

Audio-Creative-Guidelines von Spotify Ad Studio

Werbung auf Spotify ist jetzt für Unternehmen jeder Art und jeder Größenordnung verfügbar. Nutze wirksame Audio Ads und erreiche deine Zielgruppe mit Spotify Ad Studio, unserer neuen Self-Service-Werbeplattform.

So erstellst du großartige Audio Ads

Wir bei Spotify wissen um die Wirkung von Audio. Wir haben festgestellt, dass mit Audio Ads die Werbeerinnerung im Vergleich zu herkömmlichen Display Ads um bis zu 24 % erhöht wird.* Um dir zu helfen, dieses leistungsstarke Format zu nutzen, haben wir analysiert, welche Audio Ads auf Spotify besonders erfolgreich waren und welche eher nicht. So haben wir eine Reihe von Empfehlungen entwickelt, die dir helfen, deinen Audiokampagnen den letzten Schliff zu geben.

* Quelle: Studie des Nielsen Media Lab (2017)

Verstehe deine Zielgruppe

1. Erreiche deine Zielgruppe dort, wo sie ist

Deine Hörer*innen erhalten deine Botschaft zwischen Songs, während sie Musik hören. Wenn du dich dazu entscheidest, Hintergrundmusik zu verwenden, solltest du sie an die Vorlieben deiner Zielgruppe anpassen.

2. Sprich deine Hörer*innen an

Personalisierte Werbung erzielt mehr Interaktionen. Erwäge einen gezielten Ansatz für deine Botschaft. Wenn du beispielsweise Hörer*innen in Hamburg ansprechen möchtest, kannst du mit „Hey Hamburg!“ einsteigen.

Sei klar und einprägsam

3. Komm auf den Punkt

Nutze die ersten paar Sekunden, um dich selbst, dein Unternehmen und den Zweck deiner Ad vorzustellen.

4. Verwende einen Call-to-Action

Ads mit direkten Aufrufen zum Handeln erzielen ca. 3-mal so hohe Click-Through-Raten wie Ads ohne CTA. Bitte Hörer*innen, etwas zu unternehmen (z. B.: „Tippe, um einen Shop zu finden.“). So erhöhst du die Wahrscheinlichkeit, dass sie mit deiner Ad interagieren.

5. Sei deutlich und denk an die Botschaft

Konzentriere dich auf den wichtigsten Punkt, der Hörer*innen im Gedächtnis bleiben soll. Vermeide Parodien, Witze oder Testimonials, die es Hörer*innen erschweren, eine Verbindung mit deiner Marke aufzubauen.

6. Kommuniziere Vorteile

Sprich in deiner Audio Ad über exklusive Angebote, Verkäufe oder Gutscheincodes.

7. Achte auf einen einheitlichen Ton und ein gleichmäßiges Tempo

Ads mit einer Länge von 30 Sekunden sollten zwischen 55 und 70 Wörter umfassen und ein gleichmäßiges Tempo haben.

LOS GEHT'S

Du lädst deine eigene Audio Ad hoch?

Nutze Hintergrundmusik nur, wenn sie deine Botschaft ergänzt

Nicht alle Ads benötigen Hintergrundmusik. Sei einfach einnehmend und füll die Ad mit Leben!

Verwende nicht mehr Sprecher*innen als nötig

Mehrere Stimmen können Hörer*innen verwirren.

Vermeide nervige Soundeffekte

Schrille oder unangenehme Geräusche (wie ein Alarm oder Lufthorn) könnten Nutzer*innen von deiner Botschaft abschrecken.

Achte auf einen ausgeglichenen Mix

Stelle sicher, dass die Lautstärke der Voiceovers, der Musik und anderer Soundeffekte über die gesamte Anzeige hinweg ausgeglichen ist.

Zu beachtende Specs

Beachte bitte diese Spezifikationen beim Erstellen deiner Ad.

Audiodatei

Länge: Entweder 15 oder 30 Sekunden

Dateityp: WAV, MP3, OGG

Max. Dateigröße: 1 MB

Audio: WAV – 16-Bit 44,1 kHz MP3, mindestens 192 kbit/s, RMS normalisiert auf -14 dBFS, Peak normalisiert auf -0,2 dBFS

Companion-Banner

Abmessungen: 640 × 640 Pixel

Dateityp: JPEG oder PNG

Max. Dateigröße: 200 KB

Noch Fragen?

Mehr Informationen findest du in unseren FAQs.

LOS GEHT'S