

# WIRKUNG VON NATIVE ADVERTISING

Studie zur Wirkung und Relevanz von Native Advertising

MÜNCHEN, 18. Mai 2018

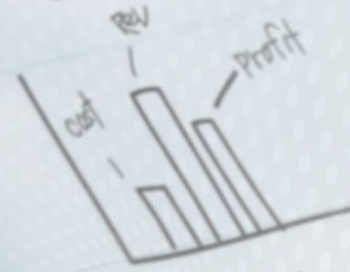
**VDZ**

Verband Deutscher  
Zeitschriftenverleger

**SCORE**

Weekly  
100% responders  
5\$ each  
84% conversion rate  
costs :  $\frac{\$42,000}{}$   
= 7,843 / buyer

Upcoming Campaign



Audience Size 10,000  
Response Rate → 10%  
(expect, how?)

Conversion Rate → 53%  
average buyer purchase → \$14,000

# 8 ARGUMENTE PRO NATIVE ADVERTISING

1

**Native Ads sind informativ und werden beachtet.**

Native Ads sind ansprechend, ihre Inhalte werden verstanden und sie sind informativ.

2

**Native Ads sind facettenreich.**

Die unterschiedlichen Native Formate überzeugen mit jeweils eigenen Stärken je nach Zielgruppe und Kampagnenziel.

3

**Native Ads integrieren sich in den natürlichen Lesefluss von Editorial Media Angeboten.**

Native Ads passen gut zu ihrem Umfeld, sind dadurch weniger intrusiv und nutzen vor allem interessierten Nutzern.

4

**Native Advertising ist ein Werkzeug nachhaltiger Kommunikation,**

indem komplexe Botschaften dargestellt und vermittelt werden, an die sich Nutzer auch später noch erinnern.

5

**Native Ads betten die Marke und das Produkt in das passende Themenumfeld ein,**

stellen Emotionen und den Produktnutzen in den Vordergrund.

6

**Native Ads wirken!**

Durch Native Ads wird die Marke bekannter, relevanter und kann sich als Experte positionieren.

7

**Native Ads sind punktgenau einsetzbar.**

Native Ads können für jedes Kampagnenziel eingesetzt werden, wichtig ist, die richtigen Impulse für das entsprechende Ziel zu setzen.

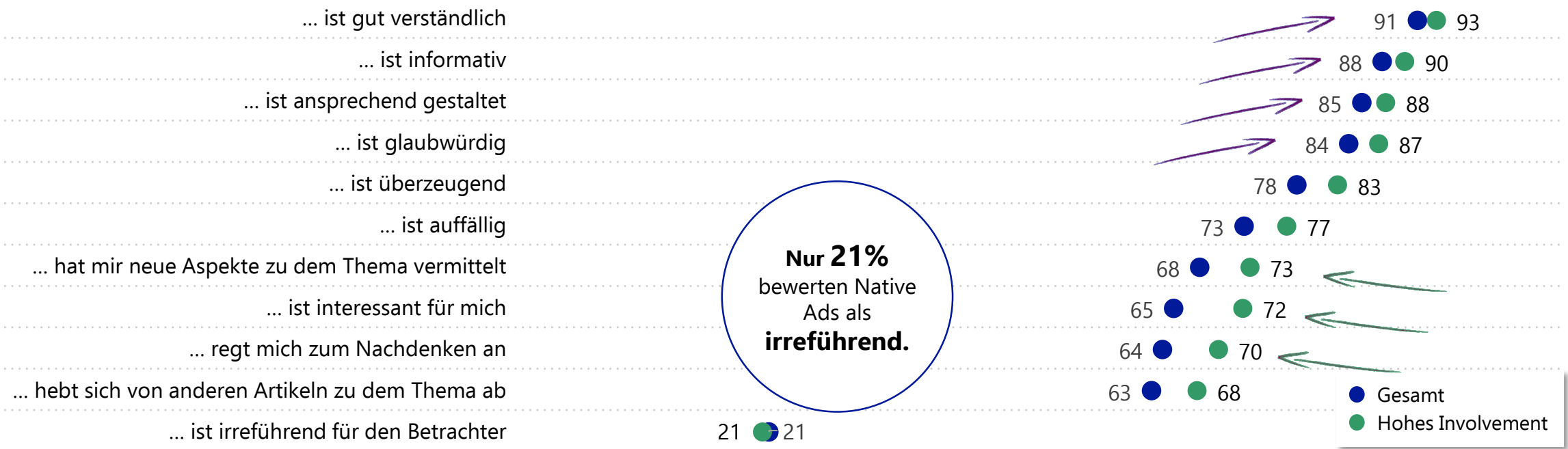
8

**Native und Display ergänzen sich aufgrund ihrer verschiedenen Stärken.**

Native Ads punkten mit intensiver Content-Nutzung, während Display Ads Aufmerksamkeit und Reichweite generieren.

