

Admeira Studie

Premium Advertising 2.0

2022

ADMEIRA

Steckbrief der Studie

Untersuchungsart: Befragung über das Admeira AdPanel im GfK-Online-Bus

Universum: Online-Bevölkerung der Deutschschweiz, 15 - 74 Jahre im Online-Nutzerkreis
(Nutzung: mehrmals täglich, täglich oder fast täglich, mehrmals pro Woche, ungefähr einmal pro Woche oder weniger als einmal pro Woche)

Stichprobenverfahren: Bevölkerungs-repräsentativ nach soziodemographischen Merkmalen, Random-Quota-Verfahren

Quoten: Geschlecht, Alter (3 Gruppen), WEMF-Gebiete (3 Gruppen)

Gewichtung: Die Daten wurden nach folgenden Kriterien gewichtet: Geschlecht x Alter (4 Gruppen), Erwerbstätigkeit (4 Gruppen), Schulbildung (2 Gruppen), Super WG (7 Gruppen in Deutschschweiz), Siedlungsart (2 Gruppen).
Mit der Gewichtung werden die Daten optimal an die Strukturen der Grundgesamtheit angepasst.

Stichprobe: Interviews in D-CH n=768

Befragungszeitraum: Woche 18, 05.05. – 10.05.2022

Durchführendes Institut: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

1. SRF versus Konkurrenz
2. Entwicklung SRF 2022 vs. 2018
3. Die junge Zielgruppe



1. SRF versus Konkurrenz
2. Entwicklung SRF 2022 vs. 2018
3. Die junge Zielgruppe

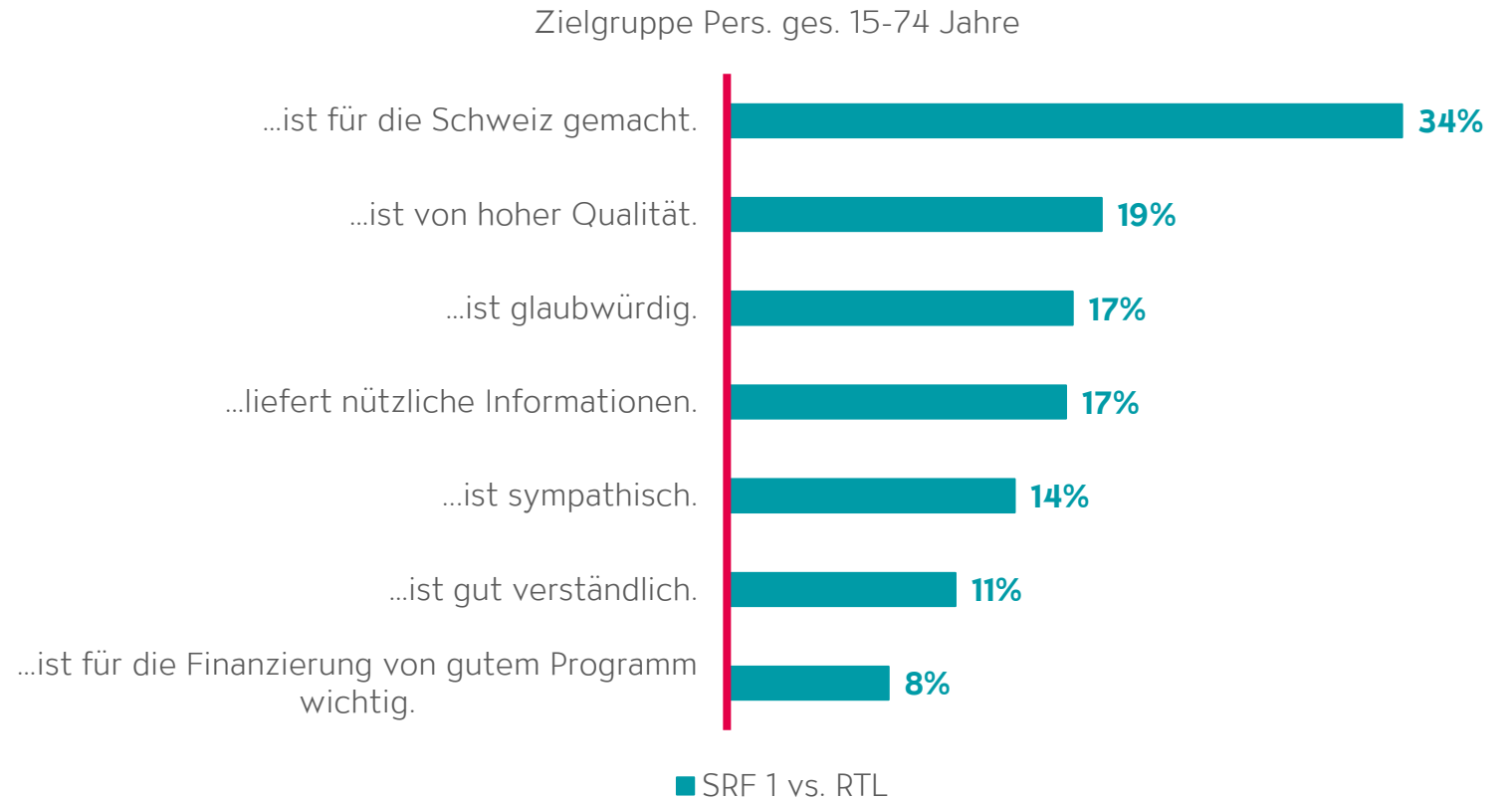


Bessere Werbewahrnehmung auf SRF 1

Die Werbung auf SRF 1 wird auf allen Dimensionen besser wahrgenommen als Werbung bei RTL.



