

28.02.2012 - 15:34 Uhr

## Appvertising Workshop: Evolaris und APA präsentieren Ergebnisse zur Studie "Werbung am Tablet" - BILD

Expertinnen und Experten sprechen über optimale Werbeformate am Tablet und die Zukunft von mobilen multimedialen Plattformen

Wien (ots) - Gut gemachte Werbung am Tablet hat nicht nur ein innovatives Image, sondern auch einen hohen Spaßfaktor. Dass sie viel Potenzial birgt, zeigt eine Studie der evolaris next level GmbH, einer Forschungs- und Entwicklungseinrichtung für mobile Kommunikation und interaktive Medien, in Kooperation mit der APA - Austria Presse Agentur. Heute, am 28. Februar, werden die Ergebnisse im Rahmen eines Workshops präsentiert. Zu Gast sind drei Experten, die über die Ergebnisse der Studie und die Zukunft von mobilen multimedialen Plattformen diskutieren: Christian Adelsberger (evolaris - Leiter Business Development), Christine Antlanger-Winter (Präsidentin IAB Austria) und Patrick Vogt (Inhaber und Leiter von vogt media, Schweiz).

### Ergebnisse der evolaris-Studie

Wie die optimale Werbeform konzipiert sein muss, um die Zielgruppe zu erreichen, war eine der Schlüsselfragen der Studie. Befragt wurden zehn nationale Expertinnen und Experten aus dem Medien- und Werbebereich. Zudem wurden die zwölf gängigsten Werbeformen für Tablets mittels Usertests auf der digitalen Version des Kundenmagazins APA-Value bewertet.

Im Gesamtranking der abgefragten Imagewerte (u.a.: Akzeptanz, Gefallen, Wiedererkennen) schnitten folgende drei Werbeformen am besten ab:

- 360-Grad-Ansicht, bei der ein Produkt in 3D präsentiert wird,
- Sliding Banner, bei dem die Userin und der User durch Wischen weitere Inhalte erhält,
- Pre-Roll und Overlay, wobei zwei Mechanismen verbunden werden:  
Vor dem Beitrag ist ein Werbesujet zu sehen, das Logo bleibt allerdings auch im nachfolgenden Inhalt, z.B. in einem Video, eingeblendet.

Als störend wurden Pre-Load Screen-Advertisements empfunden. Dabei wird während des Ladens der Applikation eine Werbung im Vollbild gezeigt, die mit einem "Schließen-Button" beendet werden muss. Auch die Like-Integration in Social Media sowie ein interaktives Formular konnten die Userinnen und User wenig begeistern.

Insgesamt zählten für die befragten Expertinnen und Experten Originalität, Qualität und eine einfache Bedienung zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren, um die Zielgruppe zu erreichen. Interaktive Elemente und überraschende Effekte würden zudem den Spieltrieb der Nutzer ansprechen und für erhöhte Aufmerksamkeit sorgen. Für die Mehrheit der befragten Userinnen und User wurde das Kundenmagazin durch die innovative Werbung sogar interessanter. Bei dezenter Gestaltung regte sie gleichzeitig zum Mitmachen an.

Patrick Vogt betont im Rahmen des Workshops: "Um Erfolg zu haben, sollte sich Mobile Advertising den spezifischen Möglichkeiten von mobilen Endgeräten anpassen. Es gibt verschiedene Formate für Mobile Advertising, welche sich gerade erst standardisieren." Antlanger-Winter schlägt ähnliche Töne an: "Werbung auf dem Tablet ist nicht einfach eine Unterart von Mobile Marketing. Tablet Werbung kann die Vorteile von allen Welten vereinen: Emotion, Leseerlebnis und direkter Rückkanal."

Um den neuen Werbemarkt optimal zu monetarisieren und dem User neuartige Nutzererlebnisse anbieten zu können, stellten sich im Rahmen der Studie zwei essenzielle Erfolgsfaktoren heraus: Der Mut von Agenturen, neue kreative Lösungen anzubieten, und mehr Bereitschaft von Werbekunden, in neue Medien zu investieren. "Es gibt bereits zahlreiche erfolgsträchtige Geschäftsmodelle für Werbung am Tablet. Die neuen Möglichkeiten eröffnen jedenfalls Chancen, hochwertige Werbeformate zu schaffen. Welche Geschäftsmodelle schlussendlich zur Anwendung kommen werden, wird sich in der nahen Zukunft herauskristalisieren" fügt Christian Adelsberger hinzu.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

### Rückfragehinweis:

APA - Austria Presse Agentur  
Barbara Rauchwarter  
Unternehmenssprecherin  
Leiterin Marketing & Kommunikation  
Tel.: +43/1/360 60-5700  
<mailto:barbara.rauchwarter@apa.at>

www.apa.at  
evolaris next level GmbH  
Mag. Daniela Führenstahl  
Mobil: +43 664-8414 401  
Tel.: +43 316-35 11 11-109  
mailto:daniela.fuehrenstahl@evolaris.net  
www.evolaris.net

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/339/aom>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000884/100713785> abgerufen werden.