# ATTRAKTIVITÄT VON NATIVE ADS

**1 Native Ads sind verständlich, informativ, ansprechend gestaltet und glaubwürdig.**  
**Personen mit hohem Themeninteresse beurteilen Native Ads in Bezug auf die Informationsvermittlung deutlich besser.**



Quelle: VDZ Native Advertising Wirkungsforschung 2018 Gesamt n = 4.917, Hohes Involvement n = 3.735; Top2 Box (stimme voll und ganz zu/stimme eher zu), Angaben in Prozent  
 Frage: Was denken Sie über den Beitrag?

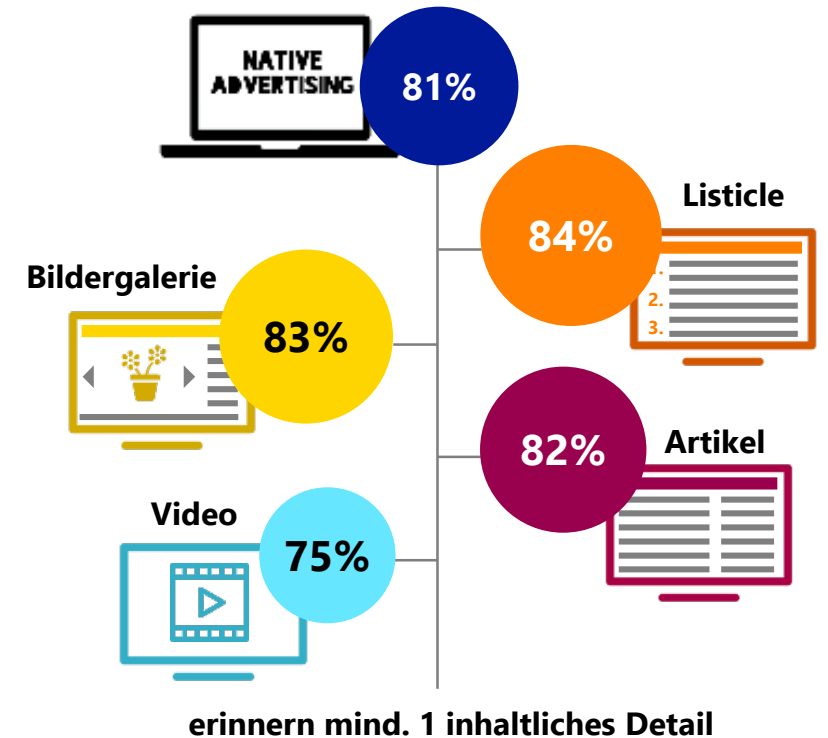
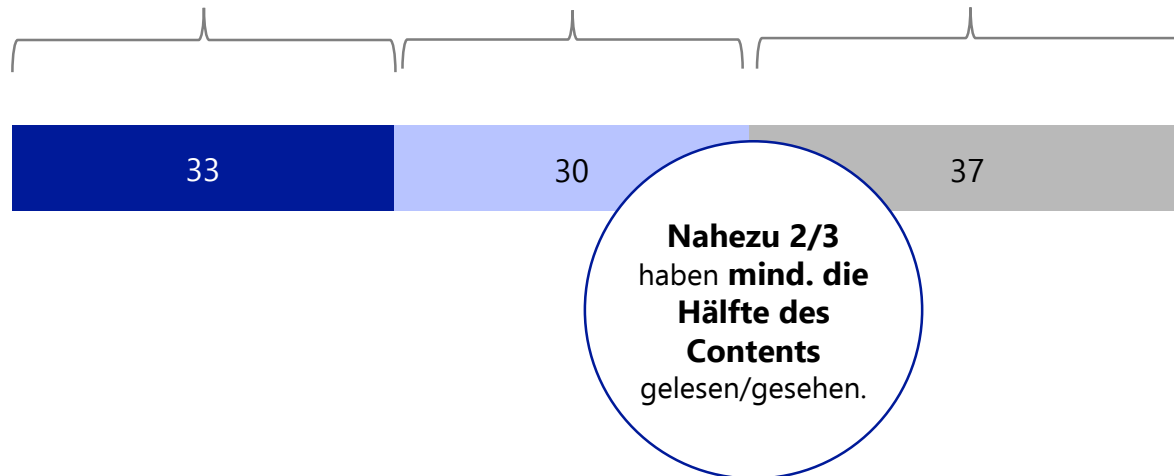
# INTENSITÄT DER CONTENT-NUTZUNG

**4** Native Advertising ist ein Werkzeug nachhaltiger Kommunikation, indem komplexe Botschaften dargestellt und vermittelt werden, an die sich Nutzer auch später noch erinnern.

Ich habe **(fast) den ganzen** Artikel gelesen/Bildergalerie gesehen/Video gesehen.

Ich habe **die Hälfte** des Artikels gelesen/der Bildergalerie gesehen /des Videos gesehen.