Am meisten unterscheidet sich die Werbewahrnehmung auf beiden Sendern in der «Swissness» und der Qualität.



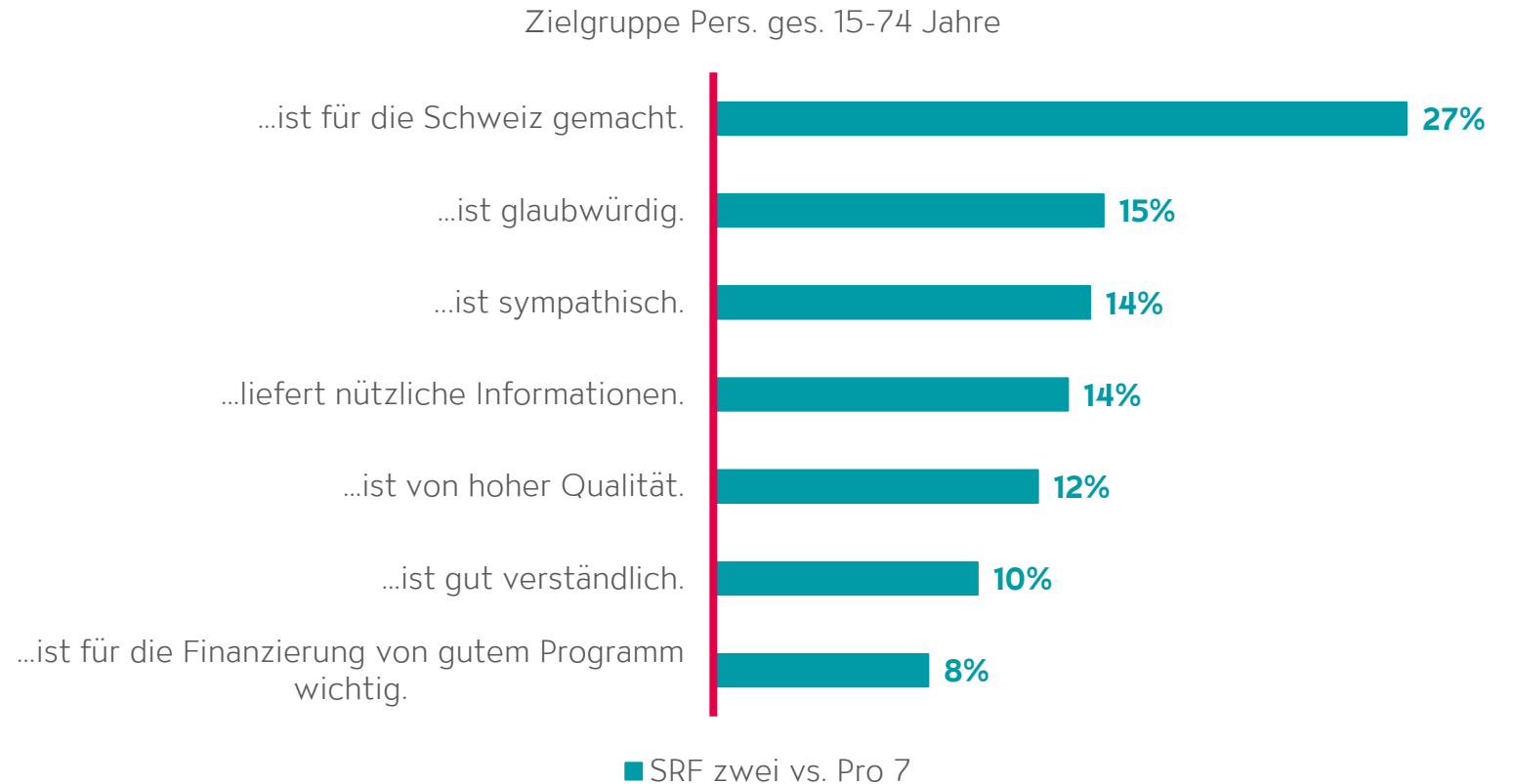
Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

Bessere Werbewahrnehmung auf SRF zwei

Die Werbung auf SRF zwei wird auf allen Dimensionen besser wahrgenommen als Werbung bei Pro7.



Am meisten unterscheidet sich die Werbewahrnehmung auf beiden Sendern in der «Swissness» und der Glaubwürdigkeit.



Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

1. SRF versus Konkurrenz
2. Entwicklung SRF 2022 vs. 2018
3. Die junge Zielgruppe

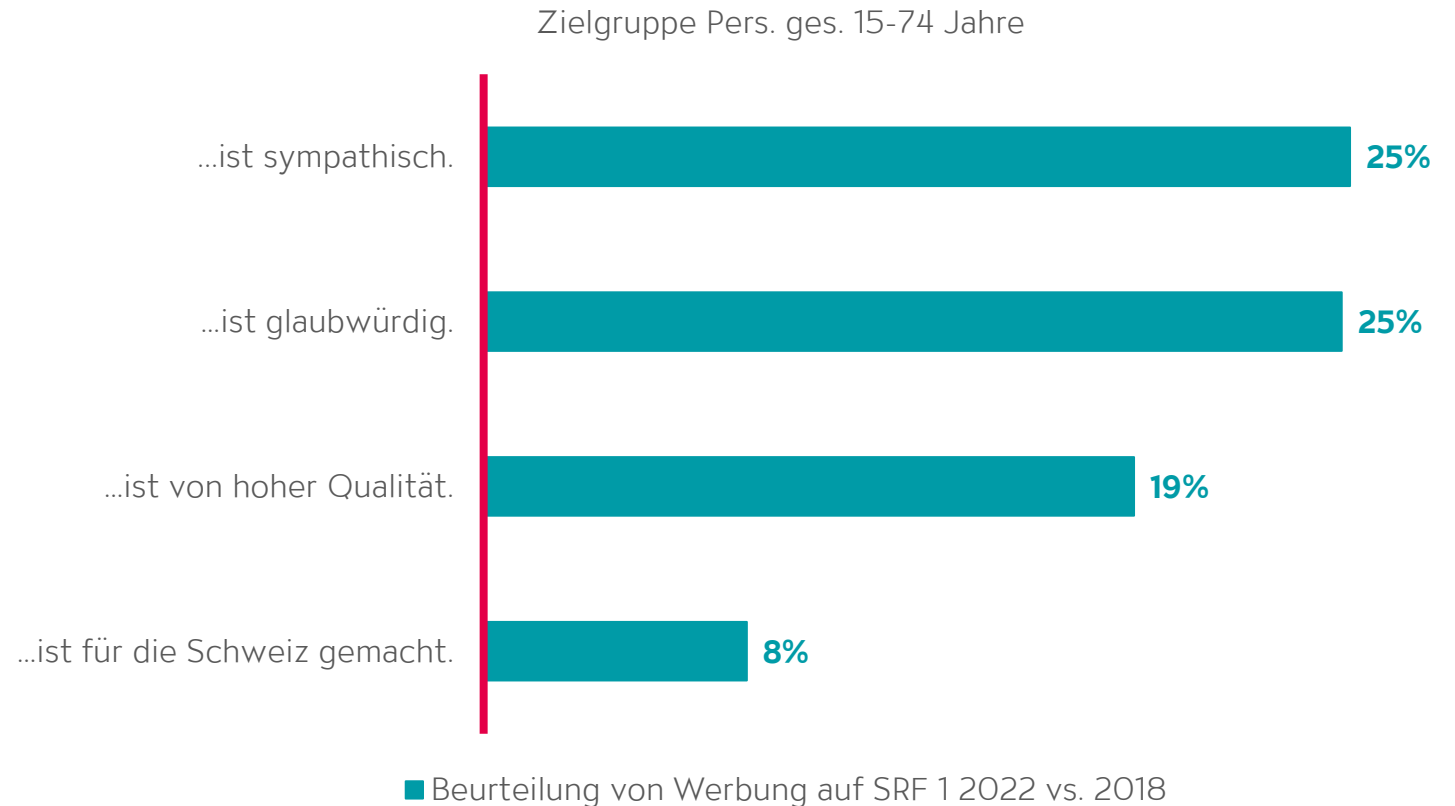


Gesteigerte Werbewahrnehmung auf SRF 1

4 Attribute hatten wir bereits in der ersten Studie Premium Advertising 2018 abgefragt.



Und es zeigt sich: die Werbewahrnehmung auf SRF 1 ist nochmals gestiegen.



