Webinar: Wahlwerbung zur Bundestagswahl im TV

19.09.2017

YouGov PoliticalResearch

Bildquelle: © Soulfee-fotolia.com

Inhalt

1. Hintergrund
2. YouGov Reel: Kurzvorstellung des Tools
3. Die TV-Werbespots zur Bundestagswahl 2017
4. Spots im Vergleich

YouGov Political Research

HORIZONTJOBS.DE NEWSLETTER THEMENPLAN MEDIADATEN ABO/SHOP

HORIZONT

Marketing Agenturen Medien Tech

Montag, 24. Juli 2017

LOGIN

TOP-THEMEN: Netflix Jung von Matt Swiss News dmexco Werbewirkungsgipfel

HORIZONT Kolumne

YouGov Reel

Copyright 2017 Bild: © iStock

YouGov Werbecheck mit HORIZONT

YOUGOV WERBECHECK

Samsung, Aldi und Nivea liefern die Spots des Jahres

Was sind die Zutaten für erfolgreiche Werbespots? Glaubt man Holger Geißler, dann sind es vor allem Entschleunigung und Wahrhaftigkeit. Samsung, Ald Nivea scheinen das verstanden zu haben. … ›

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

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: Profitieren konnte die Fitnesskette von dieser Art der Kundenansprache nicht. … ›

von **Holger Geißler, Yougov** - 06. Februar 2017

#PAMPERSPAPA IM WERBECHECK

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

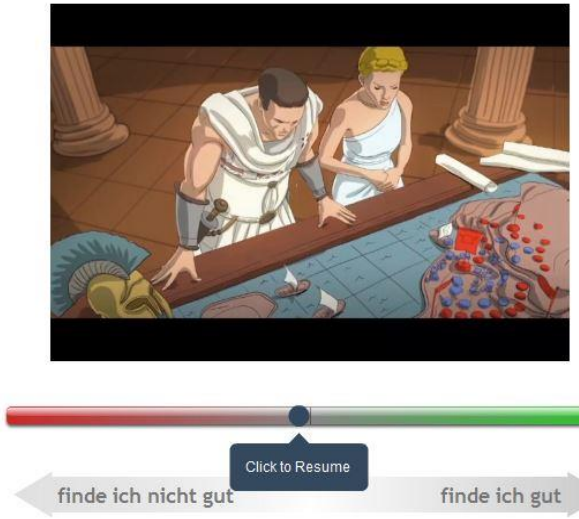
In der jüngsten Kampagne von Pampers dürfen erstmals Väter die Windeln ihrer Babys we Werbecheck erklärt Yougov-Chef Holger Geißler, warum die P&G-Marke gemeinsam mit H werbetechnisch und gesellschaftlich mit dem Spot vieles richtig macht. … ›

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

Erfahren Sie mehr unter:
yougov.de/werbecheck

YouGov Political Research

Copyright 2017



YouGovReel

Wirkung audiovisueller Medien nicht nur erfassen, sondern verstehen

Copyright 2017

Beantwortung folgender Kernfragen

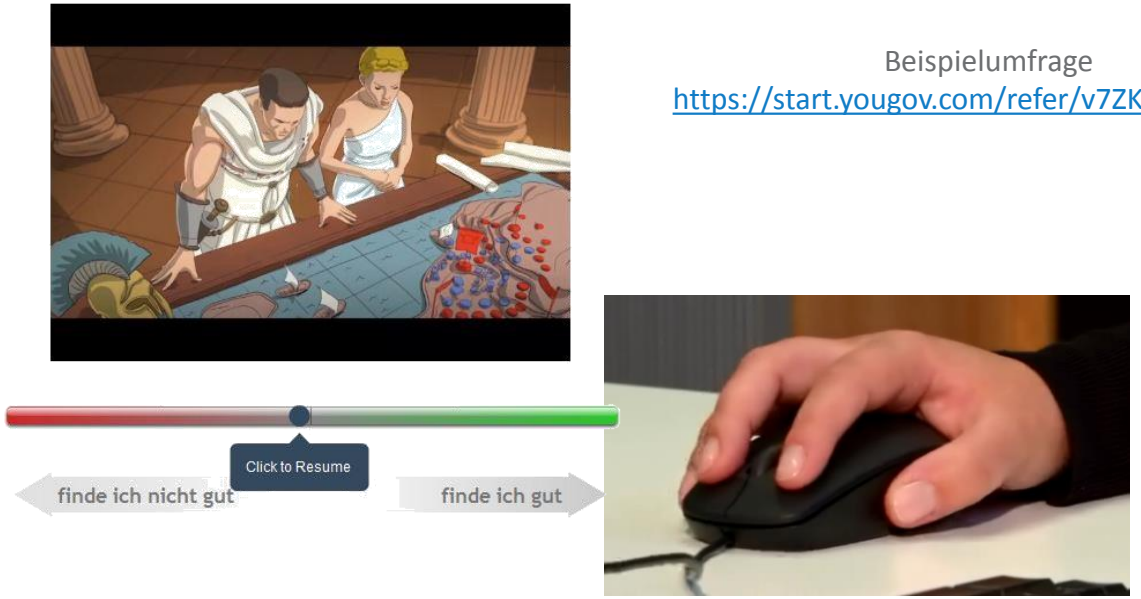
1	**Weckt der Werbespot Aufmerksamkeit?**	Die Echtzeitbewertung zeigt, wie schnell der Werbespot seinen Spannungsbogen aufbaut und wie lange er sein hohes Bewertungslevel hält.
2	**Wie wirken einzelne Szenen?**	Die Echtzeitbewertung ermittelt die stärksten und schwächsten Szenen.
3	**Wie gut ist die 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.

YouGov Political Research

Copyright 2017

Echtzeitmessungen von Werbespots

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



Beispielumfrage
https://start.yougov.com/refer/v7ZK16mxv7n8fd

Vielfältige Einsatzgebiete von YouGov Reel:
Audio- sowie Videodateien, z.B. Werbespots, Animatics, TV-Formate, Image-Filme, Kinotrailer, Hörfunkspots oder -formate etc.