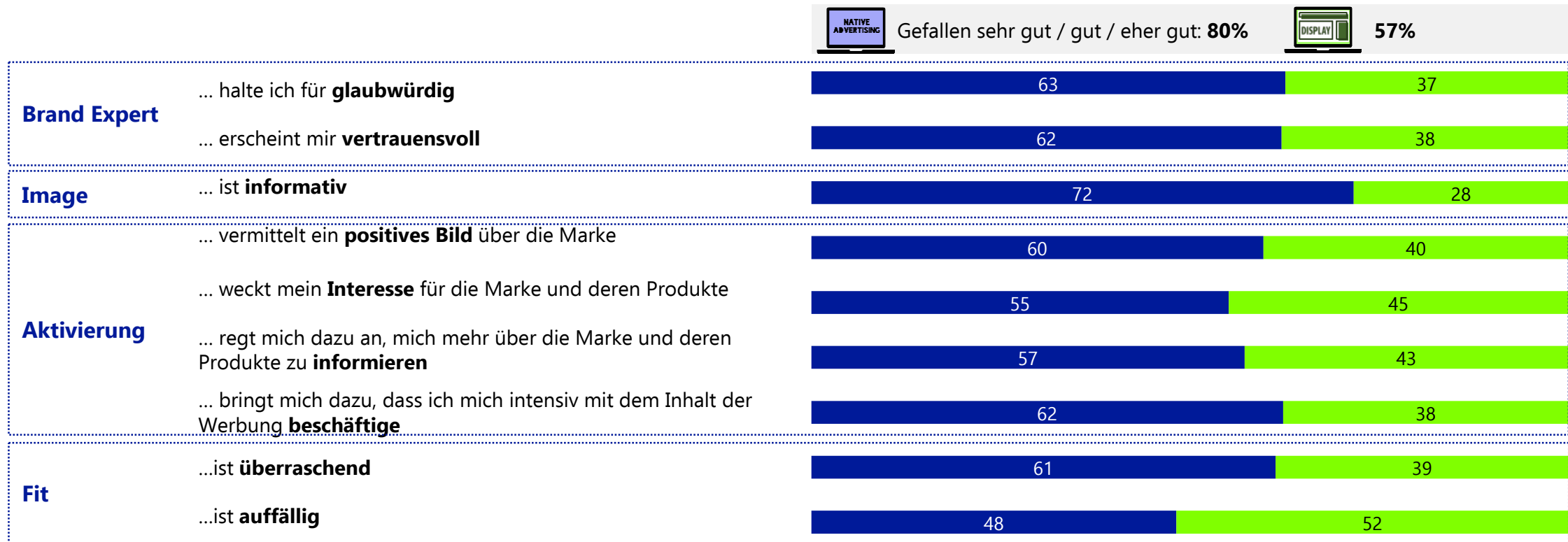
Ich habe **weniger als die Hälfte** des Artikels gelesen (den Artikel grob überflogen)/der Bildergalerie gesehen/des Videos gesehen.



Quelle: VDZ Native Advertising Wirkungsforschung 2018 Gesamt n = 4.919; Angaben in Prozent  
Frage: Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie persönlich am ehesten zu? Bitte beschreiben Sie in eigenen Worten, warum es in dem Beitrag ging.

# NATIVE UND DISPLAY - DIE OPTIMALE ERGÄNZUNG

**Native und Display ergänzen sich aufgrund ihrer verschiedenen Stärken.**



Quelle: VDZ Native Advertising Wirkungsforschung 2018 Gesamt n = 5.011; Angaben in Prozent

Frage: Wenn Sie nun einmal beide Werbeformen miteinander vergleichen, für welche der beiden Formen treffen die folgenden Aussagen eher zu? Wie hat Ihnen der Beitrag insgesamt gefallen? Wie gefällt Ihnen die Werbung insgesamt?



# WAS SOLLTE BEI DER UMSETZUNG BEACHTET WERDEN?

1

## Die Native Ad muss interessierte Personen erreichen!

Hoch involvierte Nutzer bewerten Native Ads insgesamt besser, die Ad passt noch besser ins Umfeld und sie nutzen die Ad intensiver.

2

## Native Ads müssen gefallen!

Schön gestaltete Native Ads, die informieren, überraschen und aktivieren, werden eher angeklickt und fügen sich gut in das Umfeld ein.

3

## Die Native Ad muss als solche erkennbar sein!

Bei Werbeidentifikation wird die Ad intensiver genutzt, die Ad aktiviert und das Image wird verbessert, da sich die Nutzer nicht hinters Licht geführt fühlen.

4

## Native und Display Ads ergänzen sich.

Display Ads schaffen Reichweite und Aufmerksamkeit. Native Ads transportieren Inhalte und regen zur Beschäftigung mit dem angebotenen Content an.

**Native Ads müssen klar als Werbung erkennbar sein, sich dennoch gut in die Seite einfügen, so dass sich Nutzer intensiv mit den Inhalten auseinandersetzen.**

THANK YOU

Vielen Dank für Ihre  
**AUFMERKSAMKEIT**