

TV-WERBUNG ÜBERZEUGT AUS SICHT DER ZUSCHAUER

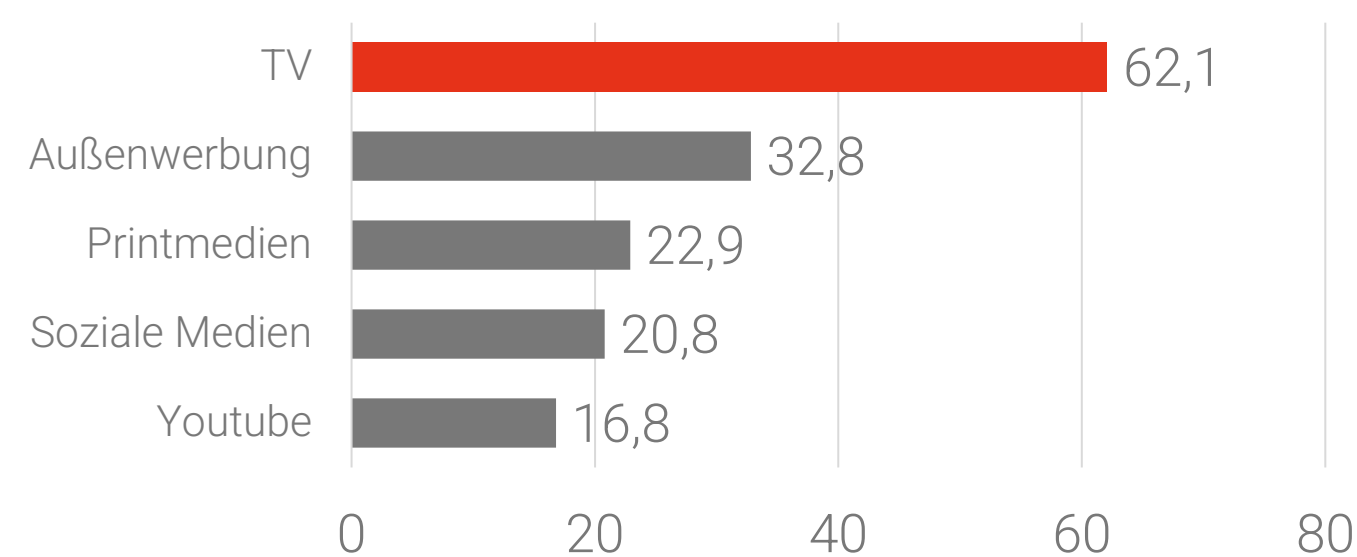
Werbung im Fernsehen wird am stärksten wahrgenommen, beeinflusst das Kaufverhalten stärker als jedes andere Medium und ist besonders glaubwürdig. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie aus der Schweiz. In einer repräsentativen Studie wurden rund 1000 Konsument*innen zu den Eigenschaften von verschiedenen Werbeträgern befragt.

Die Studie zeigt außerdem, dass TV für die Zuschauer grundlegende Motive der Bewegtbildnutzung erfüllt: Unterhaltung, Information und Entspannung sind die 3-Kernmotive für die Nutzung von Fernsehen.



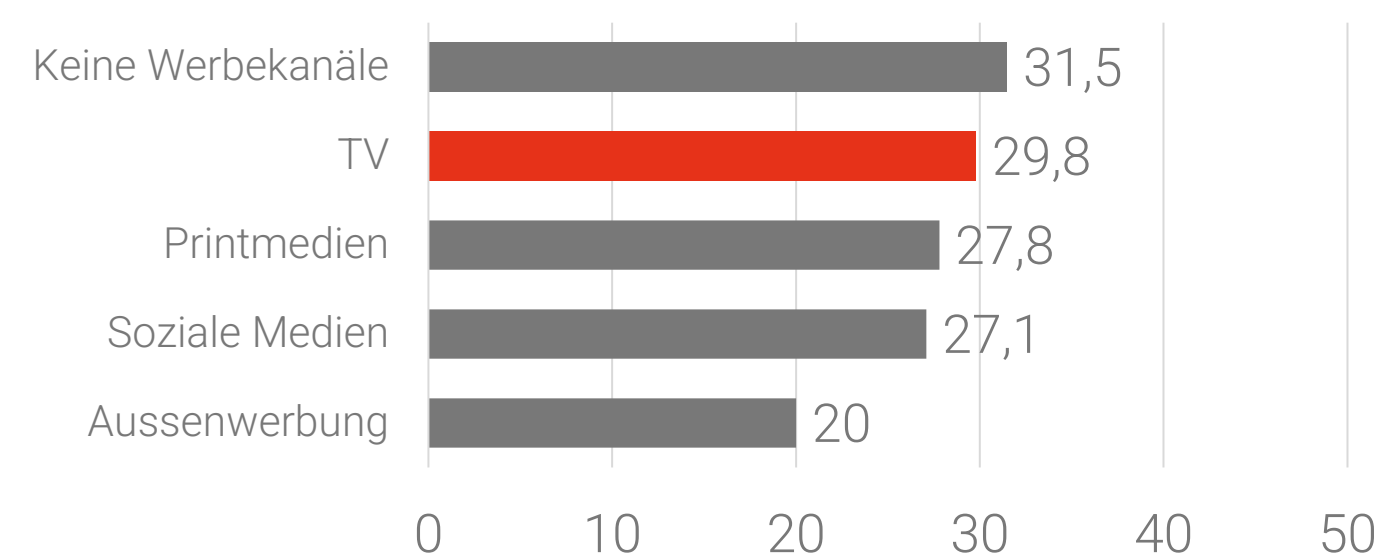
Medium, in dem Werbung gesehen wurde

TOP5: Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich



Medium, das den Kauf stark beeinflusst

TOP5: Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich



Medium mit glaubwürdigster Werbung

TOP5: Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich

