

PRESSEMITTEILUNG

Teads' Unforgettable-Taste-Kampagne für Nespresso bestätigt hohe Effizienz der Metrik „Attention Rate“

- *Studie integriert quantitative und qualitative KPIs*
- *Ergebnisse übertreffen durchweg die Normwerte der Branchen-Benchmarks*

Zürich, 6. Juli 2023 – Mit ihrem jüngsten Schweizer Use Case, einer digitalen Werbekampagne für die renommierte Kaffeemarke Nespresso, bestätigt die Mediaplattform Teads den hohen Impact der neuen Marketing-Metrik „Attention Rate“. Dabei übertrifft dieser KPI nicht nur die üblichen Branchen-Benchmarks, sondern beweist darüber hinaus beim Blick auf die Marktdurchdringung eine hohe Aussagekraft.

Der in Zusammenarbeit mit dem multinationalen DataTech-Unternehmen LUMEN durchgeführte Use Case erfasste die Performance von drei Videoformaten (Landscape, Square und Vertical). Gemessen wurden einerseits quantitative KPIs (u. a. Anzeigenformat, Bildschirmbereich, Werbeaufkommen insgesamt etc.). Ausserdem gingen qualitative Messungen in die Analyse ein. Sie erfassten etwa die Verweildauer auf dem Bildschirm (Eyes-on Dwell Time) sowie die View Rate, aus denen sich schliesslich die APM (Attention-Per-Mille), die durchschnittliche Aufmerksamkeit in Sekunden per 1.000 Impressionen, ergibt.

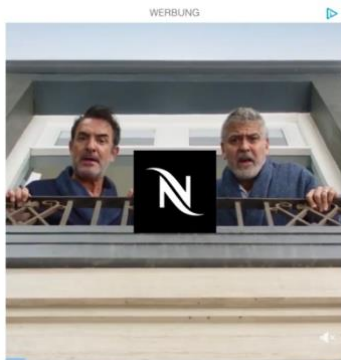
Dabei zeichnet sich die Nespresso-Kampagne Format-übergreifend durch eine sehr hohe Aufmerksamkeitsrate (Attention Rate) aus, die sogar die üblichen Branchen-Benchmarks von Lumen “LAMP” und Teads übertrifft. Beim Blick auf die Details überzeugen insbesondere das Square-Format sowie das Vertical-Format. Mit einem APM-Score von weit über 2.000 lassen sie den Lumen-LAMP-Richtwert (599) um Längen hinter sich.

Die hohen Attention-Werte spiegeln sich auch in der Marktdurchdringung wider. Um ein möglichst aussagekräftiges Ergebnis zu generieren, wurde ein A-/B-Test in der Schweiz durchgeführt. Testgruppe A bestand aus Personen, welchen die Werbespots in einem natürlichen Umfeld gezeigt wurden, Kontrollgruppe B dagegen hatte in der Befragung keinen Kontakt mit den Werbespots. Das Testergebnis bestätigte eine Zunahme des Markenwertes bei der Testgruppe, um teilweise bis zu über 60 Prozent. Ausserdem attestierte die Studie Nespresso eine Zunahme der Kaufabsicht um 12 Prozent sowie ein um 16 Prozent gewachsenes Markenvertrauen. In diesem Zusammenhang überzeugte die Verbraucher das InRead Landscape am stärksten.

„Kunden erwarten von ihren Dienstleistern Werbung, die bei Verbrauchern die größtmögliche Resonanz auslöst. Dabei steht vor allem die Frage im Mittelpunkt, wie sich das digitale

Werbeaufkommen durch weniger fehlplatzierte sowie durch qualitativ bessere, kreativere und aufmerksamkeitsstarke Werbung insgesamt reduzieren lässt. Die Antwort ist: Durch KI. Damit machen wir digitale Werbung de facto smarter und erreichen durch gezielte Ausspielung bei Premium-Publishern höhere Aufmerksamkeitswerte. Das macht Werbung insgesamt effizienter und damit erfolgreicher“, sagt Elba Ferreiro, Brand Communication Manager bei Nespresso.

Images & Links zur Kampagne:



[Demo Link 1](#)

[Demo Link 2](#)

Über Teads

Teads ist die führende globale Mediaplattform für programmatische Werbung. Durch Premium-Medienpartnerschaften ermöglicht Teads Werbungtreibenden und Agenturen weltweit, monatlich 1,9 Milliarden Menschen in markensicheren, seriösen Werbeumfeldern zu erreichen.

Über die End-to-End-Plattform Teads Ad Manager (TAM) lassen sich die Effektivität und Effizienz von digitalen Werbetransaktionen entscheidend verbessern: Werbetreibenden und Agenturen können Anzeigen erstellen, direkt verwalten und sie mit Hilfe modernster Kreativtechnologie (Teads Studio) optimieren.

Für die Messbarkeit und die Steigerung der Werbewirksamkeit hat Teads das Attention-Program entwickelt: Es optimiert datenbasiert Werbemittel für alle Screens und steigert somit den Erfolg von Werbekampagnen.

Teads arbeitet mit den führenden Vermarktern, Agenturen und Publishern in einem Team von über 1200 Mitarbeitern in 30 Ländern zusammen. www.teads.com

Kontakt

Danica Thalmann

Senior Marketing Director CEE & Nordics

e | danica.thalmann@teads.com m | +41 76 454 00 22

Teads, Heinrichstrasse 239, 8005 Zurich - Switzerland