YouGov Political Research

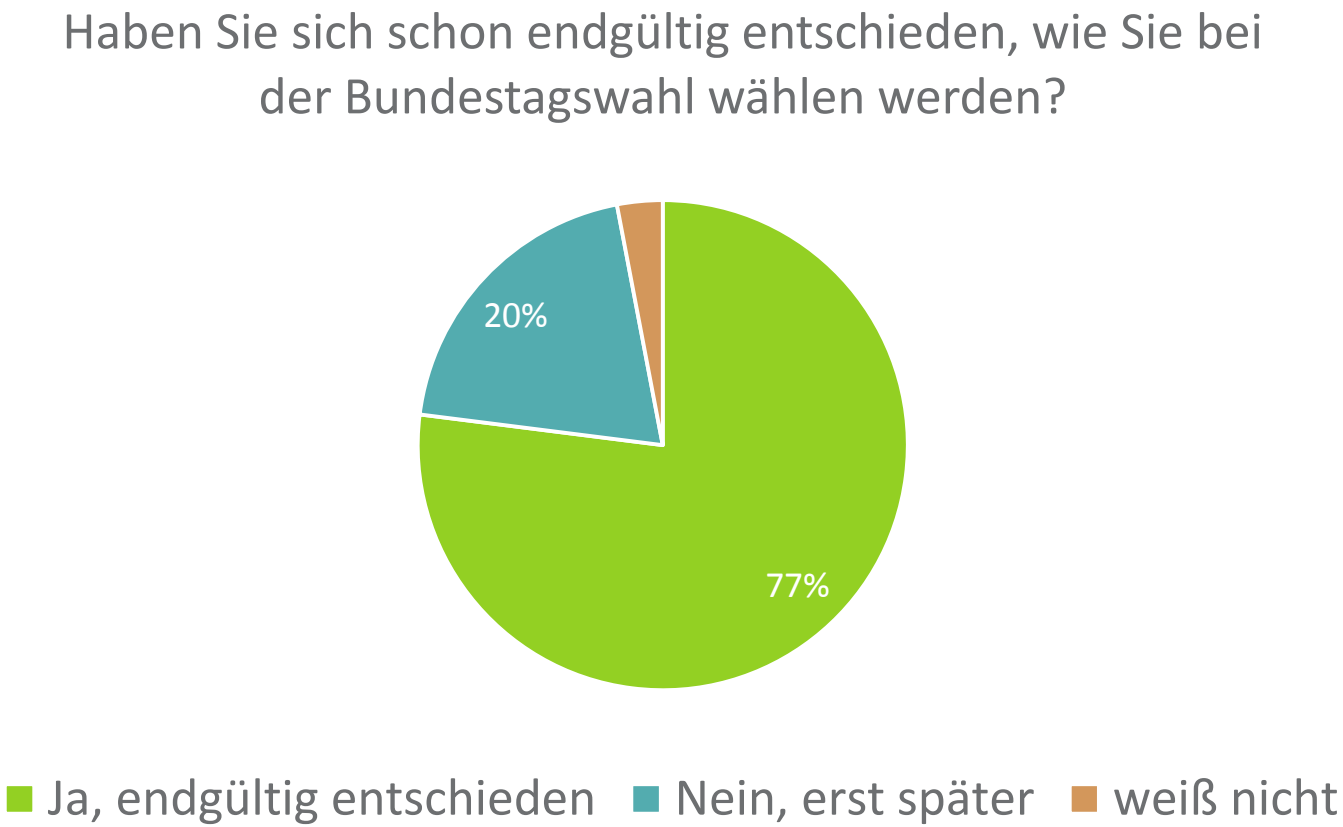
Copyright 2017

Wie steht es um die Bundestagswahl?

Copyright 2017

Bildquelle: © pexels.com

Elf Tage vor der Wahl (13.9.) waren noch 23% der Wähler unentschieden.



Vollständige Ergebnisse finden Sie hier:
https://d25d2506sfb94s.cloudfront.net/r/52/YouGov%20Wahlumfrage%2014.09.2017.pdf

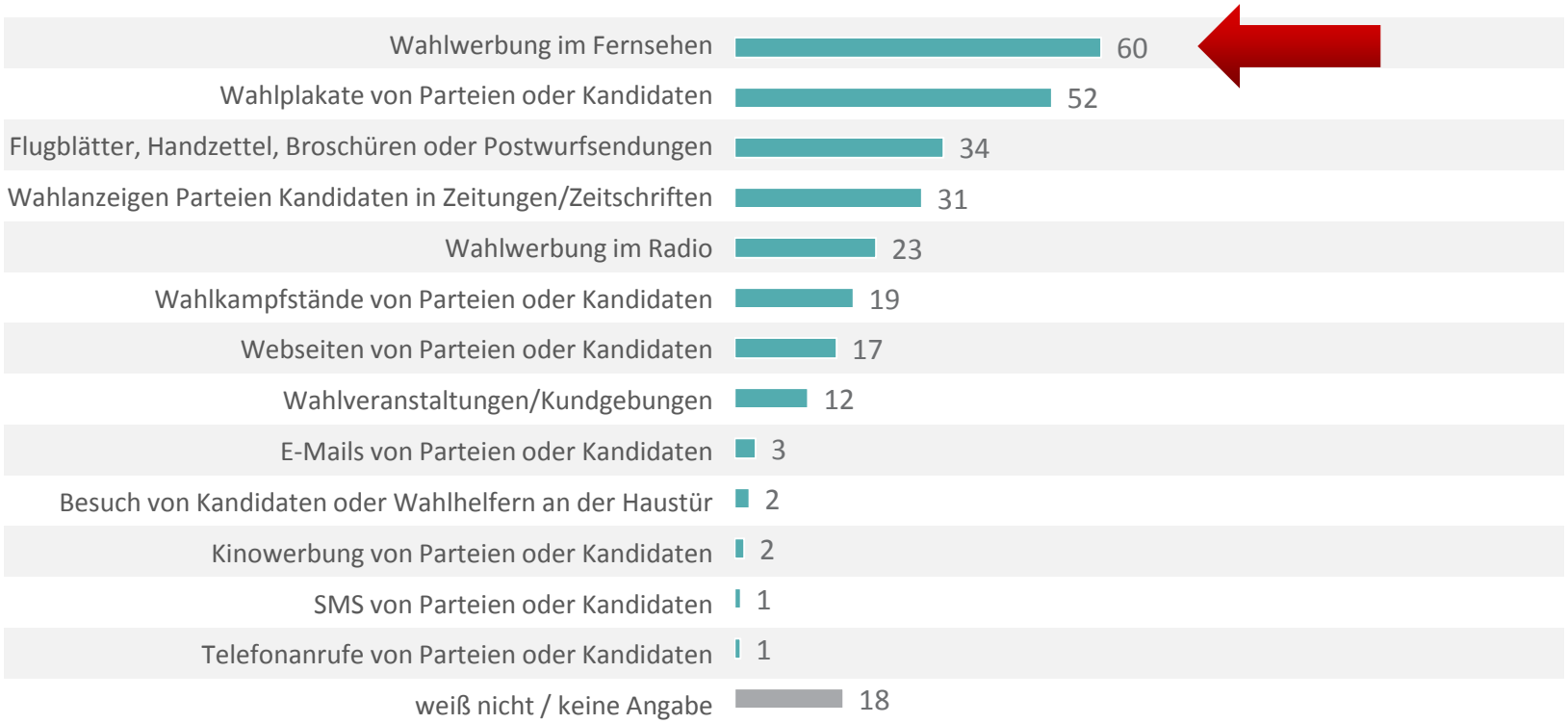
YouGov PoliticalResearch

Wirkt Wahlwerbung?

YouGov

BTW 2013: TV-Spots haben die größte Reichweite.

Wenn Sie jetzt noch einmal an den Wahlkampf zur Bundestagswahl zurückdenken: Wo bzw. in welcher Form haben Sie Informationen über Parteien und Kandidaten erhalten?

