SevenOne Media

Wir bewegen Marken

Ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG

RESEARCH FLASH

No.33

Fernsehen – das beste Umfeld für Marken

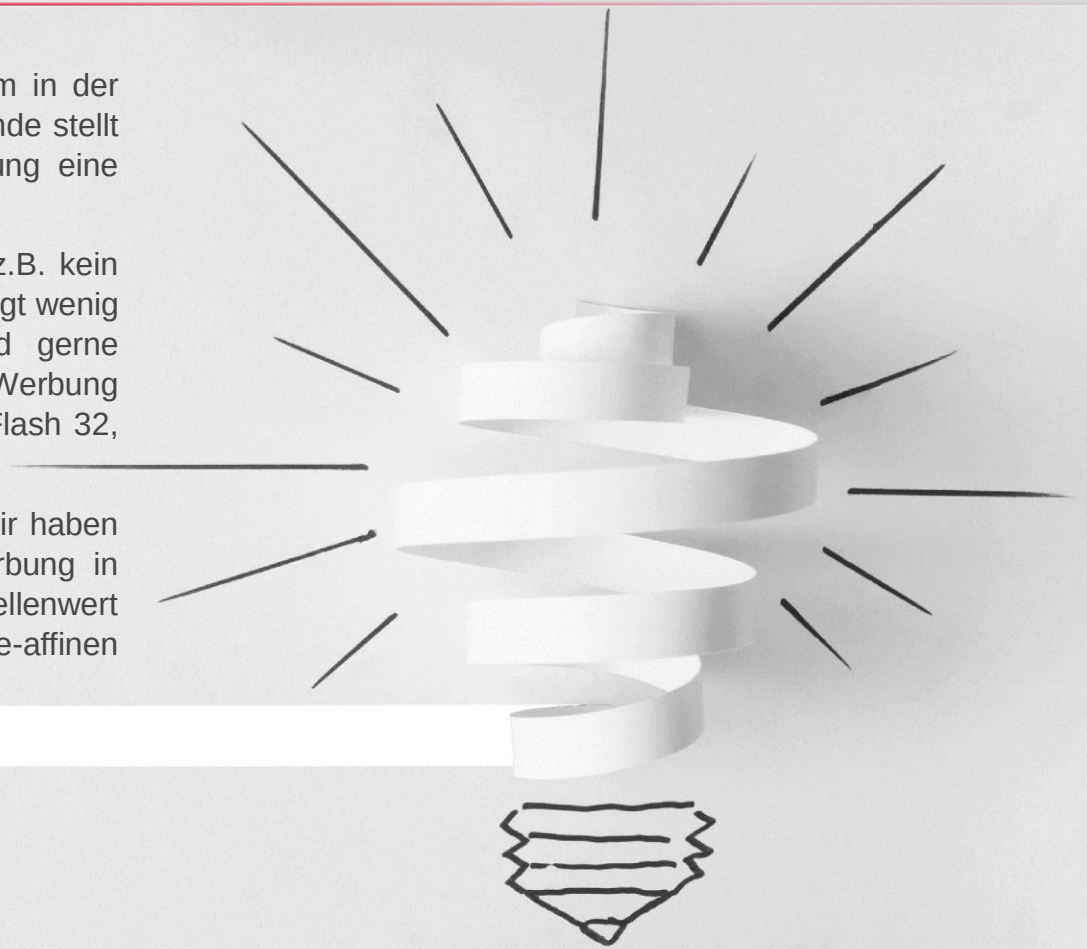
Einstellungen zu Werbemedien

Fragestellung

Die Nutzung von Online-Videoangeboten wie YouTube ist vor allem in der jungen Zielgruppe schon heute relativ verbreitet. Für Werbungtreibende stellt sich die Frage, ob Online-Videos als Umfeld für Bewegtbildwerbung eine Alternative zu Fernsehspots darstellen können.

