

Riddle

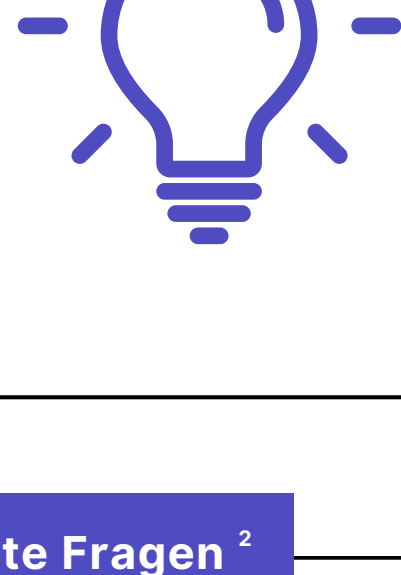
2024 Quiz Marketing Report

Fakten, Daten und Zahlen zur Effizienz von Quizzes im Marketingmix für Publisher, Brands und im Profi-Sport

Die wichtigsten Zahlen aus dem Riddle Quiz Marketing Report 2024

Riddle 2024 – überraschende Fakten ²

- Alle 3 Minuten wird ein Riddle Quiz oder Poll auf einer Publisher Seite gestartet
- Die Riddles unserer Kunden wurden 1,73 Milliarden Mal geladen.
- Pro Stunde wurden über 1.000 Leads mit Riddle generiert
- Insgesamt haben Leser 16,4 Milliarden Sekunden mit Riddle verbracht



Datenbasis: 2,8 Milliarden beantwortete Fragen ²

Dieser Report basiert auf den im Jahr 2024 gesammelten Daten von Riddle.com. Sie stammen aus Inhalten, die von tausenden globalen Publishers, Sport Mannschaften und Brands generiert wurden.

- 2,8 Milliarden beantwortete Fragen
- 459,3 Millionen User starteten Riddles
- 344,2 Millionen User beendeten Riddles



21.3% der Nutzer haben ihren Ergebnis-Tipp für Fußballspiele auf Social Media geteilt

-Profi Fußballmannschaft FC 08 Homburg (Fallstudie)



Warum Lead Generierung mit Quizzes?

↑ 9,7 Mal besser als Pop-Ups ¹

↑ 421% mehr Engagement ¹



↓ Niedrigere Kosten pro Lead

↔ Hohe Viralität

✓ Zero-Party Daten (DSGVO konform)

9,7 Mal besser als Pop-Ups

Opt-in Raten

Quizzes funktionieren 9,7 Mal ³ besser als andere Methoden zur Generierung von Leads, wie zum Beispiel Pop-ups.⁴ Diese Daten stammen aus dem Vergleich der Analyse von 2 Milliarden Pop-ups von Bdot (ehem. Sumo)¹ und den 344 Millionen Quizzes von Riddle.¹

Pop-ups ⁴
3.1%



Quizzes
29.8%¹



Lead Formulare in Quizzes

33% Unsere eigenen, wissenschaftlichen Analysen bestätigen diese Zahlen. 33% der User eines Quizzes füllen ein Quiz Lead Formular aus. Nur 4,5% der User füllen ein Pop-Up Formular aus.⁵

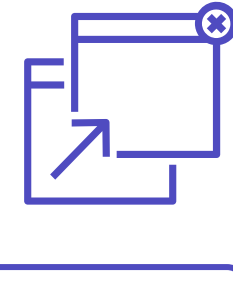
Riddle-Lab: Pop-Up gegen Quiz – was funktioniert besser?



↓ 37% niedrigere Kosten pro Lead

Werbeanzeigen für ein Quiz erhalten mehr Klicks zu niedrigen Kosten pro Klick. Die Ausfüllrate ist bei Quizzes höher.

Pop-ups
€1.11



2.128 Klicks zu €0.05 → 96 Leads

Unser Riddle Labs Experiment zeigt, dass Quizzes 37% niedrigere Kosten pro Lead als Pop-Ups haben.⁵

Quizzes
€0.71



2.055 Klicks zu €0.04 → 115 Leads

60% Wir haben unsere Akquisitionskosten durch Quiz Marketing um 60% senken können.

- Laura Sagen, The Hair Fuel



Daten sicher generieren (DSGVO-konform)

Zero-Party Daten

Mit Quizzes generierte Leads sind Zero-Party Daten. User geben ihre Daten freiwillig weiter.

Quizzes sind besser zur Datengenerierung als Cookies, Skripte und andere Werbemethoden.

Zero-Party Datensammlung ist die sicherste Art der Datensammlung unter der DSGVO



421% besseres Engagement

Besucher bleiben 4 Mal länger auf Seiten mit einem Quiz oder Poll

- ↑ Mehr Engagement
- ↑ Mehr Interaktion
- ↑ Mehr Conversions

0:54⁶
weltweiter Durchschnitt

3:56 (+421%)¹
Riddle Quizzes

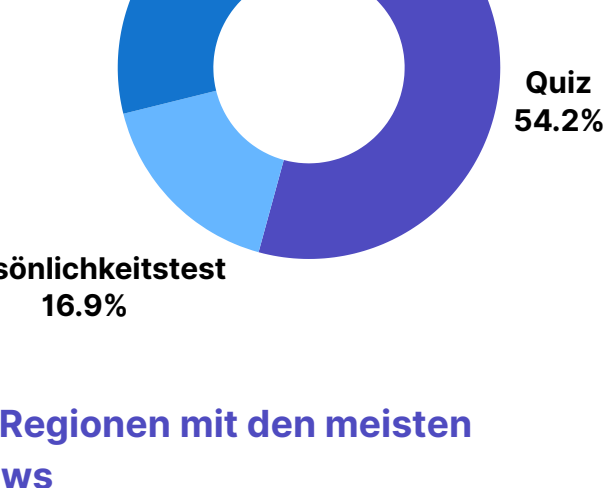
65.8% der Seitenbesucher interagieren mit interaktiven Inhalten.

- Riczer Desvaristes, The Fiesta Bowl



Riddle 2024 – zusätzliche Daten ²

Die beliebtesten Riddle Typen basierend auf der Engagement Rate



Die Top 3 Regionen mit den meisten Riddle Views

1. USA (370,1 Millionen)
2. Großbritannien (364,2 Millionen)
3. Deutschland (133,1 Millionen)



Riddle

www.riddle.com

100% DSGVO konformer Online Quiz Maker

Alle Funktionen für 14 Tage kostenlos testen

Abo Preise starten bei 59€ / Monat – keine Nutzungslimits

REFERENZEN

1. Jährliche Nutzung von Riddle.com (1. Januar bis 31. Dezember 2024) – bitte kontaktiere uns unter hello@riddle.com, wenn Sie weitere Informationen möchten.
2. Die Riddle.com Datenbasis ist die Gesamtanzahl der Ansichten, Starts, Abschlüsse, Antworten auf Fragen, Leads und Social Shares
3. Opt-in Rate = Nutzer, die ein Lead Formular ausfüllen / Nutzer, die ein Riddle gestartet haben.
4. Bdot (formerly Sumo): "Pop-up Statistics: Findings From Analyzing 2 Billion Pop-up Examples"
5. Riddle Lab: "Pop-up vs. quiz - which is more effective?"
6. Content Square: 2022 Digital Experience Benchmark Report
7. Riddle.com - Analyse der Inhalte mit aktivierter Social Sharing Option