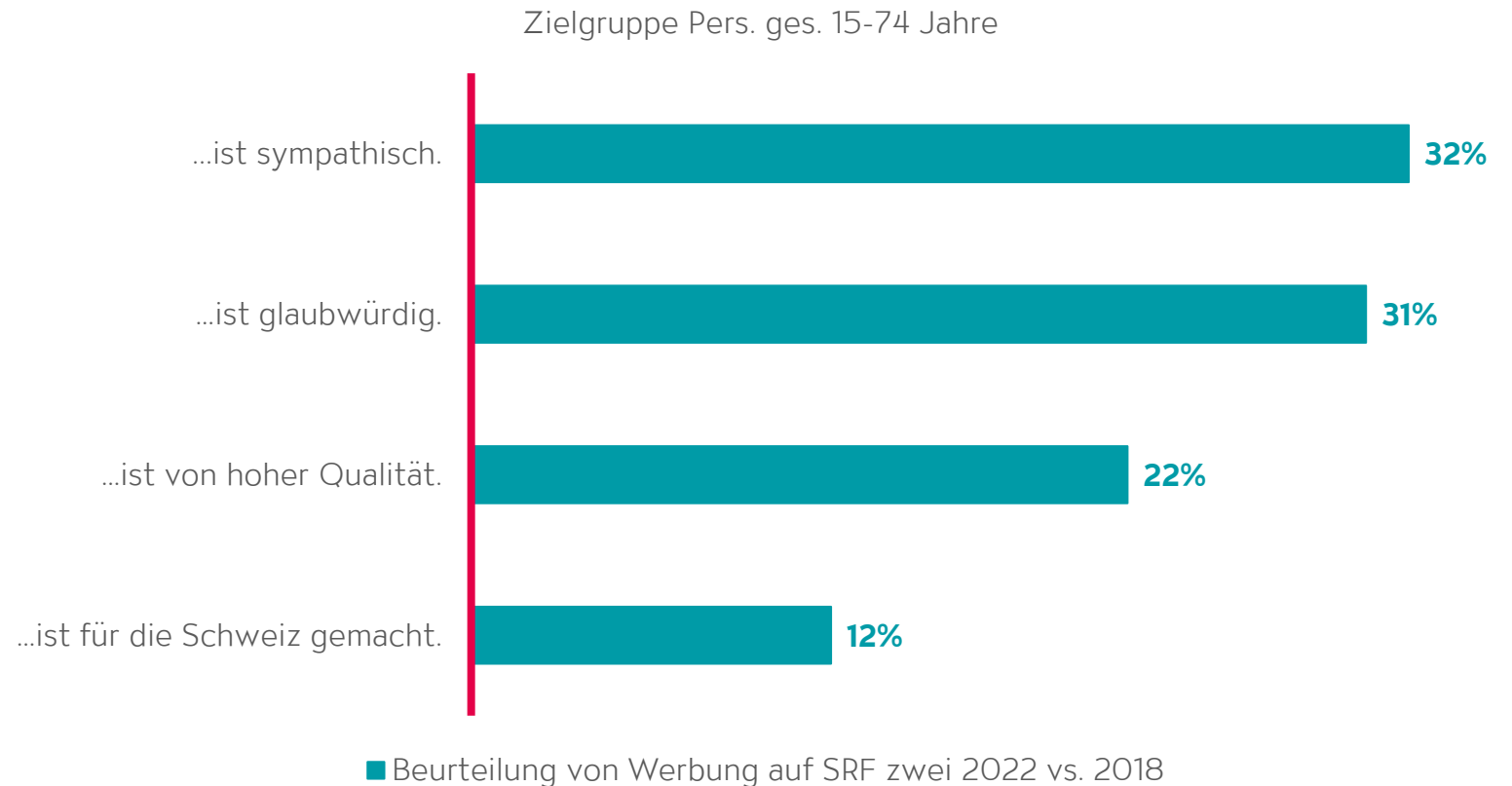
Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

Gesteigerte Werbewahrnehmung auf SRF zwei

4 Attribute hatten wir bereits in der ersten Studie Premium Advertising 2018 abgefragt.



Auch bei SRF zwei: die Werbewahrnehmung ist nochmals gestiegen.



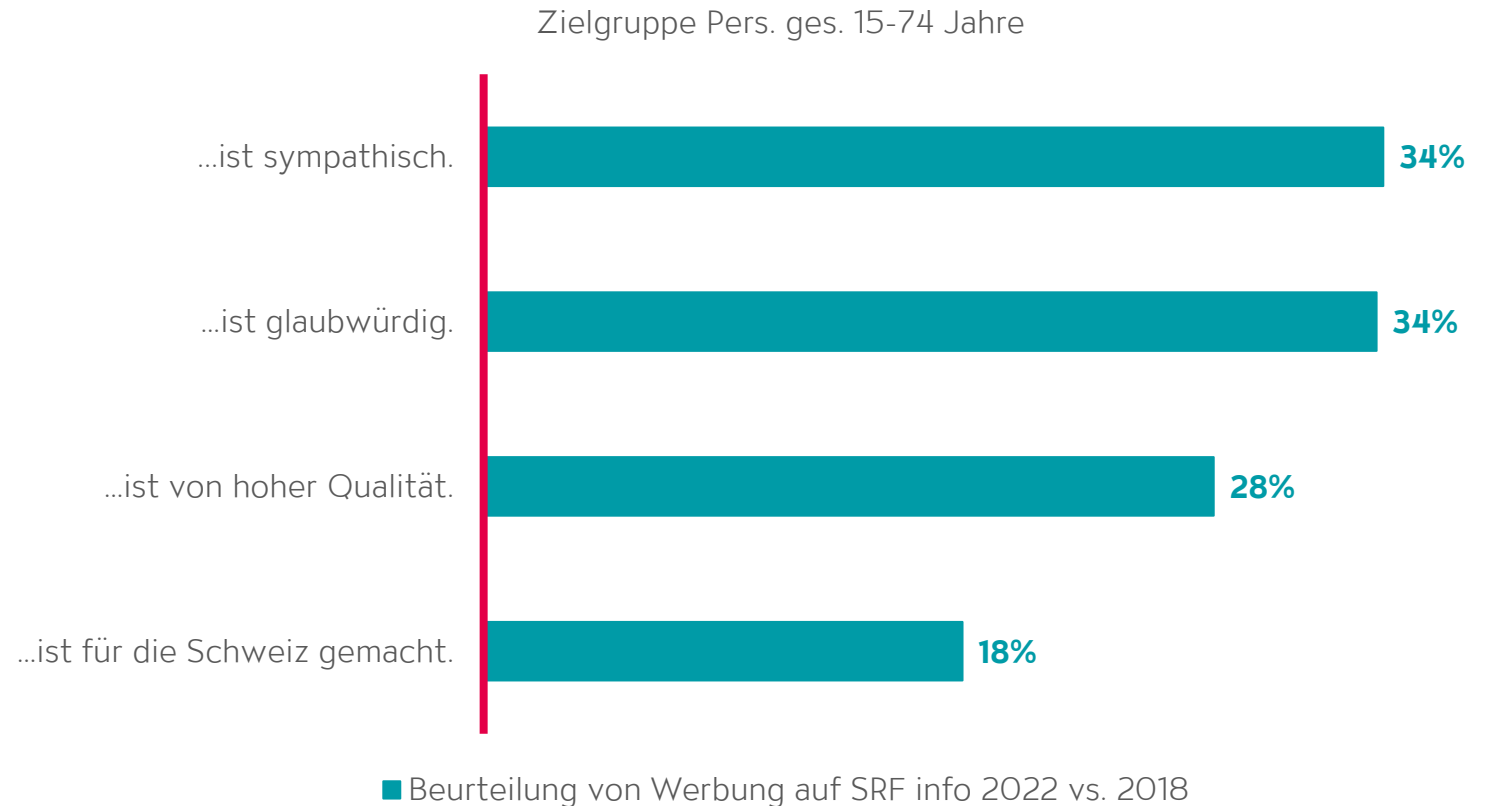
Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