Fakten, die dagegen sprechen, sind hinlänglich bekannt. So kann z.B. kein Medium so schnell hohe Reichweiten aufbauen wie TV. YouTube bringt wenig zusätzliche Netto-Reichweite, da auch YouTube-Nutzer viel und gerne fernsehen. Und: Spot ist nicht gleich Spot. Im Fernsehen wirkt Werbung deutlich besser als im Umfeld von Online-Videos (siehe Research Flash 32, Link).

Diese Tatsachen werden nun um einen weiteren Aspekt ergänzt: Wir haben regelmäßige User von YouTube nach ihren Einstellungen zu Werbung in verschiedenen Medien befragt. Die Ergebnisse zeigen, welchen Stellenwert das Fernsehen als Werbemedium selbst in der jungen, Online-affinen Zielgruppe hat.



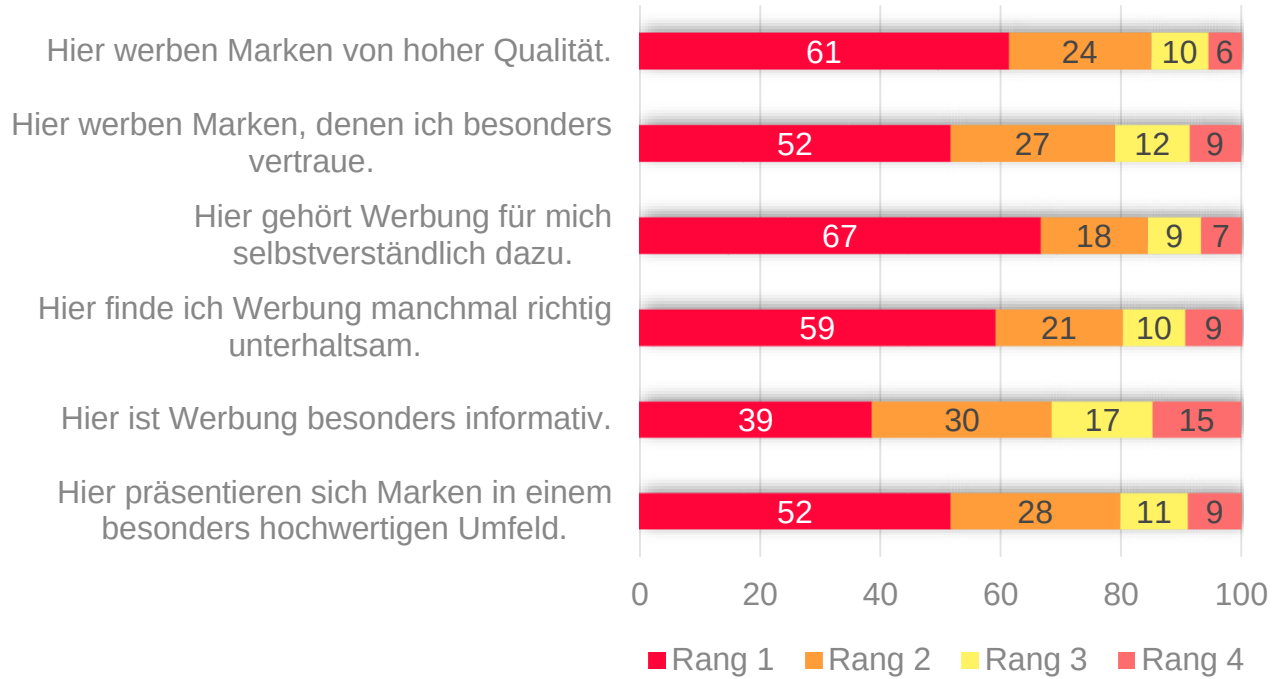
Steckbrief der Untersuchung

Methode	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	YouTube-User (mind. wöchentlich) ab 18 Jahren
Stichprobe	n = 1.501
Feldzeit	01.12.2015 bis 12.12.2015
Inhalte	Vergleich TV-, Print-, Display- und Videowerbung
Durchführung	eye square GmbH

