

BCN und Klosterfrau zeigen, wie Healthcare-Werbung besser wirkt

- Die Studie für Klosterfrau arbeitet mit Ansätzen aus der Neuroforschung
- Vierfach höhere Verweildauer bei nativen Formaten
- Ergebnisse geben zudem Gestaltungshinweise für Healthcare-Formate

Bis zu vierfach höhere Verweildauer und eine bessere Erinnerung: Wer bei Pharma-Werbung in native Formate investiert, bekommt mehr Aufmerksamkeit und verankert seine Botschaft länger im Gedächtnis der Konsumenten. Das zeigt eine neue Studie speziell für die Healthcare-Branche, die BCN (Burda Community Network) mit Burdas Marktforschungsinstitut Media Market Insights (MMI) für Klosterfrau umgesetzt hat. Die Studie kombiniert Eyetracking und Hirnstrommessung, per SST-Verfahren aus der Neuroforschung. Sie belegt damit nicht nur im Detail, welches Format wie wirkt, sondern liefert zusätzlich wertvolle Erkenntnisse für die Gestaltung.

Untersucht wurden die Aufmerksamkeitsleistung und die Werbewirkung von insgesamt sechs Anzeigenlösungen, die Klosterfrau für die Marken „Soledum“, „Contramutan“ und „Nasic“ in *Bunte* und *Freizeit Revue* geschaltet hat. Ergebnis: Optimal ist eine Verbindung aus nativer Aufbereitung, auffälliger Gestaltung und gutem Branding.

Die Studie zeigt im Einzelnen:

- Im Vergleich zur klassischen 1/1-Anzeige nimmt der Leser native Werbung für sich als doppelt so relevant wahr. Zudem wird der Inhalt eines Formats, das möglichst nah am „Look & Feel“ des Titels ist und mit redaktionellen Mitteln arbeitet, deutlich stärker im Langzeitgedächtnis verankert (plus 41 Prozent) und mit einem höheren Aufmerksamkeitsniveau wahrgenommen (plus 39 Prozent).
- Auch das Eyetracking zeigt, dass Native Ads im Vergleich die höchste Aufmerksamkeit bekommen. Vor allem die Betrachtungsdauer ist höher, weil mehr Informationen, die zum Lesen animieren, zur Verfügung gestellt werden. Im Gesamtdurchschnitt erreichen die getesteten nativen Formate 9,6 Sekunden Verweildauer, während klassische Anzeigen bei vier Sekunden liegen. Die Großformate liegen sogar bei Werten, die nahezu mit TV-Spots vergleichbar sind: 16,5 Sekunden erreicht ein 2/1-Format. Große Native Ads sind zudem Verstärker für Markenimage und Kaufinteresse.
- Doch es muss nicht immer riesig sein: 7,2 Sekunden Aufmerksamkeit bekommt zum Beispiel das getestete ½ Format – und damit ebenfalls deutlich mehr als der Anzeigen-Klassiker. Und: Grundsätzlich zahlen sich die ausgefallenen Werbeformate aus. Empfehlung: Auch eine Native Ad sollte auffallend gestaltet und sehr gut wahrnehmbar sein. Die Studie zeigt: Ein sinnvoll und präsent eingearbeitetes Branding kann die Wirkung von nativen Formaten noch unterstützen.

Udo Radzio, BCN Head of Client Services Leisure & Living: „Die Studie mit der zusätzlichen Hirnstrommessung liefert klare Wirkungsnachweise für Content-basierte Lösungen. Näher kann man an den Konsumenten fast nicht herankommen.“ Stilian Papadimitriu, Marketing Pharma Klosterfrau: „Wir konnten aus der Studie sehr wertvolle Tipps für die Kreation ableiten – auf der Basis wir nun mit BCN weiterarbeiten werden.“

ÜBER BCN

BCN (Burda Community Network GmbH) ist ein internationales Sales Netzwerk, das sich weltweit über 20 Länder erstreckt. Als zentraler Werbevermarkter des Medienkonzerns Hubert Burda Media verbindet BCN die Markenwelten von Wirtschaftsunternehmen mit den Themenwelten von Hubert Burda Media und externen Mandanten. Die innovative Organisationsstruktur von BCN besteht aus drei Marktschnittstellen: zu werbungstreibenden Unternehmen, Mediaagenturen und Medien. Dadurch entstehen medien- und technologieübergreifende Kommunikationslösungen schnell, effizient und kreativ. Mit seinem nationalen Vermarktungsportfolio erzielt BCN einen Anteil am Werbemarkt von rund 19 Prozent und einen Umsatz von 674 Millionen Euro (Quelle: Nielsen Media Research 2013). Damit ist BCN führend unter den europäischen Zeitschriftenvermarktern.

INFOMATERIAL

Weiteres Material zur Studie stellen wir auf Anfrage gerne zu Verfügung.

ANSPRECHPARTNER

CHRISTIANE BLANA
Corporate Communications
Hubert Burda Media
Fon: +49 (0) 89/92 50-2954
E-Mail: christiane.blana@burda.com