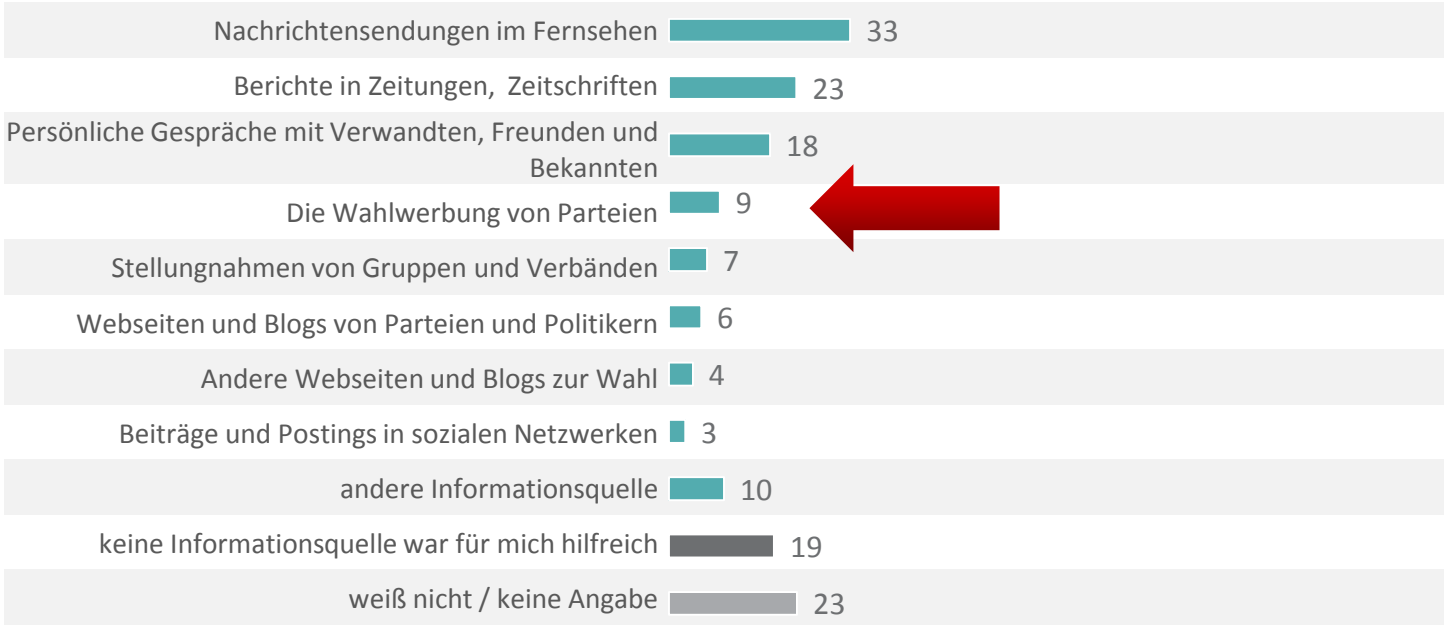


Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, n=2.066
Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich

YouGov PoliticalResearch

BTW 2013: Aber nur 9% fanden Werbung hilfreich für ihre Wahlentscheidung.

Und was würden Sie alles in allem sagen: Welche der folgenden Informationsquellen hat Ihnen persönlich wirklich dabei geholfen, Ihre Wahlentscheidung zu treffen?



Basis: Deutsche Wohnbevölkerung, n=2.066
Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich

YouGov PoliticalResearch

Key Facts zu den getesteten Spots

n = 541, unentschiedene Wähler im YouGov Panel
Pro Spot ca. n=200, jeder Befragte testete 2 Spots nach dem Zufallsprinzip
Befragungszeitraum: 28.08.2017 bis 01.09.2017

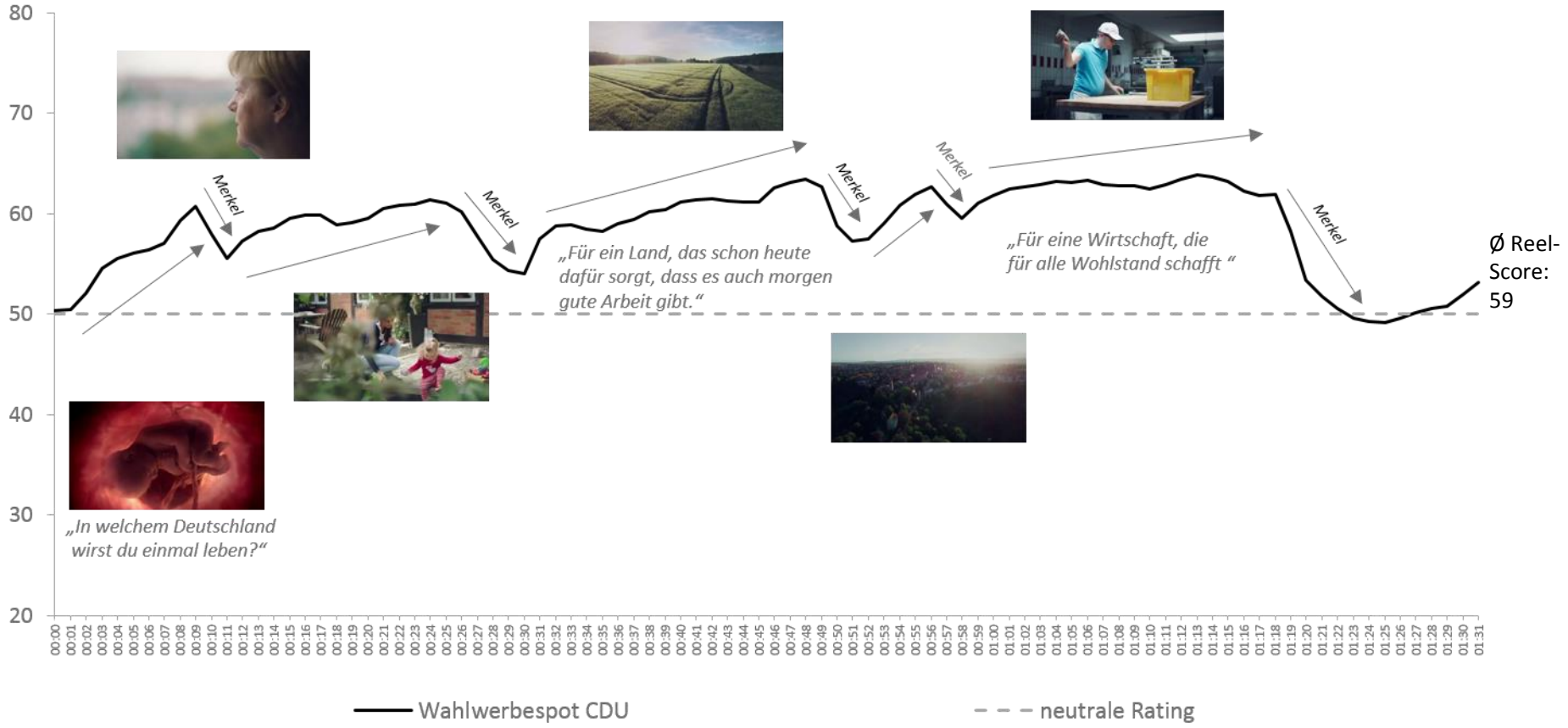
YouGov Political Research

Wie wurden die TV-Spots zur Bundestagswahl 2017 bewertet?

Angela Merkel kommt im CDU Spot nicht gut an, Themen rund um Beschäftigung werden positiv bewertet.