Gesteigerte Werbewahrnehmung auf SRF info

4 Attribute hatten wir bereits in der ersten Studie Premium Advertising 2018 abgefragt.



SRF info verzeichnet den deutlichsten Anstieg in der Werbewahrnehmung.



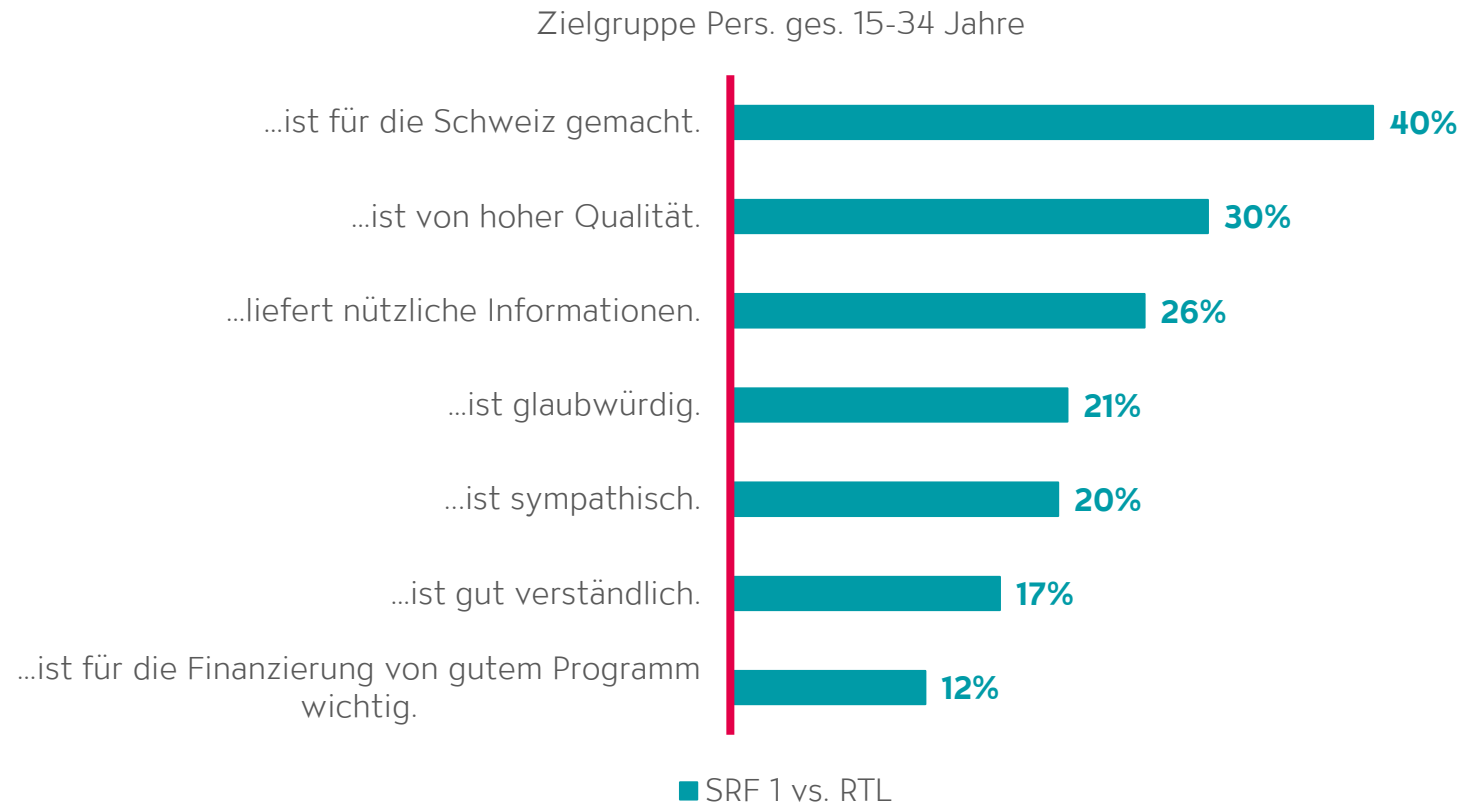
Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

