

Pressemeddelelse
10. maj 2017

Ny rapport fra Adobe:

Europæiske forbrugere vil have sjovere internet-reklamer

Europæiske forbrugere bliver hver dag bombaderet med reklamer på nettet – men ikke alle trænger igennem. Hele 66 pct. af de europæiske forbrugere finder reklamerne på nettet irrelevante, og hver tredje peger på humor som altafgørende, hvis reklamen skal fange deres opmærksomhed. Det viser en ny undersøgelse fra Adobe.

Digitale annoncer, bannere, pop-ups og nyhedsbreve. Online-reklamer findes i alle afskygninger, men ikke alle trænger igennem til målgruppen. Spørger man de europæiske forbrugere, hvordan online-reklamer bedre kan fange deres opmærksomhed, lyder svaret: De skal være sjovere!

Det viser rapporten 'the State of Digital Advertising' fra Adobe, der er baseret på interviews med mere end 4.000 forbrugere og 300 virksomheder verden over omkring digital reklame.

Her svarer 29 pct. af de europæiske forbrugere, at humor ville være en måde at forbedre online-reklamer på. 17 pct. mener, at online-reklamer ville være mere effektfulde, hvis de talte mere til deres værdier og holdninger. Samtidig siger 15 pct., at det er de personaliserede reklamer, der trænger mest igennem. Og 26 pct. mener, at færre reklamer på nettet ville betyde, at de ville lytte mere.

Personlige reklamer skiller vandene

I rapporten fremgår det, at 66 pct. af de europæiske forbrugere finder online-reklamer irrelevante på trods af, at mange virksomheder laver personaliserede reklamer. Faktisk svarer hele 33 pct. af europæerne, at online-reklamer ikke bør være personaliserede. Og kun 22 pct. mener, at virksomheder har respekt for deres digitale privatliv.

”Det er lidt et paradoks, at forbrugere både vil have relevant indhold, men samtidig er skeptiske over for personaliseret indhold, der rent faktisk er baseret på deres præferencer. Noget tyder jo på, at forbrugere har ramt muren for deling af deres privatliv. Og udfordringen for virksomhederne er så at finde det gyldne trick. Her peger flere i undersøgelsen på humor,” siger Imran Afzal, marketingchef for Adobe Experience Cloud i Norden.

Kun 34 pct. af de europæiske forbrugere synes, at de online-reklamer, de ser, er relevante – og for vores nordiske naboer i Sverige er tallet helt nede på 21 pct. Der er også kun 22 pct. af svenskerne, der mener, at virksomheder gør et godt stykke arbejde med at lave relevante online-reklamer mod 41 pct. på europæisk basis.

For yderligere information

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com

Holm Kommunikation, konsulent Esben Berg Nielsen, tlf. 26 36 81 22, e-mail: ebn@holm.dk

Om Adobe

Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg www.adobe.com.