Bewertung im Zeitverlauf

Wahlwerbespot CDU



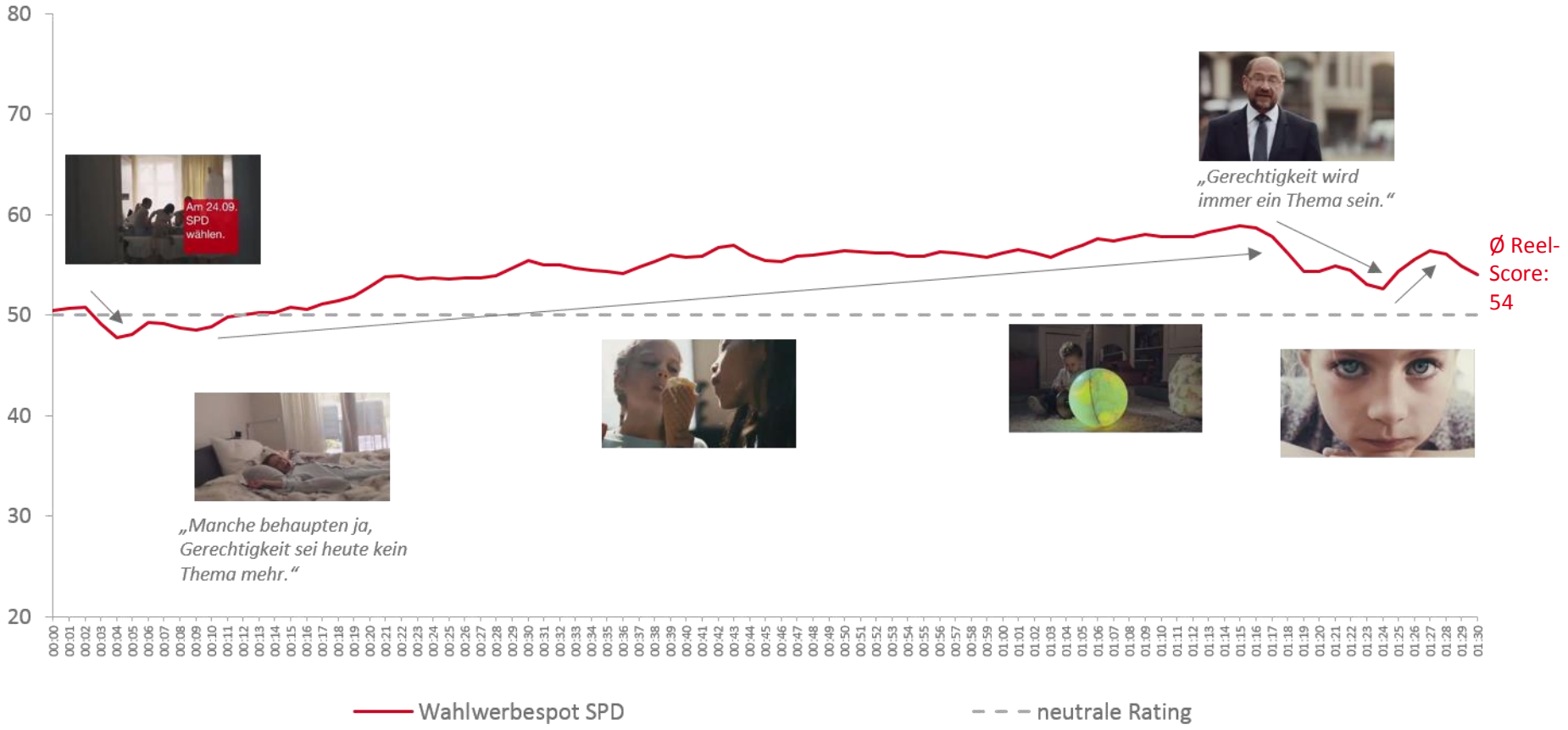
Basis: Befragte, die den CDU Spot bewertet haben, n=218
Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

YouGov PoliticalResearch

Bilder und Musik wirken positiv, erzielen jedoch lediglich flachen Anstieg. SPD und Schulz kommen weniger gut an.

Bewertung im Zeitverlauf

Wahlwerbespot SPD



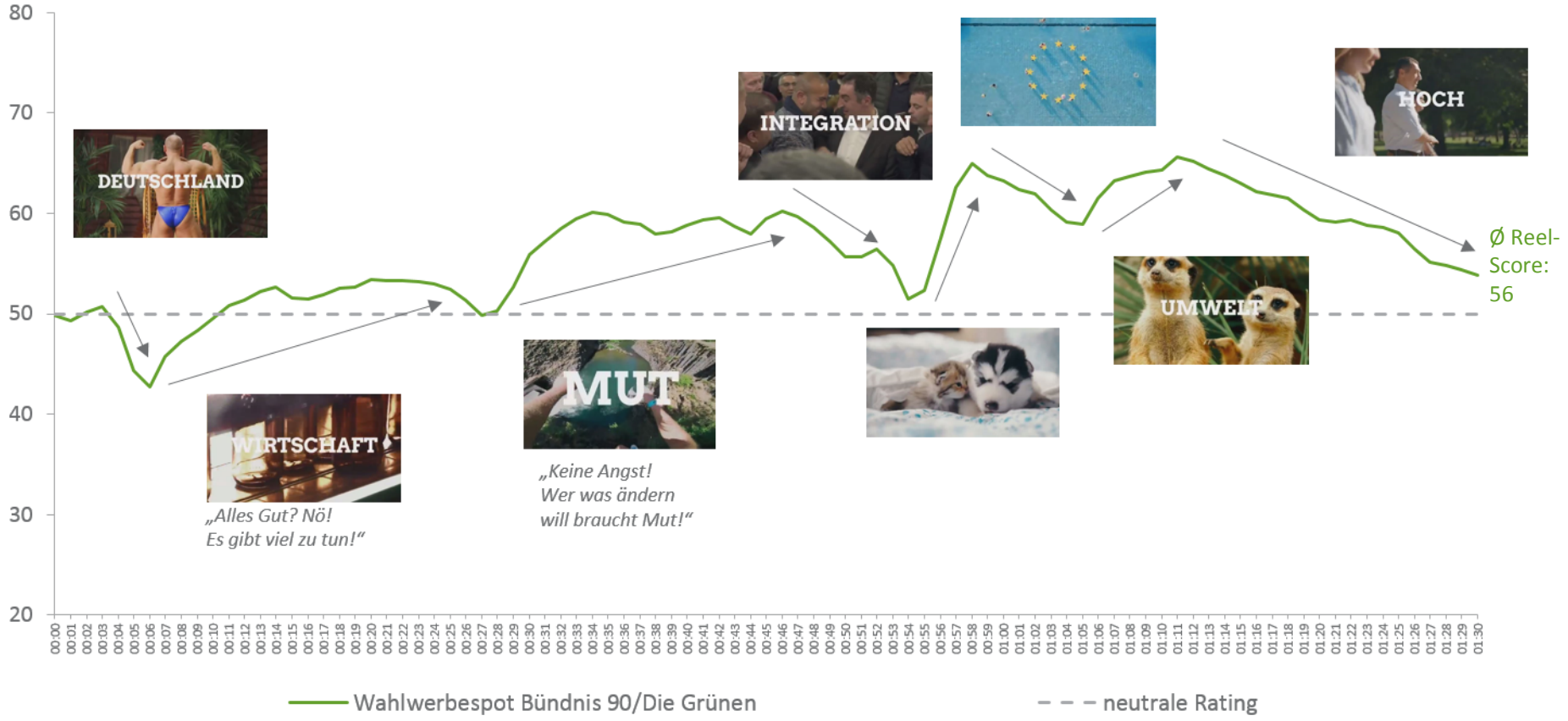
Basis: Befragte, die den SPD Spot bewertet haben, n=219
Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

YouGov PoliticalResearch

Die Spot-Bewertung zeigt viel Bewegung. Das Thema Umwelt punktet im Vergleich zu Integration und Europa.