1. SRF versus Konkurrenz
2. Entwicklung SRF 2022 vs. 2018
3. Die junge Zielgruppe



Jüngere beurteilen Werbung auf SRF 1 weit besser

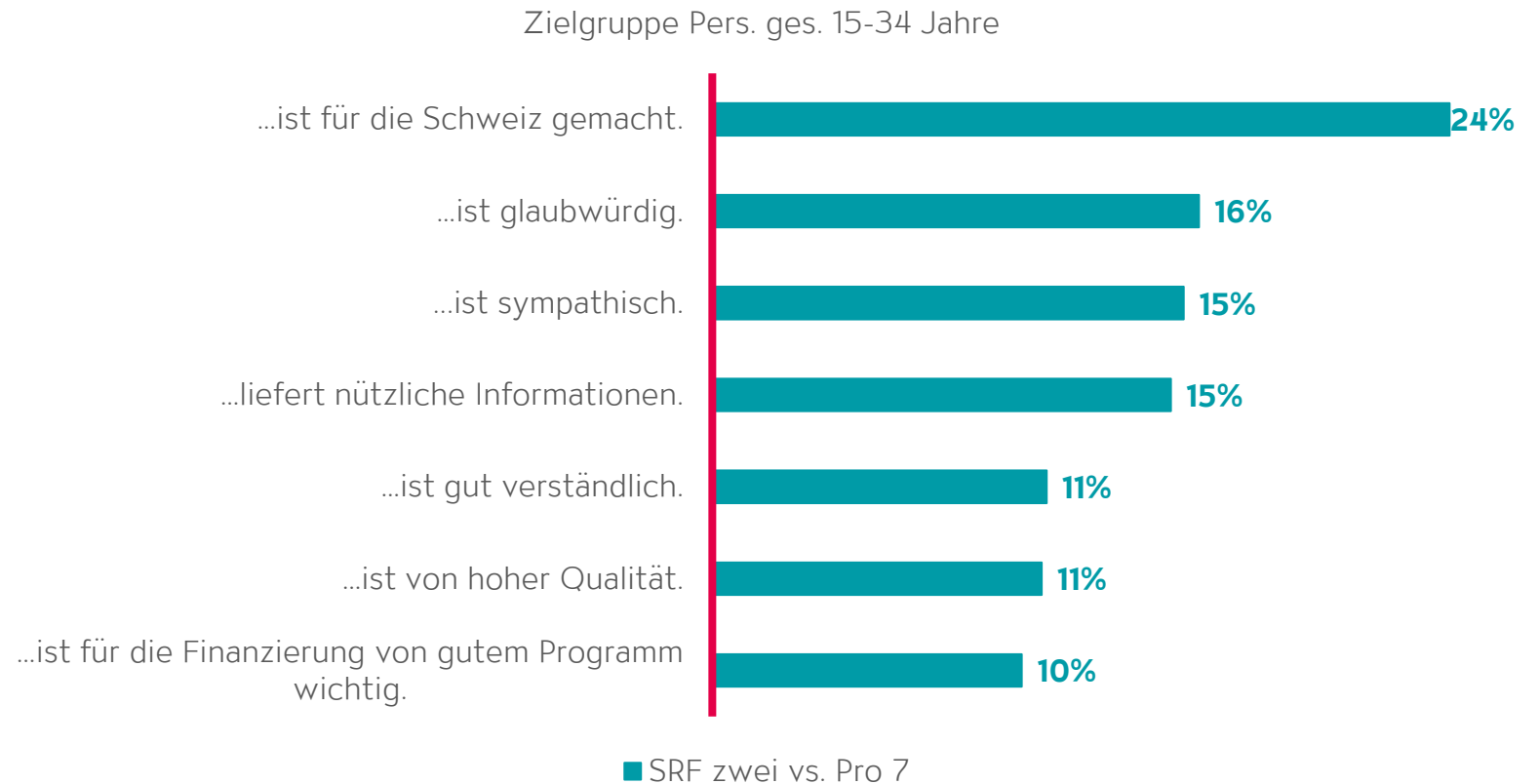
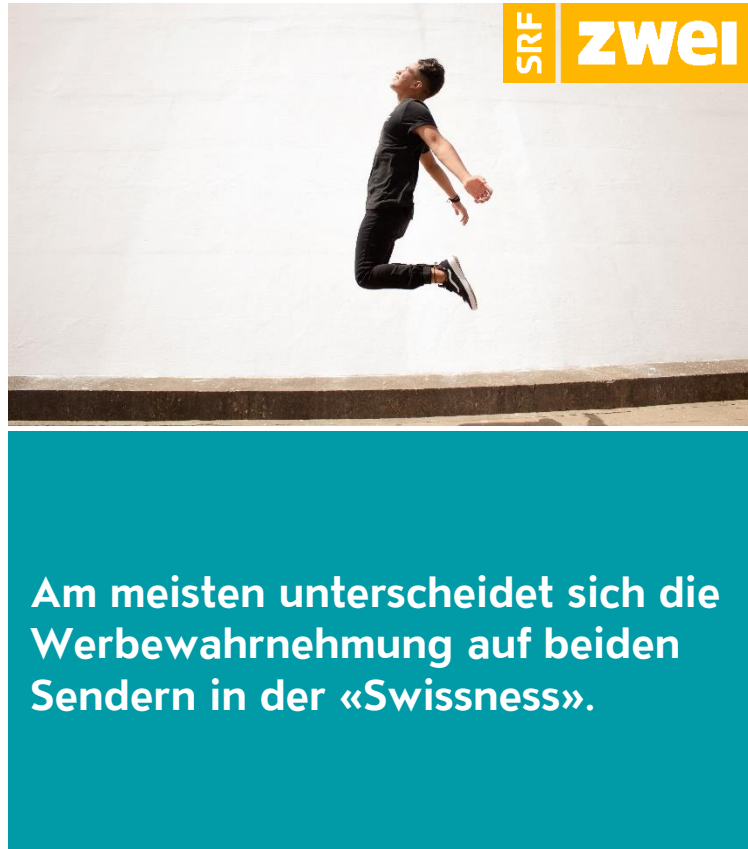
Die Werbung auf SRF 1 wird auf allen Dimensionen besser wahrgenommen als Werbung bei RTL.



Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

Jüngere beurteilen Werbung auf SRF zwei besser

Die Werbung auf SRF zwei wird auf allen Dimensionen besser wahrgenommen als Werbung bei Pro7.



Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

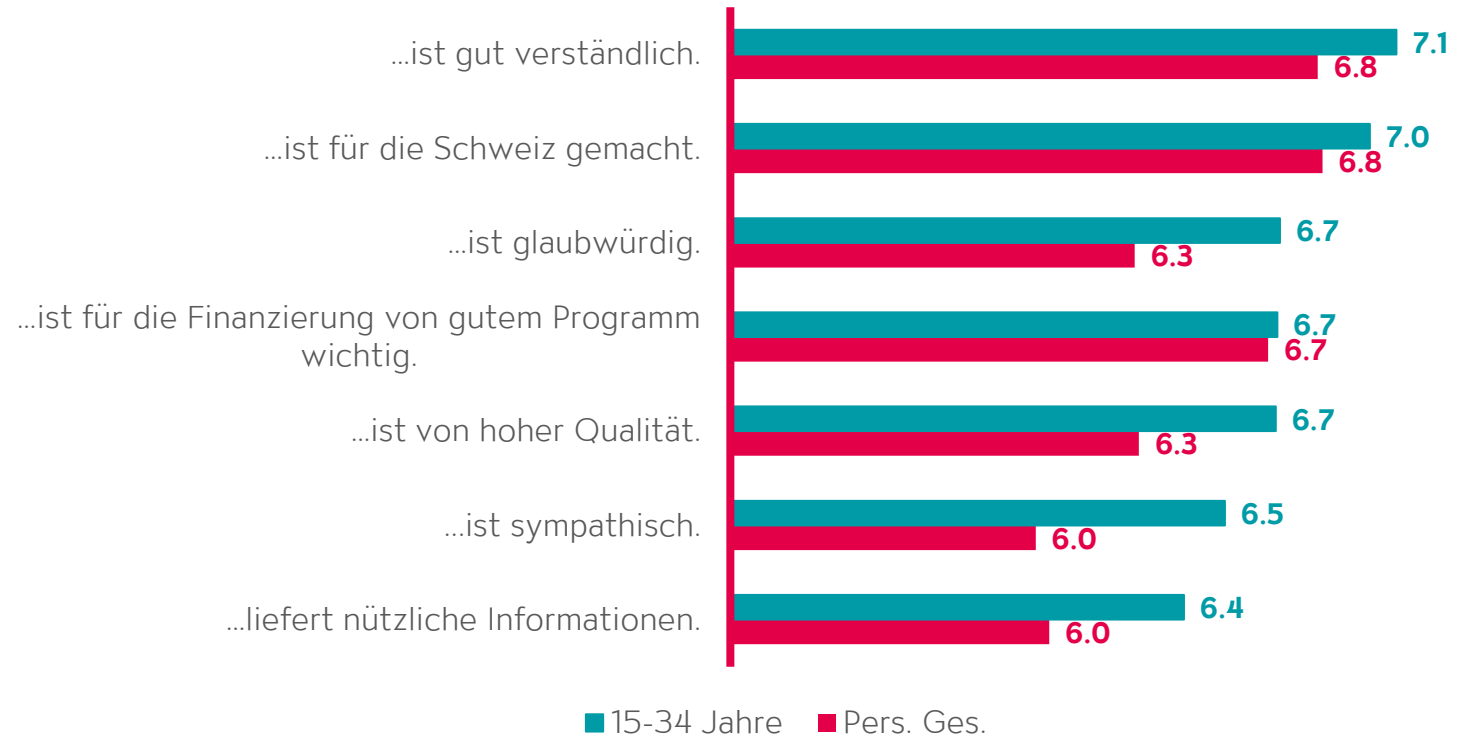
Werbung von jüngeren besser beurteilt

Die Werbung auf SRF 1 wird auf allen Dimensionen besser wahrgenommen.



