

Admeira Studie

TV ist in der Werbewahrnehmung das Flaggschiff

Zürich, 15. Dezember 2022

Eine neue Studie zur «Relevanz von TV unter den Werbekanälen in der Schweiz» beweist, dass TV von allen Medien am besten wirkt. In einer repräsentativen Studie für die Schweiz wurden Personen zu den Eigenschaften von verschiedenen Werbeträgern befragt.

In der repräsentativen Studie von Admeira wurden rund 1'000 Konsument:innen in der Schweiz durch das Forschungsinstitut Intervista gebeten, eine Marke zu nennen, bei der sie sich besonders gut an die Werbung erinnern. Die 1'000 Teilnehmer:innen nannten 248 verschiedene Brands, wobei die am meisten genannte Marke hundertmal genannt wurde.

Auf die Frage, wo sie die Werbung gesehen haben, wurde deutlich, dass Marken ihre Konsument:innen über verschiedene Werbekanäle erreichen. Fernsehwerbung wird jedoch am meisten wahrgenommen und bleibt am besten in Erinnerung. Rund 62 % der Befragten haben die Marke, an deren Werbung sie sich erinnern, im Fernsehen gesehen.

Die Aussenwerbung ist das zweitbeliebteste «Reichweitenmedium», liegt aber mit deutlichem Abstand auf dem zweiten Platz. Auf Rang 4 folgt mit Social Media der erste Bewegtbild-Kanal und damit direkter Konkurrent von TV. 21 % der Probanden ordnen ihr die Werbeerinnerung zu.

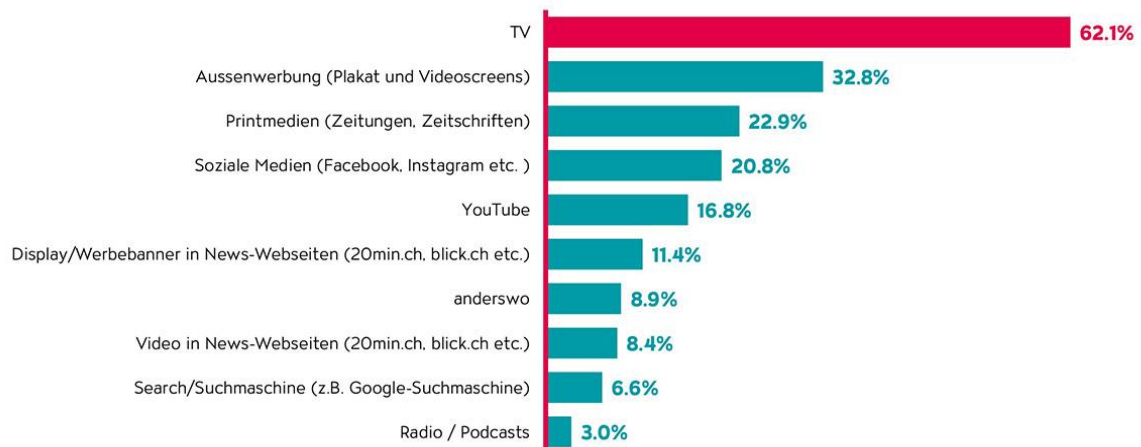
Psychologische Aspekte der Werbewahrnehmung

Natürlich muss die Erinnerung an Werbung differenziert betrachtet werden, denn nicht jede Wahrnehmung ist von gleicher Qualität. Es besteht die Erwartung, dass der Kontakt durch Werbung einen psychologischen Prozess auslöst, der für die beworbene Marke vorteilhaft ist. In der Studie wurden zwei psychologische Wirkungen von Werbung untersucht: der Einfluss auf die Kaufentscheidungen und die Glaubwürdigkeit von Werbung über alle Medienkanäle hinweg. Das Ergebnis zeigt, dass zwei Kanäle hervorstechen: TV und Print.

In Bezug auf die «Glaubwürdigkeit der Werbung» schneidet TV als bestes Medium unter den Bewegtbildkanälen ab, das von rund 40 % der Befragten genannt wird. Über alle Werbekanäle schneidet Print als bestes Medium ab.

TV erfüllt die Bedürfnisse der Konsument:innen und Werbetreibenden

In Anbetracht der erwähnten Qualitätsaspekten überrascht es nicht, dass die Konsument:innen TV als ihren bevorzugten Werbekanal bezeichnen. Zusätzlich zu all den Vorteilen, die das Fernsehen den Werbetreibenden als Werbekanal bietet, schätzen die Zuschauer:innen das Fernsehen auch als Medienkanal. Sowohl in der Wahrnehmung als auch im Abverkauf hat sich TV als ein durchaus überzeugender Werbeträger erwiesen. Wenn es um Werbeinvestitionen geht, besticht TV durch hohe Wirkung und einen hohen Beliebtheitsgrad bei Konsumenten.



Bildlegende: «Wo haben Sie die Werbung von der genannten Marke wahrgenommen?» (Mehrfachnennungen möglich)

Informationen

Corporate Communications, media@admeira.ch

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter: <https://admeira.ch/studien/relevanz-von-tv>

Über Admeira

Admeira ist ein führendes Vermarktungsunternehmen für TV-Werbung in der Schweiz. Als exklusiver Partner der SRG SSR und weiterer privaten Medienhäuser wie der TF1 Gruppe, SWISS1 sowie mehrerer Werbepools vertreten wir starke Marken im TV-Bereich. Unser Portfolio umfasst vielfältige Werbeumfelder regionaler, nationaler sowie internationaler Fernsehsender. Diese Premiumprodukte bieten der Schweizer Werbewirtschaft höchste Reichweiten, beste Kontaktqualität und hervorragende Abverkaufschancen.

Dank langjähriger Erfahrung setzen wir Standards in unseren Kernkompetenzen Beratung, Planung, Abwicklung und Forschung. Wir engagieren uns für effiziente, umsetzungsstarke und kundenorientierte Lösungen, welche die Kampagnen unserer Kund:innen erfolgreich machen. Mit Standorten in allen Landesteilen stehen unsere Dienstleistungen nationalen und internationalen Werbeauftraggebenden, Agenturen sowie weiteren Anbietenden von Werbeinventaren offen.