Bewertung im Zeitverlauf

Wahlwerbespot Bündnis 90/Die Grünen



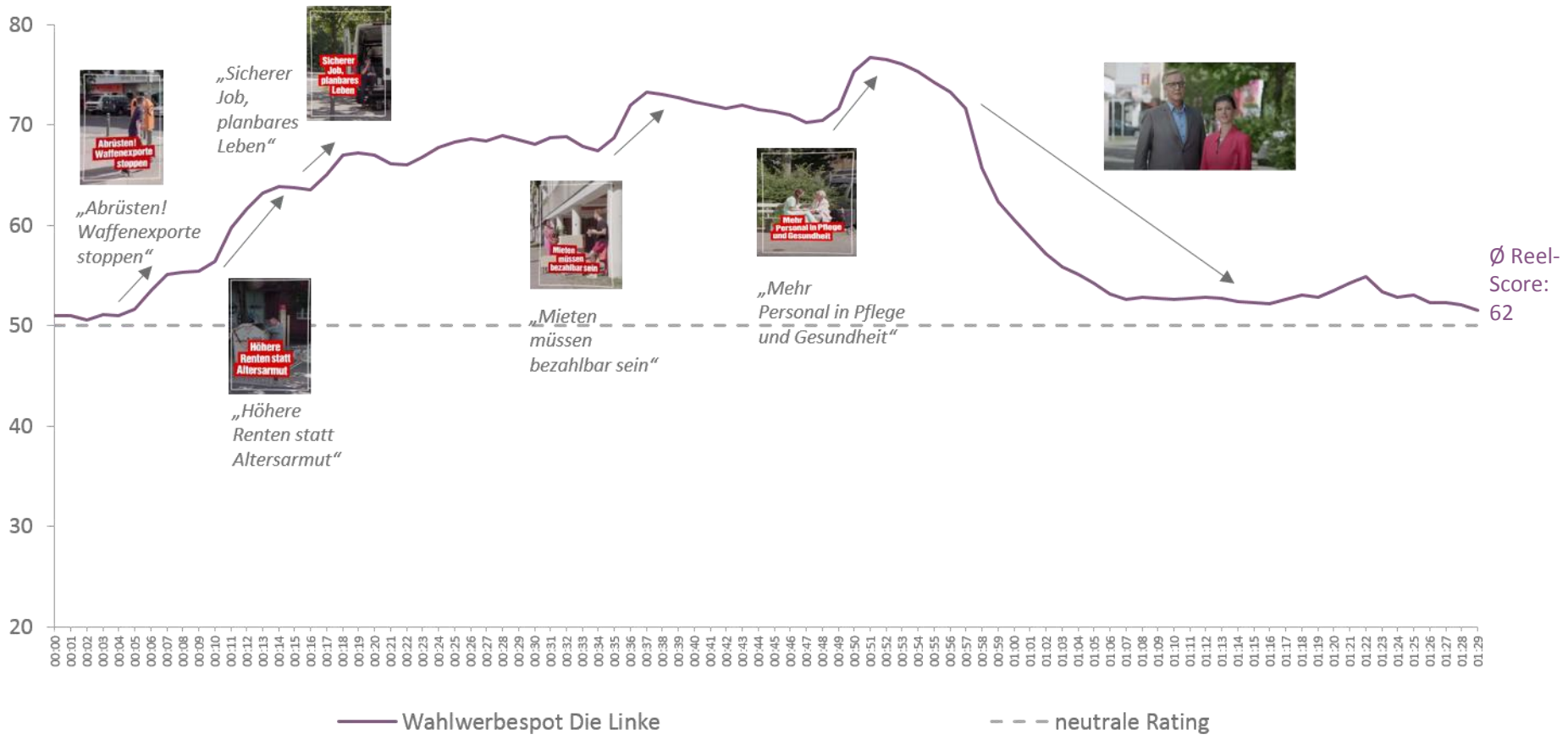
Basis: Befragte, die den Bündnis 90/Die Grünen Spot bewertet haben, n=215
Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

YouGov PoliticalResearch

Forderungen der Linken sprechen an. Steiler Abfall der Kurve mit dem Erscheinen des Spitzen-duos.

Bewertung im Zeitverlauf

Wahlwerbespot Die Linke



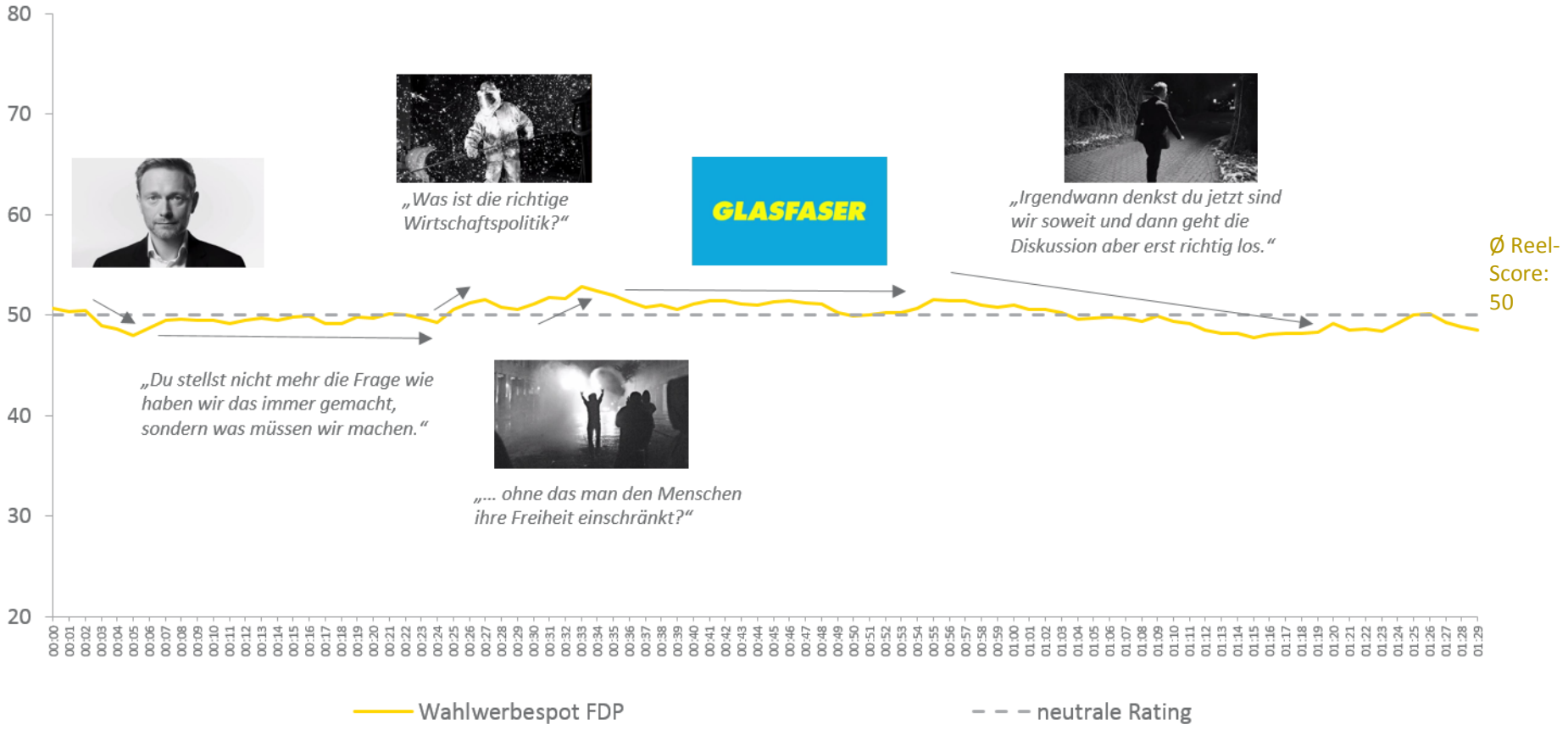
Basis: Befragte, die den Die Linke Spot bewertet haben, n=214
Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

YouGov PoliticalResearch

Der FDP Spot wird konstant auf niedrigem Niveau bewertet.

