

FERNSEHWERBUNG PUNKTET MIT HOHEM VERTRAUEN

Humorvoll und lebensnah: Werbebotschaften, die diese Attribute erfüllen, kommen bei den Deutschen besonders gut an.

Aber auch das Werbemedium ist entscheidend: Während klassische Medien beim Thema Vertrauen punkten, schneiden Social Media und Online-Banner schneiden weniger gut ab.

Zu diesen Ergebnissen kommt die globale "Trust in Advertising"-Studie von Nielsen. Für die Studie wurden im Spätsommer 2021 über 43.000 Personen in 56 Ländern in Europa (darunter auch Deutschland), dem Nahen Osten und Afrika in der Asien-Pazifik-Region sowie in Nord- und Lateinamerika repräsentativ befragt.

Themen, die Vertrauen schaffen

Angaben in Prozent

RANG	SUJET	VERTRAUENSWERT
1	Humor	55%
2	Situationen aus dem wahren Leben	41%
3	Gesundheit	34%
4	Familienorientiert	30%
5	Tiere	25%



71%

der Millennials vertrauen Werbung im TV.

68%

der Millennials werden durch TV-Werbung beeinflusst.

"Die Befragten bekunden weltweit, dass Fernsehwerbung von seriösen Unternehmen geschaltet wird. Daher wird ihnen gegenüber mehr Vertrauen entgegengebracht als einigen der neueren Werbeformen."

Cathy Heeley, Nielsen