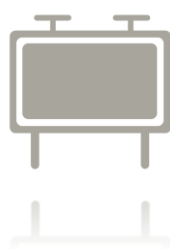


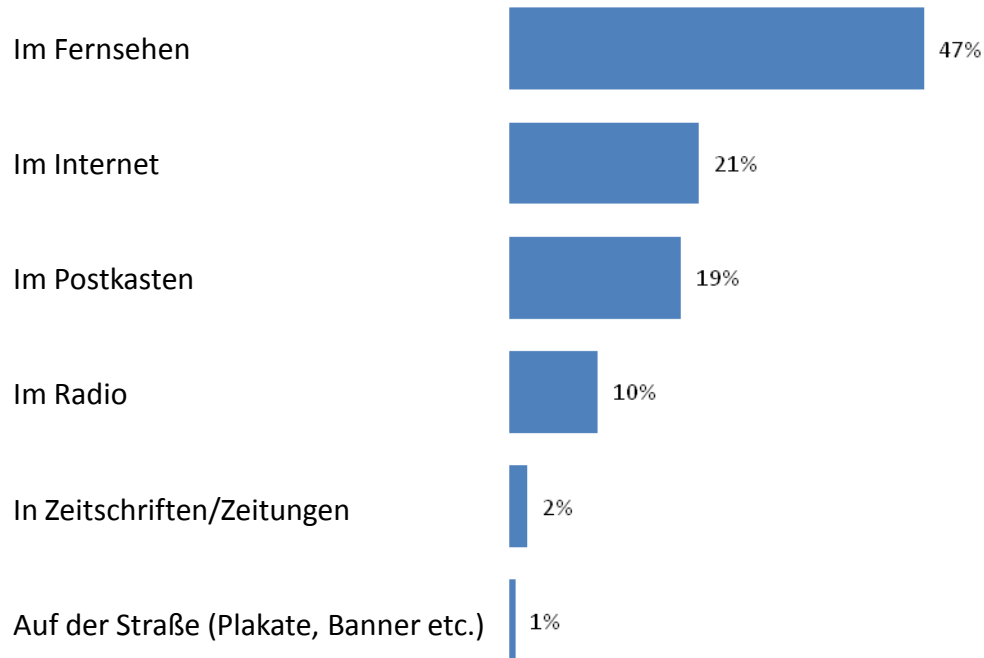
MediaAnalyzer

Kurz-Umfrage: Welche Werbung nervt am meisten?



- Zielsetzung:** Welche Werbung nervt am meisten und warum?
- Stichprobe:** 150 Personen zwischen 25 und 60 Jahre
- Methode:** Online-Befragung
- Feldzeit:** Juni 2011
- Institut:** MediaAnalyzer Software & Research GmbH, Hamburg

Fast die Hälfte der Befragten findet Werbung im Fernsehen am nervigsten!



MediaAnalyzer

F1: Sie werden täglich mit Werbung konfrontiert. Welche Form der Werbung nervt Sie am meisten?

- Geschlossene Abfrage
- Top 3

Auffällig: Besonders nervt (medienübergreifend) die ungewollte Unterbrechung

TOP-3 Gründe, warum TV-Werbung am nervigsten ist:

1. **Dauer:** Zu lange Werbeblöcke
2. **Selbstbestimmung:** Ungewollte Unterbrechung des Programms
3. **Häufigkeit:** Zu oft Werbung

