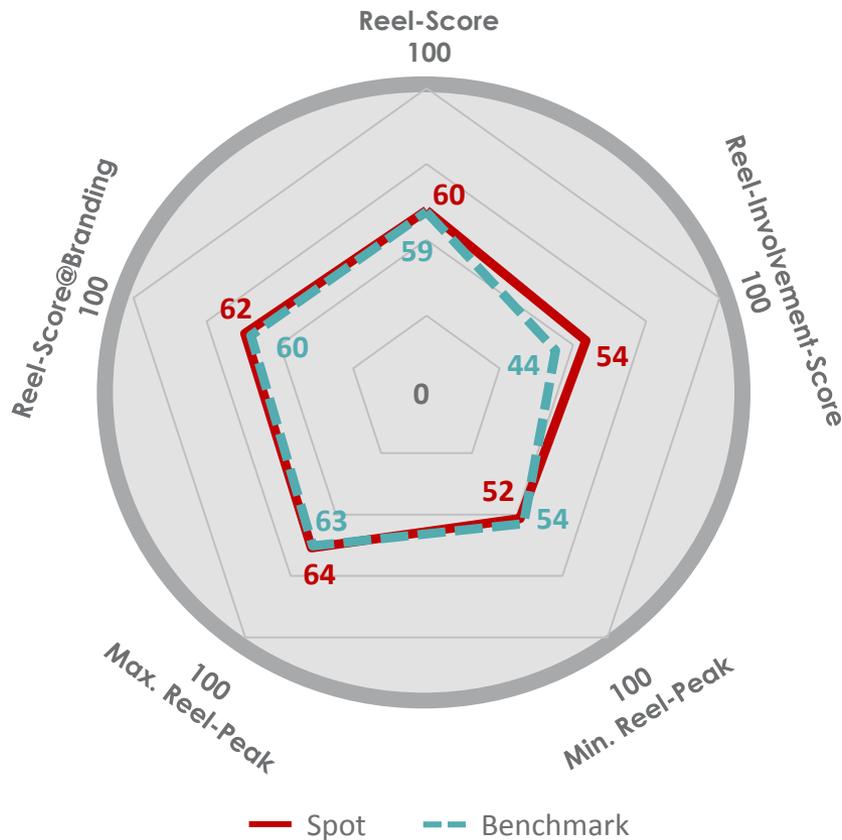


## Vielfältige Einsatzgebiete von YouGov Reel:

Audio- sowie Videodateien, z.B. Werbespots, Animatics, TV-Formate, Image-Filme, Kinotrailer, Hörfunkspots oder -formate etc.



# KPIs zum Echtzeitbewertungs-Benchmarking



## Reel-Score:

durchschnittliche Bewertung des Spots über den gesamten Zeitverlauf (über alle Befragten aggregierter Mittelwert)

## Reel-Involvement-Score:

durchschnittliches Involvement über den gesamten Zeitverlauf, unabhängig von der Richtung der Bewertung (über alle Befragten aggregierte Abweichung von neutraler Bewertungsposition nach oben oder unten, gestreckt auf 0-100)<sup>1</sup>

## Min. Reel-Peak:

niedrigste Bewertung über den gesamten Zeitverlauf, aggregiert über alle Befragten

## Max. Reel-Peak:

höchste Bewertung über den gesamten Zeitverlauf, aggregiert über alle Befragten

## Reel-Score@Branding:

durchschnittliche Bewertung des Spots in den Sekunden des Brandings (über alle Befragten aggregierter Mittelwert)

<sup>1</sup> ein direkter Rückschluss von Reel-Involvement-Score auf Reel-Score oder umgekehrt ist nicht möglich

# Ihre Ansprechpartnerinnen



**Nina Simons**

Senior Consultant

T +49 221 42061 - 543

F +49 221 42061 - 100

[nina.simons@yougov.de](mailto:nina.simons@yougov.de)



**Katharina Brachthäuser**

Consultant

T +49 221 42061 - 424

F +49 221 42061 - 100

[Katharina.Brachthaeuser@yougov.de](mailto:Katharina.Brachthaeuser@yougov.de)