Bewertung im Zeitverlauf

Wahlwerbespot FDP



Basis: Befragte, die den FDP Spot bewertet haben, n=216
Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

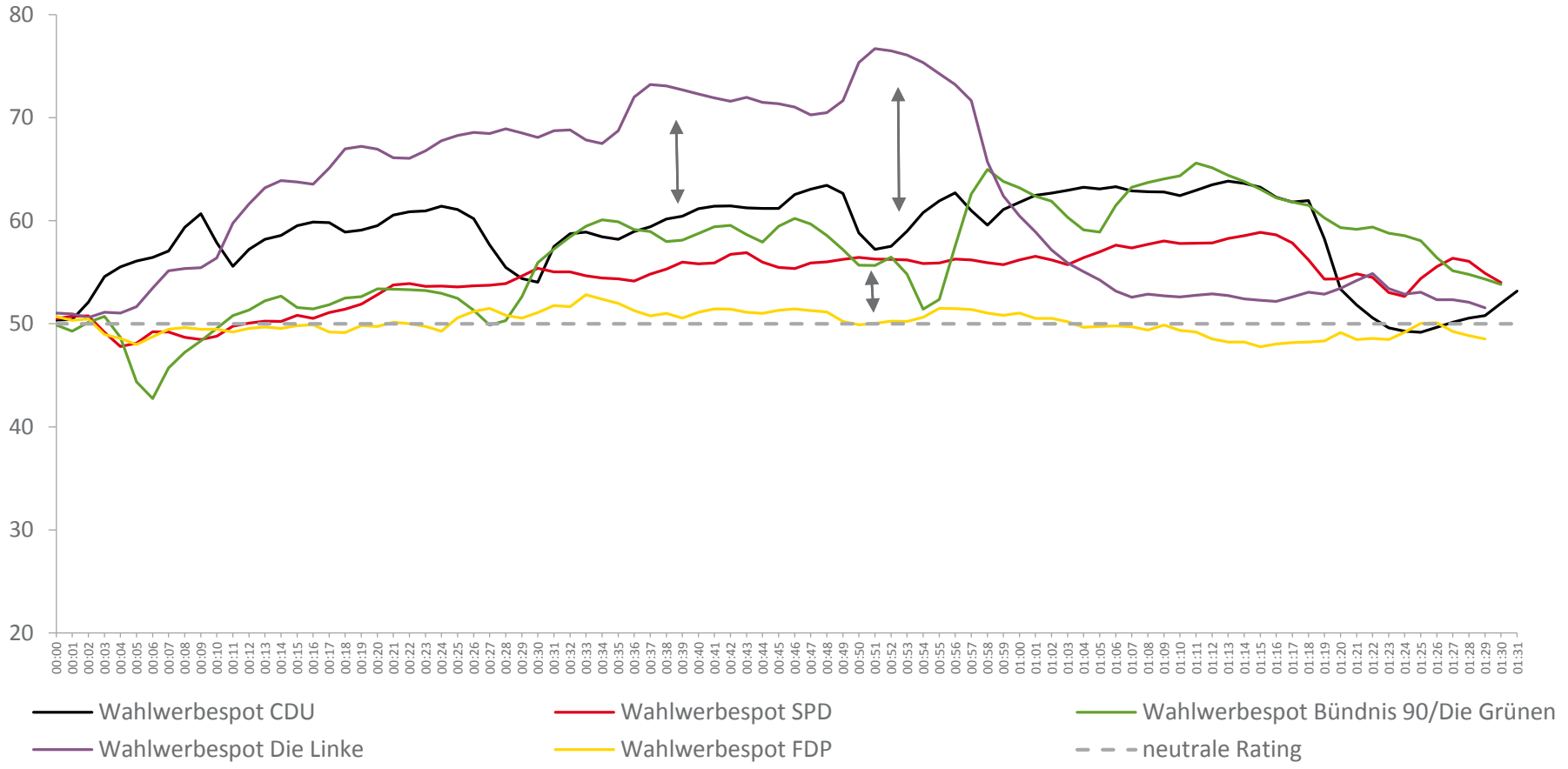
YouGov PoliticalResearch

Welcher Spot konnte die Unentschiedenen am ehesten überzeugen?

Der Spot der Linken schneidet am besten ab. Die Grünen positionieren ihre Kandidaten am geschicktesten.

Bewertung im Zeitverlauf

Alle Wahlwerbespots im Vergleich



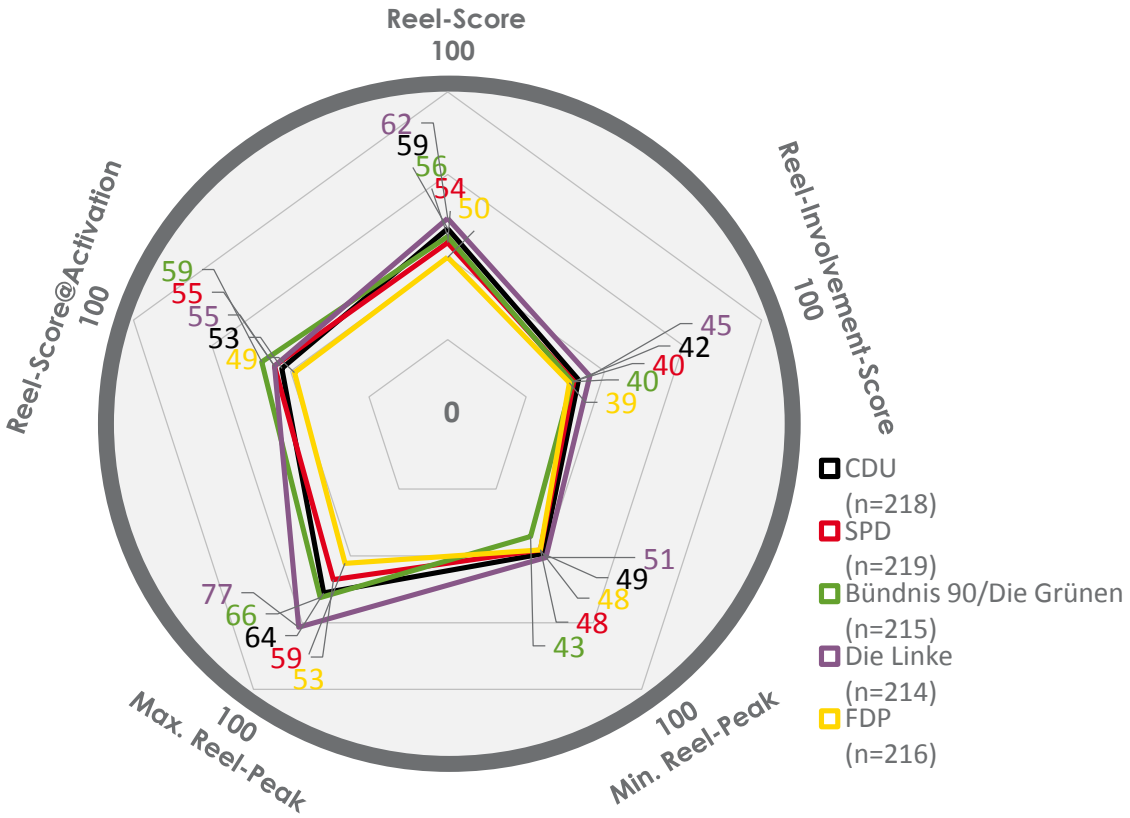
Basis: alle Befragten, n=214-219
Skala von 0=finde ich nicht gut bis 100=finde ich gut