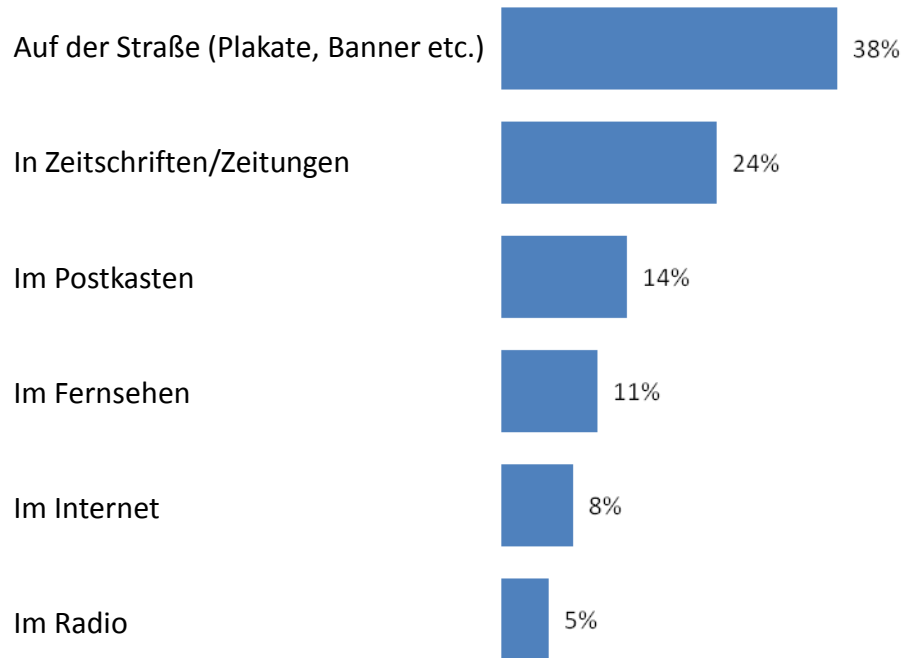
TOP-3 Gründe, warum Internet-Werbung am nervigsten ist:

1. **Behinderung:** Überdeckt wichtige Inhalte, unterbricht das Arbeiten/Lesen
2. **Aufdringlichkeit:** Ist zu laut, zu bunt, zu blinkend
3. **Usability:** Schließen-Button sehr versteckt

F2: Bitte teilen Sie uns kurz mit, was sie besonders an dieser Werbung stört.

- Offene Abfrage
- Top 3

Am besten gefällt den Befragten Printwerbung - insbesondere Plakate auf der Straße



MediaAnalyser

F3: Und wo gefällt Ihnen Werbung am besten?

- Geschlossene Abfrage
- Top 3

Entsprechend der Nerv-Faktoren gefällt bei diesen Werbeformen die Selbstbestimmung des Werbekonsums am meisten.

TOP-3 Gründe, warum Outdoor-Werbung gefällt:

1. **Selbstbestimmung:** Kann wegsehen / stört nicht / unaufdringlich
2. **Größe:** Auffälligkeit / Blickfang
3. **Gestaltung:** Schön anzusehen / verschönern das Straßenbild

TOP-3 Gründe, warum Zeitschriften-Werbung gefällt:

1. **Selbstbestimmung:** Kann ich überblättern / ignorieren
2. **Flexibler Dauer:** Kann ich betrachten so lange ich will (relevanzabhängig)
3. **Gestaltung:** Schöne Fotos / Layout

F4: Bitte teilen Sie uns kurz mit, was sie besonders an dieser Werbung stört.

- Offene Abfrage
- Top 3

Auffällig: Den Konsumenten nervt Werbung am meisten, wenn er das Gefühl hat dieser nicht entkommen zu können und den Konsum in seiner Länge nicht beeinflussen zu können. Dabei scheint das Weiterblättern in einer Zeitschrift als weniger aufwendig empfunden zu werden als das Wegklicken eines Webanners.

Fazit

- Der Konsument will über den Konsum von Werbung selber entscheiden. Er will entscheiden was, wann, wie lange und wie oft er konsumiert.
- Werbung in TV und Internet hat es besonders schwierig: Der Konsument ist hier häufig schon negativ gestimmt, dass er überhaupt mit Werbung konfrontiert wird und damit seine Handlung unterbrochen wurde.

MediaAnalyzer Software & Research GmbH
Glockengießerwall 2
20095 Hamburg

Tel.: +49 40 86 68 93 00

Mail: makontakt@mediaanalyzer.com

Web: www.mediaanalyzer.com



Mitglied im Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher

