



Windows 8 Studie: Touchscreen-Werbung steigert Markenengagement

Windows 8 Studie: Touchscreen-Werbung steigert Markenengagement
dmexco 2013: Microsoft Advertising präsentiert ethnografische Untersuchung zum Einfluss von Apps und Touchscreen Devices auf die Erwartungen von Konsumenten an Online-Werbung
Ob Markenwerbung im Internet erfolgreich ist, hängt nicht zuletzt von den Steuerungsmöglichkeiten der Devices ab. Dies ist das Ergebnis der ethnografischen Untersuchung "The Challenge of Advertising in the Digital World - Microsoft Windows 8 Study Germany, die Microsoft Advertising erstmals am 19. September 2013 auf der dmexco vorstellen wird. Unter allen Bedienvarianten weisen Touchscreens demnach die höchste Interaktionsrate auf. Durch den direkten Kontakt der Nutzer mit der Werbung entwickeln sie den größten Effekt auf das Markenengagement. Insbesondere Tablet-Nutzer neigen vor dem Touchscreen stärker dazu, mit der eingeblendeten Markenwerbung zu interagieren.
"Die Ergebnisse dieser aktuellen Untersuchung zeigen uns vor allem eines: Als Touch-optimiertes Betriebssystem bietet Windows 8 allen Werbungtreibenden ideale Möglichkeiten, das Markenengagement ihrer Kampagnen zu optimieren. Insbesondere Windows 8 Werbung in Apps, so genannte "Ads-in-Apps, ermöglichen es Marken, auf relevante und fesselnde Weise mit ihren Zielgruppen zu interagieren, erklärt Markus Frank, Director Advertising Online Microsoft.
"Wie erfolgreich die Nutzer von einer Marke angesprochen werden, entscheidet aber nicht allein der Screen, ergänzt die renommierte Design-Anthropologin, Psychologin und Leiterin der Untersuchung Anna Kirah aus Norwegen. "Auch die Markeninszenierung spielt eine bedeutende Rolle. Egal auf welchem Windows 8 Device: Wichtig ist, dass die Werbung gut gemacht ist. Das haben auch unsere Untersuchungsteilnehmer immer wieder betont: Kreative, im Design überzeugende und interaktive Werbung kommt besser an und regt zusätzlich zur Interaktion mit der Marke an. Ebenfalls ein erhöhtes Markenengagement erreichten in der aktuellen Analyse vor allem Werbemittel, die als eine Art "Infotainment Unterhaltendes mit relevanten Informationen verbinden und in einem vom Nutzer aufgerufenen Kontext erscheinen.
Welche Wirkung Markenwerbung entfalten kann, die auf Touchscreen-Devices läuft und dabei auch noch gut gemacht ist, Infotainment bietet und im richtigen Kontext erscheint, lässt sich bereits an der ersten Windows 8 Werbung in Apps-Kampagne von All Saints Clothing in den USA beobachten. Alle in der Untersuchung beschriebenen Erfolgsfaktoren wurden darin perfekt umgesetzt und damit ein außergewöhnlich hohes Markenengagement erreicht.
Über die Untersuchung
Für die ethnografische Untersuchung "The Challenge of Advertising in the Digital World - Microsoft Windows 8 Study Germany wurden ausgewählte Berliner Familien im August dieses Jahres mit der kompletten Palette von Microsoft-Multiscreen-Endgeräten ausgestattet. Über mehrere Wochen hinweg wurde ihr Mediennutzungsverhalten untersucht und die sich daraus resultierenden Potenziale für die Markenwerbung analysiert.
Über Microsoft Advertising
Microsoft Advertising ist das Angebot der Microsoft Corporation für digitales Marketing. Der weltweit tätige Vermarkter bietet Werbekunden und Website-Herausgebern digitale Marketinglösungen, ein umfangreiches Portfolio von etablierten, starken Online-Marken und führende Werbetechnologien. Das Angebot erstreckt sich derzeit über die Online-Produkte MSN, Xbox, Skype, Windows 8 Apps, Bing sowie über Performance-Netzwerke, die Vermarktung von Inhalten auf mobilen Endgeräten, Video-Werbung und Partnerprogramme. Microsoft Advertising ist Mitglied der AGOF, der IVW sowie des OVK, des Online-Vermarkterkreis im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., und verfügt in Deutschland laut AGOF "internet facts 2013-6 über eine Reichweite von 7,35 Millionen Unique Usern (Einzelmonat, Untersuchungszeitraum Juni 2013). Unter der Leitung von Markus Frank, Director Advertising Online bei Microsoft Deutschland, ist Microsoft Advertising an den Standorten München, Hamburg und Köln vertreten. Microsoft Advertising ist Teil des Bereichs Advertising Online, der alle Aktivitäten von Microsoft im Online-Bereich bündelt.
Weitere Informationen zu Microsoft Advertising sind unter <http://advertising.microsoft.de/> abrufbar sowie über Twitter unter <http://twitter.com/MSAdvertisingDE>.
Microsoft Deutschland GmbH
Konrad-Zuse-Straße 1
85716 Unterschleißheim
Deutschland
Telefon: +49 (089) 3176-0
Telefax: +49 (089) 3176-1000
Mail: kunden@microsoft.com
URL: <http://www.microsoft.com/germany/>


Pressekontakt

Microsoft

85716 Unterschleißheim

[microsoft.com/germany/
kunden@microsoft.com](http://microsoft.com/germany/kunden@microsoft.com)

Firmenkontakt

Microsoft

85716 Unterschleißheim

[microsoft.com/germany/
kunden@microsoft.com](http://microsoft.com/germany/kunden@microsoft.com)

Founded in 1975, Microsoft (Nasdaq "MSFT") is the worldwide leader in software, services and solutions that help people and businesses realize their full potential. MS-DOS, Windows, Windows 3.0, Windows 95, Windows 98, .NET, Office XP, Windows XP and Windows Server are registered trademarks of Microsoft Corporation.