YouGov Political Research

Der Linken-Spot schneidet über alle Scores, außer die Wahlaufforderung, am besten ab.

KPIs der Echtzeitbewertung

Alle Wahlwerbespots im Vergleich



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 (50) nach oben oder unten, gestreckt auf 0-100)[1]

Min. Reel-Peak:
niedrigste Bewertung über den gesamten Zeitverlauf, aggregiert über alle Befragten

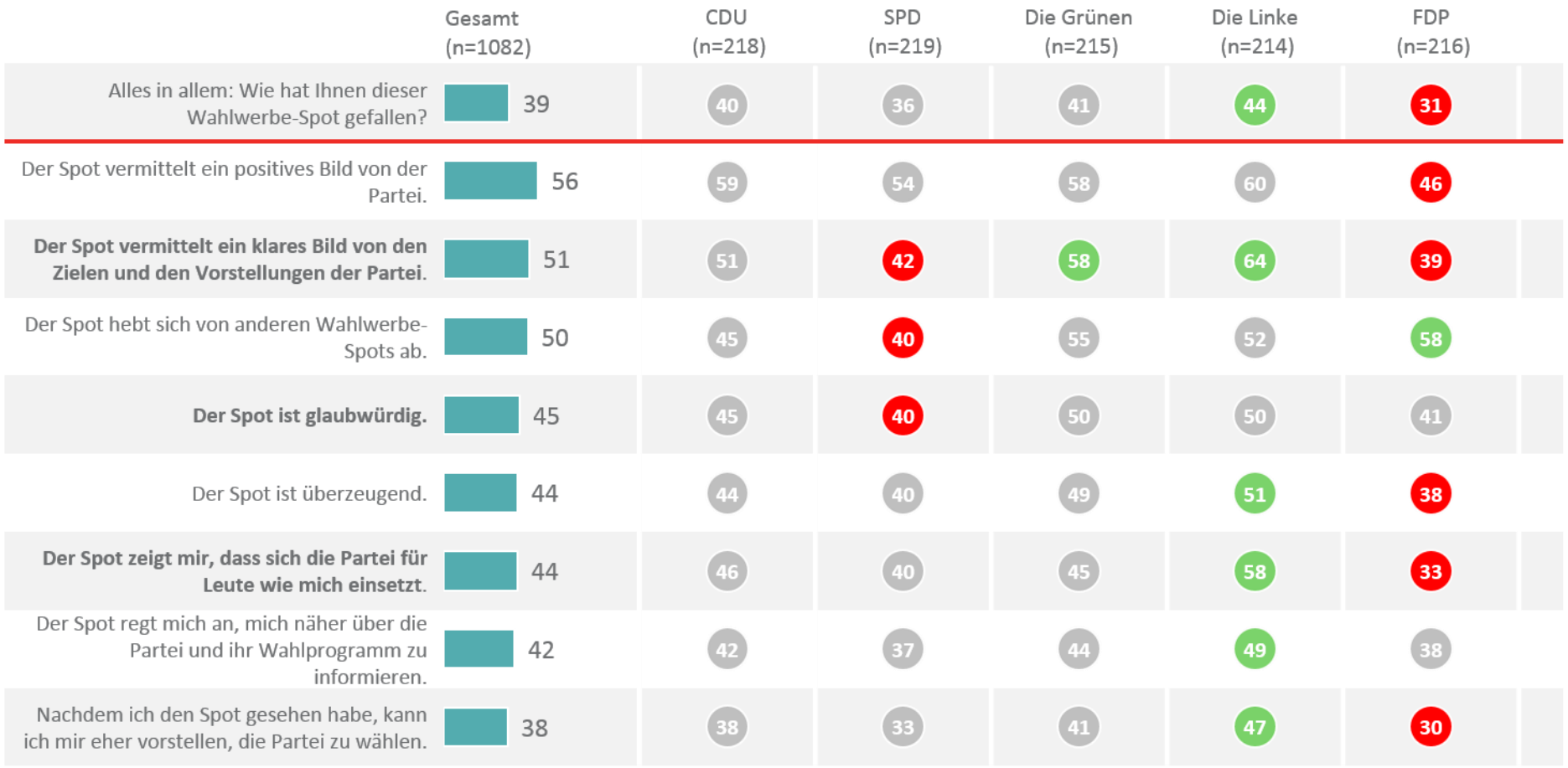
Max. Reel-Peak:
höchste Bewertung über den gesamten Zeitverlauf, aggregiert über alle Befragten

Reel-Score@Activation:
durchschnittliche Bewertung des Spots in den Schluss-Sekunden in denen Wahlaufforderung stattfindet (über alle Befragten aggregierter Mittelwert)

Basis: alle Befragten; Skala von 0 (niedrigster Wert) bis 100 (höchster Wert)
[1]ein direkter Rückschluss von Reel-Involvement-Score auf Reel-Score oder umgekehrt ist nicht möglich