Ausnahmestellung von TV-Werbung, auch unter YouTube-Usern

Bewertung TV

Angaben in Prozent



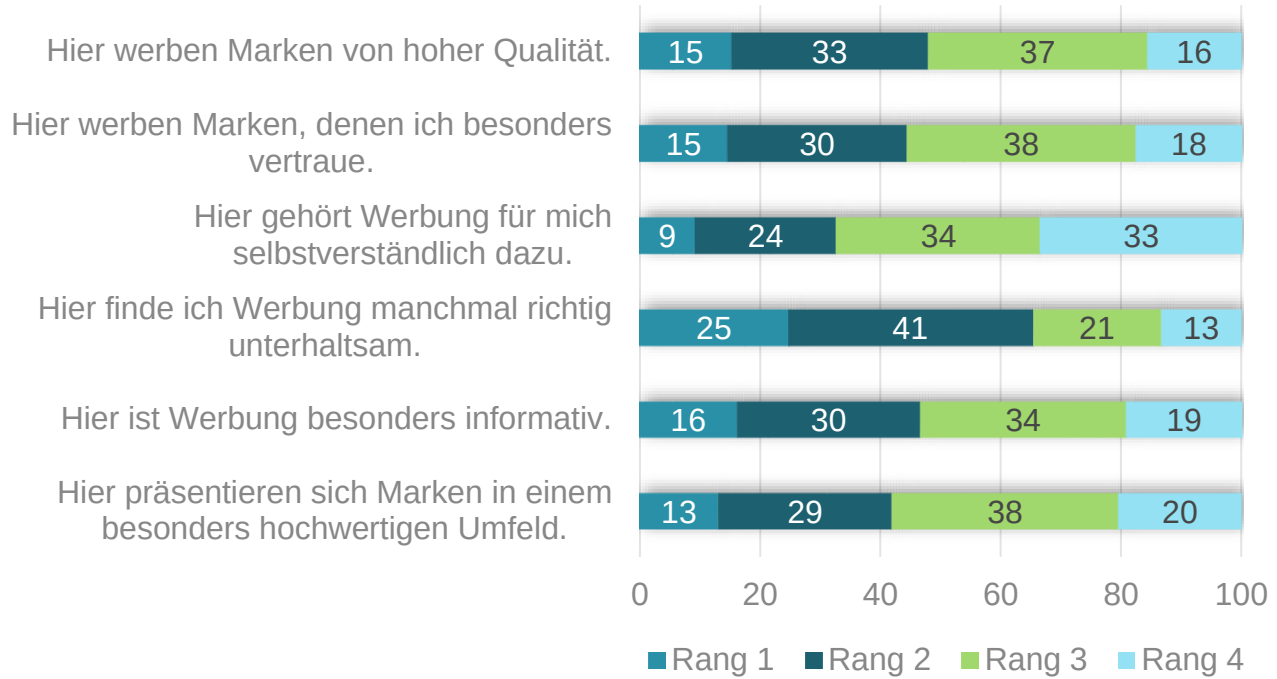
- In fast allen Aussagen belegt TV bei über 50 Prozent der Befragten Platz 1 im Ranking.
- Besonders dominant ist die Stellung von TV bei den Aussagen zur Qualität und zum hochwertigen Umfeld.
- ➢ **Fernsehen wird als Premium-Werbeumfeld wahrgenommen**

Frage: Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, auf welches Medium diese Aussage: (1) am stärksten zutrifft, (2) am zweitstärksten zutrifft, (3) am drittstärksten zutrifft und (4) am wenigsten zutrifft.
Basis: YouTube-User 18+ Jahre Quelle: SevenOne Media

