

Modsitebanner

Testergebnisse aus der Kampagne „Tagesgeldkonto der Sparkasse Hannover“

OE 4140 - Internetmanagement
Stephan Hochmann

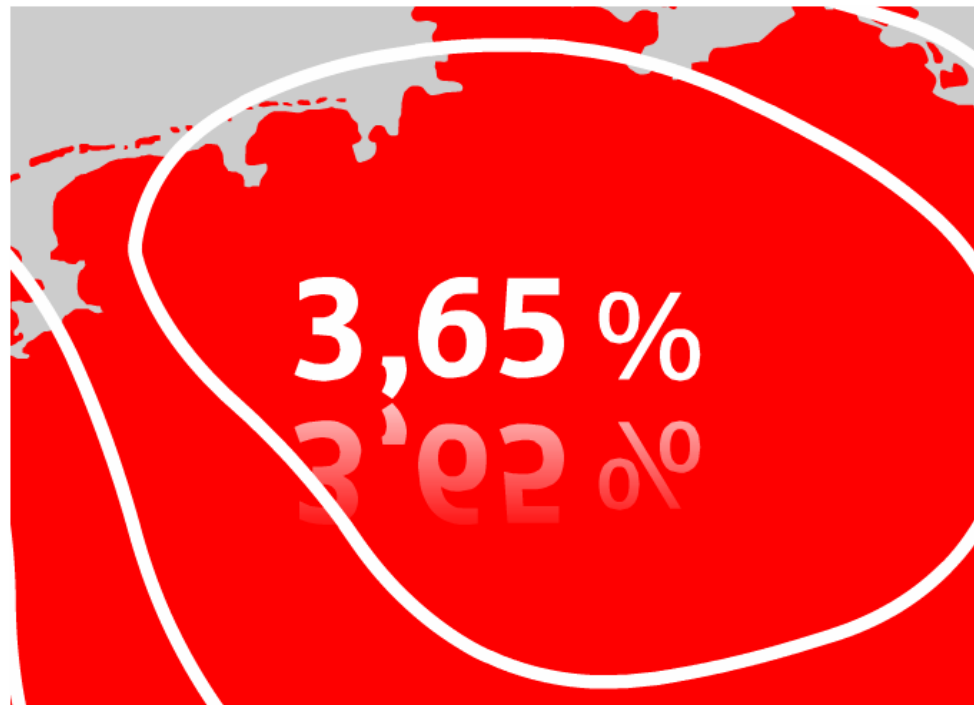
Das Werbemittel

- Neu und einmalig an dem Banner war, dass man nach dem Klick auf die Webseite der Sparkasse weitergeleitet und auch hier wieder von der Moderatorin empfangen wurde.
- Thema war die „aktuelle Zinslage“ mit dem Zinshoch in Hannover
- Der Banner war eine Mischung aus Videoaufnahme und Flash-Animation

The screenshot shows the GMX website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'PRODUKTE', 'THEMEN', 'SHOPPING', 'ENTERTAINMENT', and 'MEIN GMX'. Below this is a search bar and a navigation menu with icons for 'Meinungen', 'Videos', 'Bilder', 'Quiz', 'RSS', and 'Suche'. The main content area is dominated by a large red banner for Sparkasse Hannover. The banner features the text '3,65%' in large white font, followed by 'Das Zinshoch im Norden.' and a button that says 'Hier informieren!'. The Sparkasse Hannover logo and name are also present. To the right of the text is a photograph of a woman in a dark suit, likely the moderator mentioned in the text. Below the banner, there are several smaller article teasers with images and headlines, including 'Auto', 'Lottoservice', 'Preisvergleich', 'Nachrichten', 'Unterhaltung', 'NIVEA', and '#desoo'. The footer contains copyright information for GMX and a 'powered by C' logo.

Der Referenzbanner

- Um den Erfolg des Modsitebanner zu testen, haben wir parallel und zeitgleich im gleichen Umfang einen Referenzbanner geschaltet, der das gleiche Thema beworben hat.



Einsatz und Reporting

- Die Banner wurden auf den Logout-Seiten von web.de und gmx.de eingesetzt.
- Zeitraum: 03.12.-16.12.2007
- Umfang: je ca. 90.000 AI

Klickrate ohne Modsitebanner

- a) web.de = 0,47 %
- b) gmx.de = 0,32 %

Klickrate mit Modsitebanner

- a) web.de = 1,39 %
- b) gmx.de = 1,28 %

- Der Modsitebanner hat eine 3-4 fache Performance gebracht und lag deutlich über 1%, was wirklich einen sehr guten Klickwert widerspiegelt!

Fazit

- Das eingesetzte Werbemittel war sehr aufmerksamkeitsstark
- Die erzielten Klickraten sind insbesondere für Finanzprodukte extrem gut
- Der Einsatz dieses „neuen“ Werbemittel hat sich definitiv gelohnt