



Pressemitteilung

Studie: Werbung in HD steigert Kaufabsicht

- **Positive Wahrnehmung: Werbespot in HD-Qualität gefällt Befragten um 33 Prozent besser als in SD**
- **Starke Motivation: Motivations- und Aktivierungsleistung des Spots in HD um 55 Prozent höher**
- **Größeres Käuferpotenzial: Konkrete Kaufabsicht ist beim HD-Spot um 22 Prozent höher**

Unterföhring, 1. Juni 2017. Werbespots in HD zeigen deutlich bessere Werte bei positiver Wahrnehmung, Aktivierung und letztendlich auch bei konkreter Kaufabsicht gegenüber gleichen Spots in SD. Das belegt eine aktuelle Studie zur Werbewirkung von Kantar TNS im Auftrag von HD+.

So gefiel Probanden, die einen Werbespot für ein Fast-Moving Consumer Good (FMCG) in HD-Qualität sahen, der Spot um 33 Prozent besser als derselbe Spot in SD. Bei der SD-Variante des Spots konstatierten dies lediglich 46 Prozent. Auch bei der positiven Wirkung auf die Marke zeigt der HD-Spot deutlich bessere Werte: 53 Prozent der Befragten, die den Spot in HD sahen, gaben an, dass sie nun eine bessere Meinung über die Marke hätten – im Gegensatz zu 42 Prozent, die die SD-Variante des Spots schauten. Das entspricht einem prozentualen Unterschied von 26 Prozent. Die positive Wahrnehmung geht beim HD-Spot Hand in Hand mit einer deutlich höheren Motivation, sich etwa über das Produkt weiter zu informieren oder anderen über das Produkt zu erzählen. So ist die Motivations- und Aktivierungsleistung beim Spot in HD um 55 Prozent höher als beim Spot in SD. Und letztendlich schlagen sich diese Ergebnisse sehr auffällig in der konkreten Kaufabsicht nieder. Wenn der Spot in HD-Qualität gesehen wird, würden 66 Prozent der Befragten das Produkt auf jeden Fall oder wahrscheinlich kaufen. Bei denjenigen, die den Spot in SD sahen, geben dies deutlich weniger, nämlich 54 Prozent an. Das heißt, die konkreten Kaufabsichten nach Sehen eines HD-Spots liegen um 22 Prozent höher als beim selben Werbespot ins SD.

„TV-Werbung wirkt. Und in HD-Qualität wirkt sie besser als in der Standardauflösung – das ist das eindeutige Ergebnis der Studie“, so Timo Schneckenburger, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei der HD PLUS GmbH. „Für Werbetreibende ist das eine positive Botschaft: Sie können die Kaufabsicht für ihre Produkte deutlich steigern. Nur in HD-Qualität können sie das Potenzial ihrer Spots optimal ausschöpfen. Und auch für Sender und Vermarkter sind die Ergebnisse bedeutsam. Sie sollten vor diesem Hintergrund ihre Anstrengungen verstärken, zum Ausbau der HD-Reichweite in Deutschland beizutragen.“

HD PLUS GmbH

Betastr. 1–10 D-85774 Unterföhring

Geschäftsführer: Wilfried Urner (Vorsitz) | Georges Agnes | Martin Oberfrank | Timo Schneckenburger | AG München HRB 159479

Motivation bei Werbung in HD besonders hoch

In Deutschland empfangen laut aktuellem Astra-TV-Monitor 59 Prozent der TV-Haushalte (22,54 Mio.) HDTV. Die aktuelle Studie belegt nun, dass die Chancen, bei diesen Haushalten ein kaufrelevantes Verhalten durch TV-Werbung zu erreichen, in HD deutlich höher sind als in SD. Das gilt beispielsweise für das Word-of-Mouth-Potenzial, also die Frage, ob man angebotsbezogene Aussagen weitererzählen würde. Und auch bei der Einstellung zur Marke sind durchgängig bessere Imagewerte bei „HD-Sehern“, besonders bezüglich Sympathie-Werten und der Bereitschaft, für etwas Geld auszugeben, festzustellen. Hier liegt der Score bei der HD-Variante mehr als 20 Prozentpunkte über dem der SD-Variante des gezeigten TV-Spots.

Studiendesign

Die Studie hat Kantar TNS im Auftrag von HD+ im Zeitraum von 28. April bis 12. Mai 2017 durchgeführt. Befragt wurden 200 Personen in TV-Haushalten im Alter von 16 bis 49 Jahre. Den Probanden wurde ein Werbespot für ein FMCG auf einem HD-fähigen TV-Gerät vorgespielt. Die Testgruppe (n=100) sah dabei den Spot in HD-Qualität, die Kontrollgruppe (n=100) in SD.

Rückfragen von Journalisten:

Frank Lilie

Pressesprecher HD PLUS GmbH

Tel.: (089) 1896-1640

Frank.Lilie@hd-plus.de

Über HD+

Die HD PLUS GmbH ist eine hundertprozentige Tochter von SES, einem weltweit führenden Satelliten-Betreiber mit einer Flotte von über 50 Satelliten. Die HD PLUS GmbH wurde im Mai 2009 gegründet und vermarktet das Produkt HD+, ein zusätzliches Programm-Angebot in hochauflösender Qualität (HD), das über das Astra Satellitensystem in Deutschland empfangbar ist. Nutzer von HD+ haben Zugriff auf mehr als 50 Sender in HD – neben 30 meist öffentlich-rechtlichen HD-Angeboten empfangen Zuschauer mit dem HD+ Sender-Paket aktuell 23 der größten Privatsender in HD-Qualität.

www.hd-plus.de