Videowerbung im Internet zeigt Schwächen

Bewertung Videowerbung im Internet

Angaben in Prozent



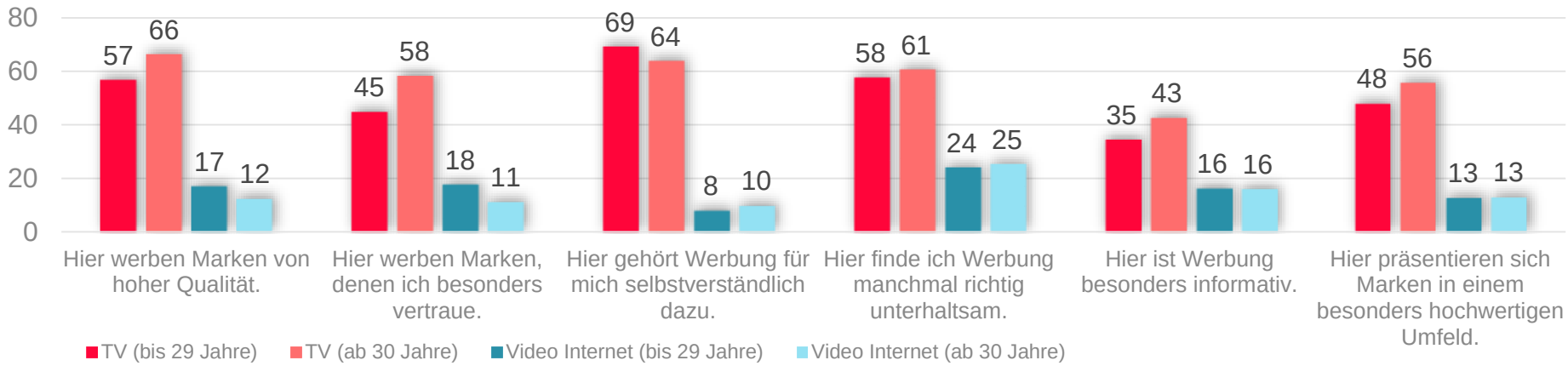
- Videowerbung im Internet schneidet in allen Punkten deutlich schlechter ab als TV.
- Besonders schwach ist die Akzeptanz der Videowerbung im Internet.
- ➢ **Videowerbung im Internet bietet kein so vertrauens-würdiges Umfeld wie Fernsehwerbung.**

Frage: Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, auf welches Medium diese Aussage: (1) am stärksten zutrifft, (2) am zweitstärksten zutrifft, (3) am drittstärksten zutrifft und (4) am wenigsten zutrifft.
Basis: YouTube-User 18+ Jahre Quelle: SevenOne Media

TV auch in der jungen Altersgruppe klar vorn

Erster Platz im Ranking (nach Altersgruppen)

Angaben in Prozent



- Werbung im Fernsehen gehört selbstverständlich dazu – ganz unabhängig vom Alter. Videowerbung im Internet wird in der jüngeren Zielgruppe etwas besser bewertet als von über 30-Jährigen. Jedoch ist das Gesamtniveau über alle Indikatoren hinweg deutlich unter dem der TV-Werbung.