YouGov PoliticalResearch

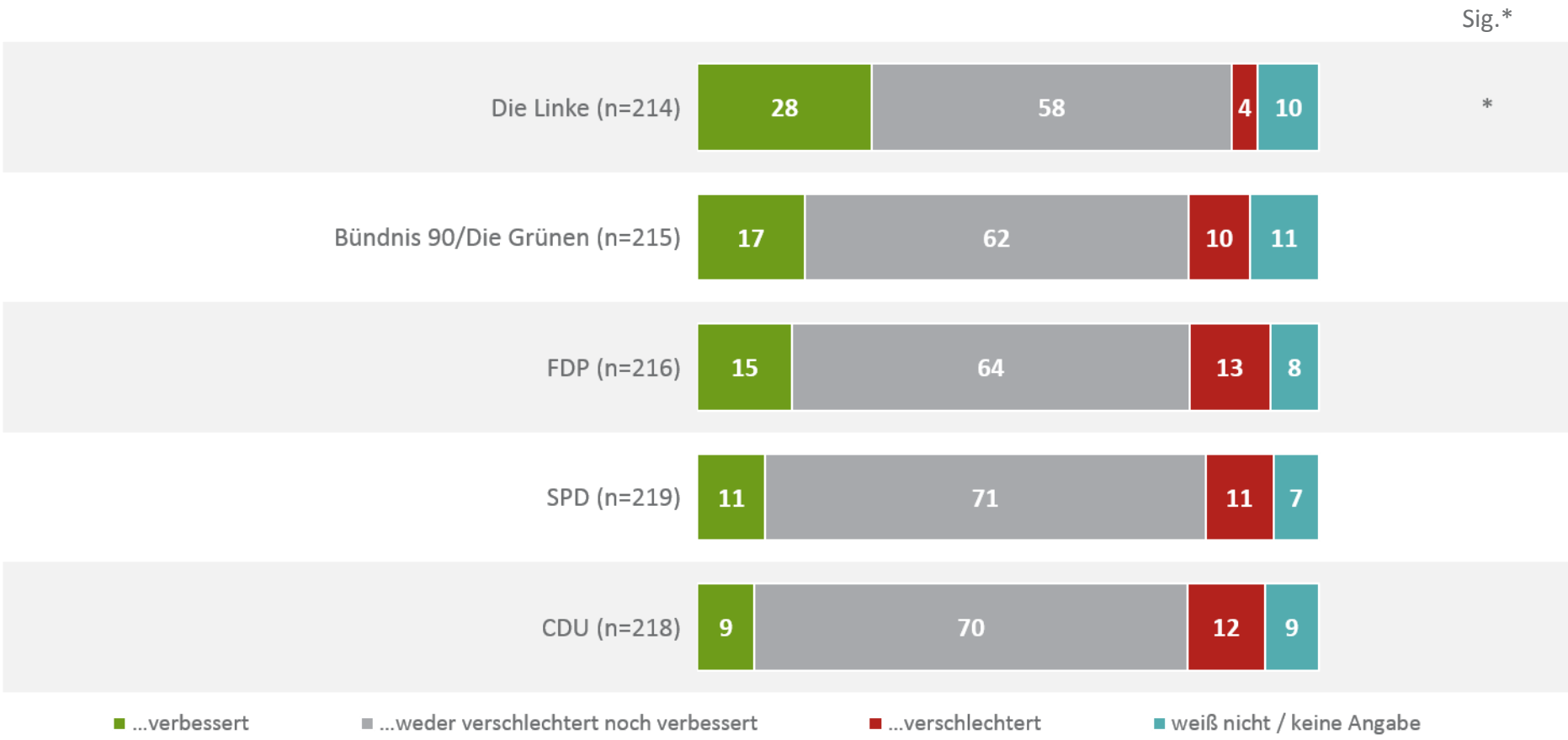
Der Spot der SPD vermittelt zu wenig Ziele und Vorstellungen, Grünen und Linken gelingt dies besser.



YouGov Political Research

Der Spot der Linken verbessert das Bild von der Partei deutlich

Hat der Wahlwerbespot Ihr Bild von der Partei…?

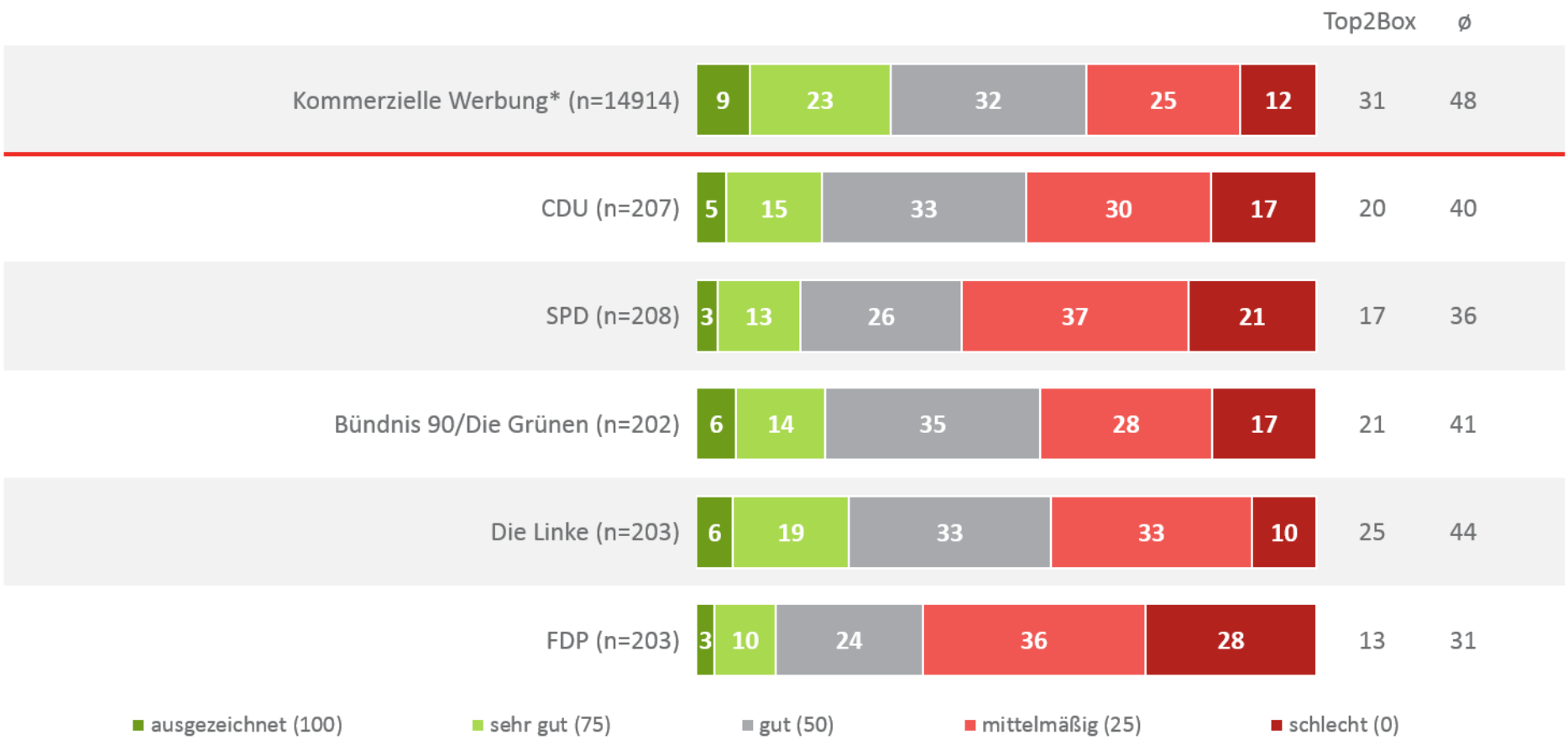


Basis: Befragte, die den Spot bewertet haben
**Signifikant auf dem 95%-Niveau zu Gesamt in Aussage „verbessert“*

YouGov PoliticalResearch

Wahlwerbung wird deutlich kritischer bewertet als kommerzielle Werbung.

Alles in allem: Wie hat Ihnen dieser Wahlwerbespot gefallen?



Basis: alle Befragten
**aggregierte Bewertung kommerzieller Werbespots*

YouGov PoliticalResearch

Ihre Ansprechpartner

Holger Geißler

Head of Research

T +49 221 42061 - 344

F +49 221 42061 - 1344

Holger.Geissler@yougov.de

Martha Posthofen

Consultant

T +49 221 42061 - 321

F +49 221 42061 - 1321

Martha.Posthofen@yougov.de

YouGov PoliticalResearch