Jüngere Menschen beurteilen Werbung auf SRF 1 noch sympathischer.

Werbewahrnehmung der 15-34 jährigen gegenüber Personen gesamt



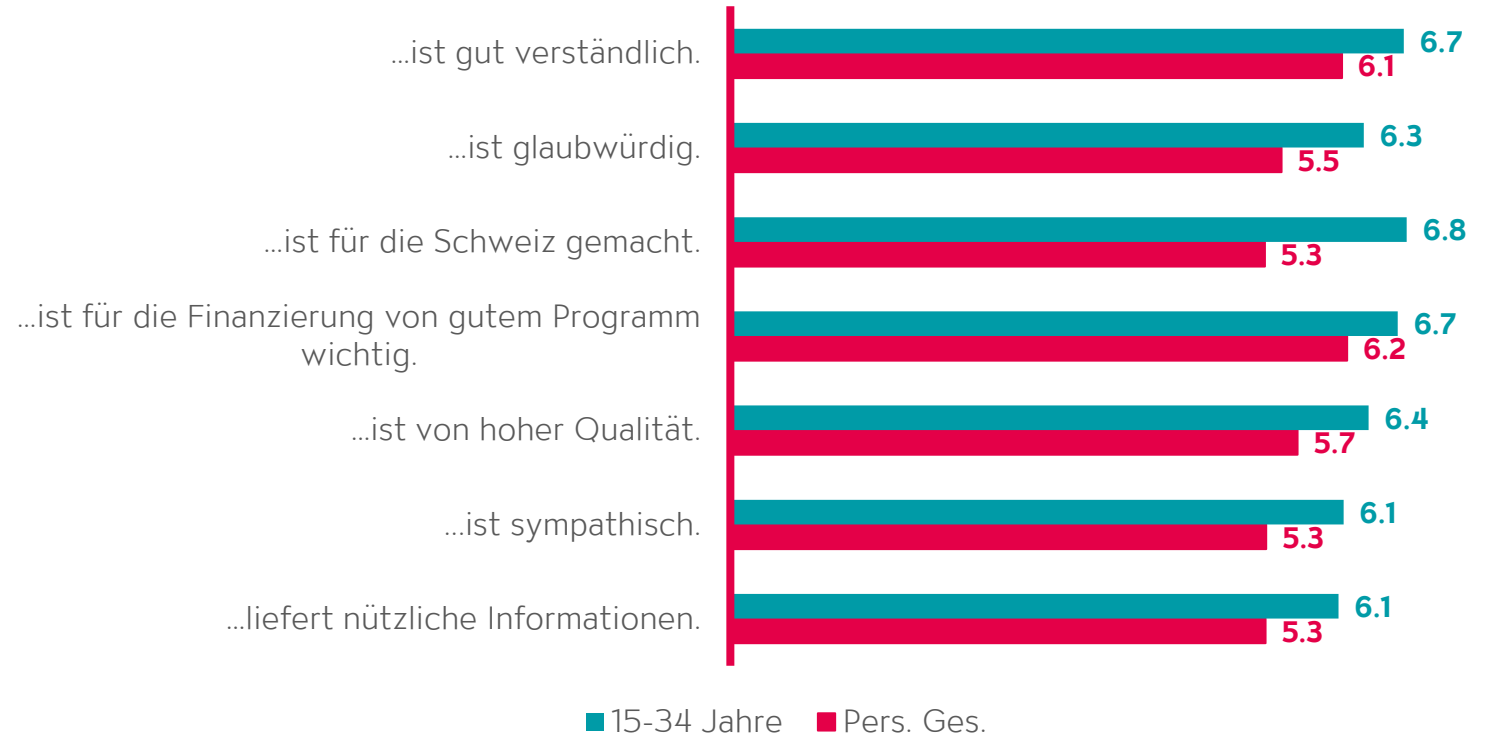
Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

Werbung von jüngeren besser beurteilt

Die Werbung auf SRF zwei wird auf allen Dimensionen besser wahrgenommen.



Werbewahrnehmung der 15-34 jährigen gegenüber Personen gesamt



Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

Werbung auf **SRF 1** & **SRF zwei**



**Bessere
Werbewahrnehmung
als bei der Konkurrenz.**

**Jüngere nehmen
Werbung positiver
wahr als Personen
gesamt.**

**Die
Werbewahrnehmung
auf SRF ist gestiegen.**

Quelle: Admeira Studie „Premium Advertising 2.0_2022“

Möchten Sie **immer
up to date** sein?
Dann **abonnieren** Sie
unsere Newsletter!



Jetzt anmelden!