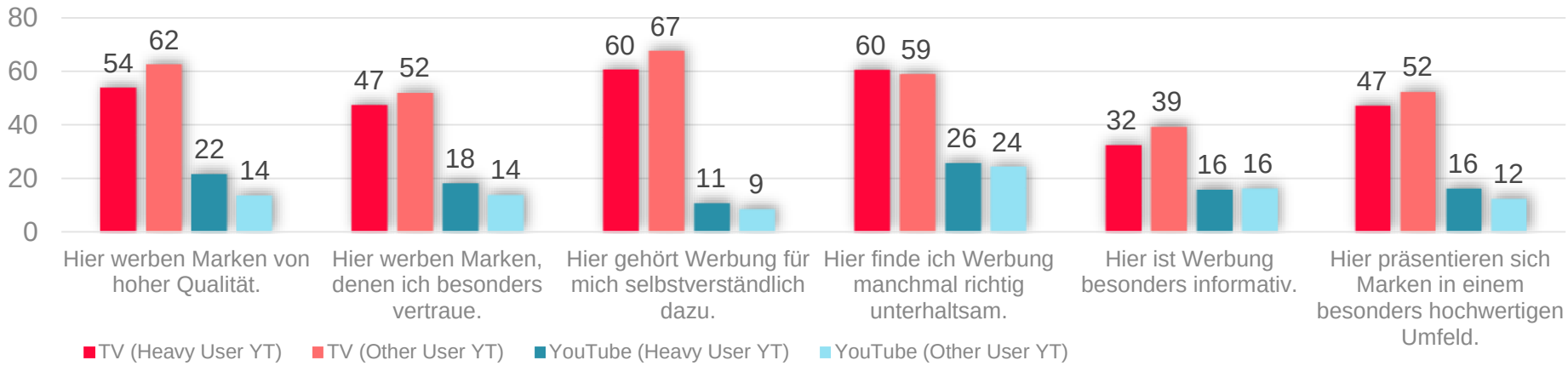
➢ **TV-Werbung liegt in allen Dimensionen unabhängig vom Alter weit vor Online-Videowerbung.**

Frage: Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, auf welches Medium diese Aussage: (1) am stärksten zutrifft, (2) am zweitstärksten zutrifft, (3) am drittstärksten zutrifft und (4) am wenigsten zutrifft.
Basis: YouTube-User 18+ Jahre Quelle: SevenOne Media

Ausmaß der YouTube-Nutzung nicht entscheidend

Erster Platz im Ranking (nach YouTube-Nutzung)

Angaben in Prozent



- Heavy User von YouTube bewerten TV als Werbeumfeld nur geringfügig schlechter als sonstige User, Online-Videos dagegen tendenziell besser. Doch auch bei den starken YouTube-Nutzern liegt Fernsehwerbung in allen Dimensionen weit vor Online-Videowerbung.

➢ **Selbst in der Kernzielgruppe von YouTube ist TV als Werbemedium unschlagbar.**

Frage: Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, auf welches Medium diese Aussage: (1) am stärksten zutrifft, (2) am zweitstärksten zutrifft, (3) am drittstärksten zutrifft und (4) am wenigsten zutrifft.
Basis: YouTube-User 18+ Jahre Quelle: SevenOne Media

TV-Werbung überzeugt auf der ganzen Linie

Rang 1 in allen 6 Dimensionen
Angaben in Prozent

Rang 1 oder 2 in allen 6 Dimensionen
Angaben in Prozent

- Bei 16 Prozent der Befragten liegt TV in allen abgefragten Statements auf Rang 1, bei 42 Prozent auf Rang 1 oder Rang 2.

- Videowerbung schafft es nur bei einem Prozent der Befragten in allen Dimensionen auf Rang 1 und bei sieben Prozent auf Rang 1 oder 2.

➢ **TV-Werbung überzeugt auf ganzer Linie. Online-Videowerbung hat hingegen selbst für Fans Schwächen.**

Frage: Bitte geben Sie für jede der folgenden Aussagen an, auf welches Medium diese Aussage: (1) am stärksten zutrifft, (2) am zweitstärksten zutrifft, (3) am drittstärksten zutrifft und (4) am wenigsten zutrifft.
Basis: YouTube-User 18+ Jahre Quelle: SevenOne Media *YouTube-Heavy-User: täglich 120 Minuten und mehr

Key Facts

- Fernsehen ist und bleibt **Premium-Umfeld** für Markenwerbung
- **TV-Werbung** ist Online-Videowerbung in jeder Hinsicht weit **überlegen**
- Selbst **Heavy User** von **YouTube** bewerten **TV-Werbung deutlich besser**

➢ **Videowerbung im Internet nur als Ergänzung zu TV sinnvoll**