

Online-Händler entdecken TV-Werbung

✖ Fernsehwerbung war bislang für Versandhändler ein selten genutzter Kanal. Doch mittlerweile schalten immer mehr reine Online-Händler Werbe-Spots im TV. Darunter auch so manches Start-up. Helfen auch Sie jetzt bei unserer Liste von Shops mit TV-Werbung.

Diese Online-Shops werben im TV.

Dass Otto, Neckermann oder früher die Quelle ab und zu mit Werbung im TV vertreten waren und sind, verwundert nicht. Schließlich ist das Fernsehen nach wie vor einer der reichweitenstärksten Kanäle für Werbungtreibende. Doch sieht man in den vergangenen Jahren immer wieder e-Commerce-Startups TV-Werbeplätze belegen.

TV-Spots sind keine Video-Clips

Online-Händler, die mit dem Gedanken an einen TV-Spot spielen, sollten sich im Vorfeld über einige Dinge im Klaren sein. Der produktionstechnische Aufwand für einen TV-Spot ist in der Regel wesentlich höher, als bei einem Video-Clip für das Netz. Das liegt daran, dass in einem Werbespot in der Regel nur 30 bis 45 Sekunden zur Verfügung stehen, um die Geschichte des Spots zu erzählen. Text- und Bildsprache müssen hochverdichtet präsentiert und haargenau auf die werblichen Kernbotschaften abgestimmt werden, die dem Zuschauer kommuniziert werden sollen.

Die Herausforderung beim Video-Clip liegt dagegen woanders, weiß Roland Rudolf, Chief Creative Officer der Werbeagentur **publicis modem Deutschland**. Hier muss es gelingen, den Zuschauer durch eine toll erzählte Geschichte bei der Stange zu halten:

“In Video-Clips hat der Werbungtreibende beim Storytelling einen viel größeren Spielraum zur Verfügung. Werbliche Internet-Spots können problemlos zwei, drei Minuten lang sein und werden trotzdem von den Nutzern angeschaut. Voraussetzung ist aber, dass die Story stimmt.”

Vom Netz ins TV

Roland Rudolf konstatiert im Gespräch mit dem shopbetreiber-blog einen Paradigmenwechsel bei Bewegtbildwerbung. Mittlerweile nutzen Werbungtreibende das Internet, um zukünftige Bewegtbild-Spots zu testen. Wird ein Clip im Internet von der Zielgruppe angenommen, wird daraus ein TV-Clip herausgelöst.

Diese Entwicklung bestätigt auch David Eicher, Geschäftsführer der Agentur **webguerillas**:

“Der Trend geht dahin, dass immer mehr Viralspots bereits in TV-Qualität produziert und in einer Art Test-Flight im Internet geseedet werden. Funktioniert der Spot online, wird er dann im zweiten Schritt auch im TV geschaltet. Das bedeutet wiederum, dass die Produktionskosten von Viralspots gestiegen sind. Learning ist aber auch, dass eine teure Produktion kein Erfolgsrezept für Werbespots mit hoher Akzeptanz sind.”

Daher gehen viele Online-Shops dazu über, auf Videoportalen wie beispielsweise **Youtube** eigene gebrandete Kanäle anzulegen. So zeigt etwa der Dessou-Shop **Lascana.de** aus dem Hause **Otto** auf seinem Youtube-Channel speziell für das Web produzierte Clips und auch auch Kino- und TV-Spots.



Bewegtbild ist bei Lascana in die Social Media Strategie eingebunden und Youtube mit der Fanseite auf Facebook, dem Twitter-Account und dem hauseigenen Blog prominent verlinkt. Auf Facebook greift Lascana wieder auf die Inhalte des eigenen Youtube-Channels zurück. Somit sind TV-Spots und Video-Clips keine solitären Werbekanäle mehr, sondern fest in eine crossmediale

Werbestrategie eingebunden.

Liste von Online-Shops, die im TV werben

Design3000.de

Otto.de



MyMüsli

Enamora

Lascana.de

Zalando.de

Mister Spex

designskins.com

Bonprix

Neckermann

Brands4friends

Globetrotter



PosterXXL

Weltbild

Haben wir einen Online-Shop vergessen, der mit Fernsehwerbung wirbt? Dann schreiben Sie uns einfach einen Kommentar. Wir werden die Liste laufend aktualisieren.