

NEUES AUS DER IP TRENDLINE

IP Trendline, Frühjahr 2017

27.07.2017 | Köln, Holger Brock



Steckbrief

WAS IST DIE IP TRENDLINE?



Methodik	telefonische Mehrthemenbefragung repräsentativ, ca. 1.000 Fälle je Welle
Grundgesamtheit	Erwachsene 14 – 65 Jahre, z. T. auch enger bzw. weiter gefasst
Erhebungsrhythmus	vierteljährlich
Institut	Forsa
Themen	Konjunktur, Markt- und Branchentrends, Werbeträger im Konkurrenzvergleich etc. aktuell wechselnde Fragen vs. wiederkehrende Fragen
Kontakt	Holger Brock, Tel. 0221 / 456-71084 Holger.Brock@mediengruppe-rtl.de



IP Trendline Frühjahr 2017

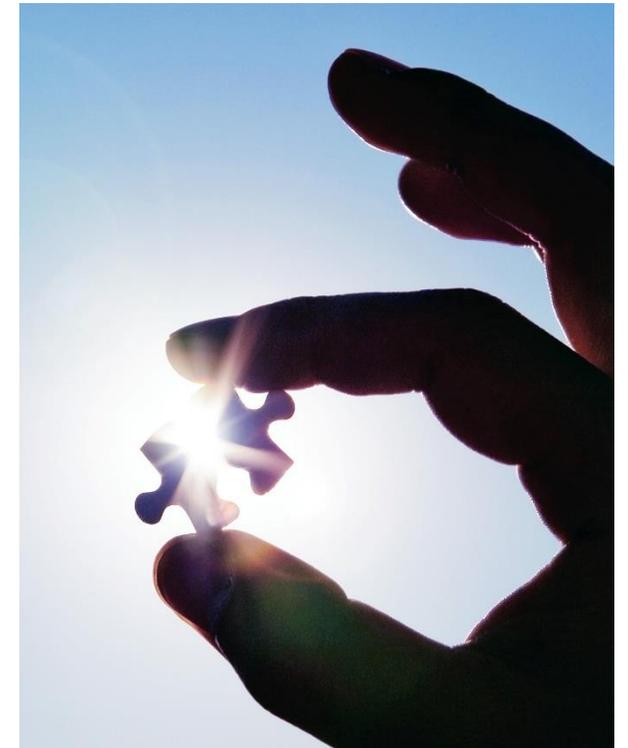
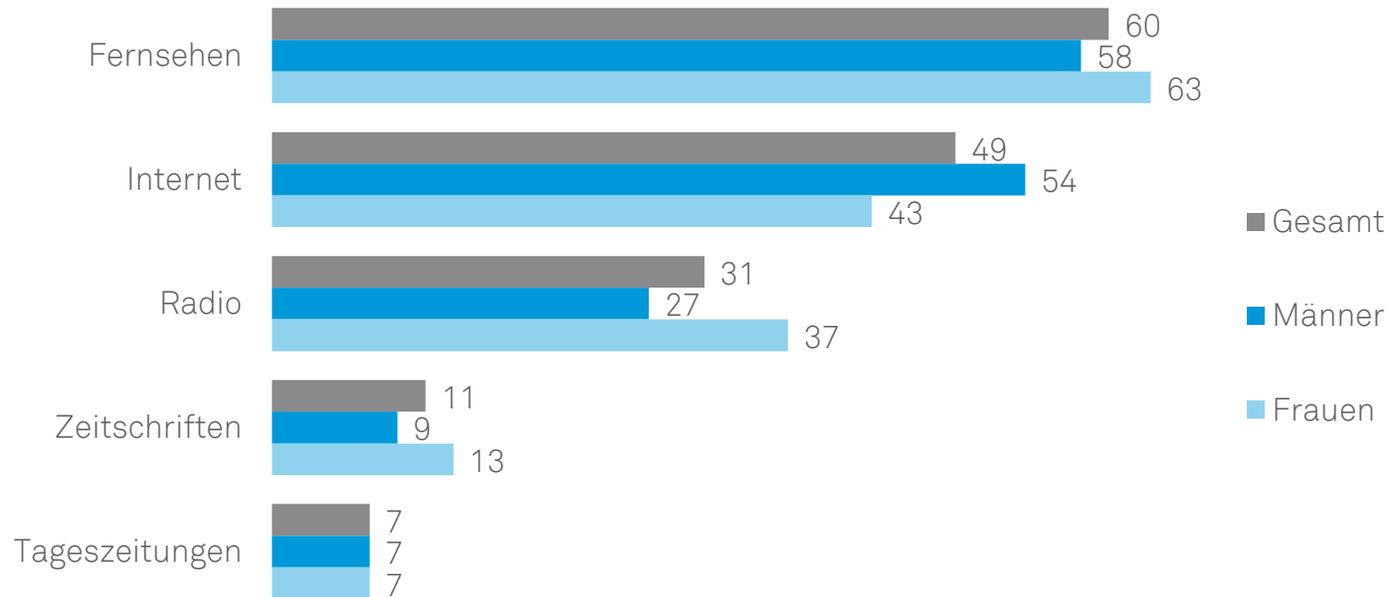
MANAGEMENT SUMMARY



- Fernsehen ist weiterhin das Unterhaltungsmedium mit dem höchsten Stellenwert bei den 14- bis 65-Jährigen.
- Vier von fünf Befragten schätzen TV als Informationsquelle zum aktuellen Tagesgeschehen.
- Der Löwenanteil der TV-Nutzung findet auf dem klassischen TV-Gerät statt.
- Verbraucher schreiben Marken, die im Fernsehen werben, besondere Eigenschaften zu.

FERNSEHEN IST DAS BELIEBTESTE UNTERHALTUNGSMEDIUM

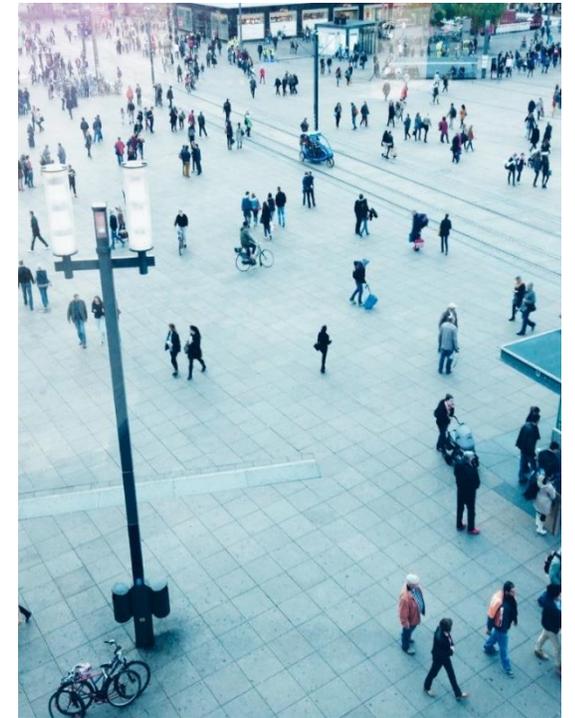
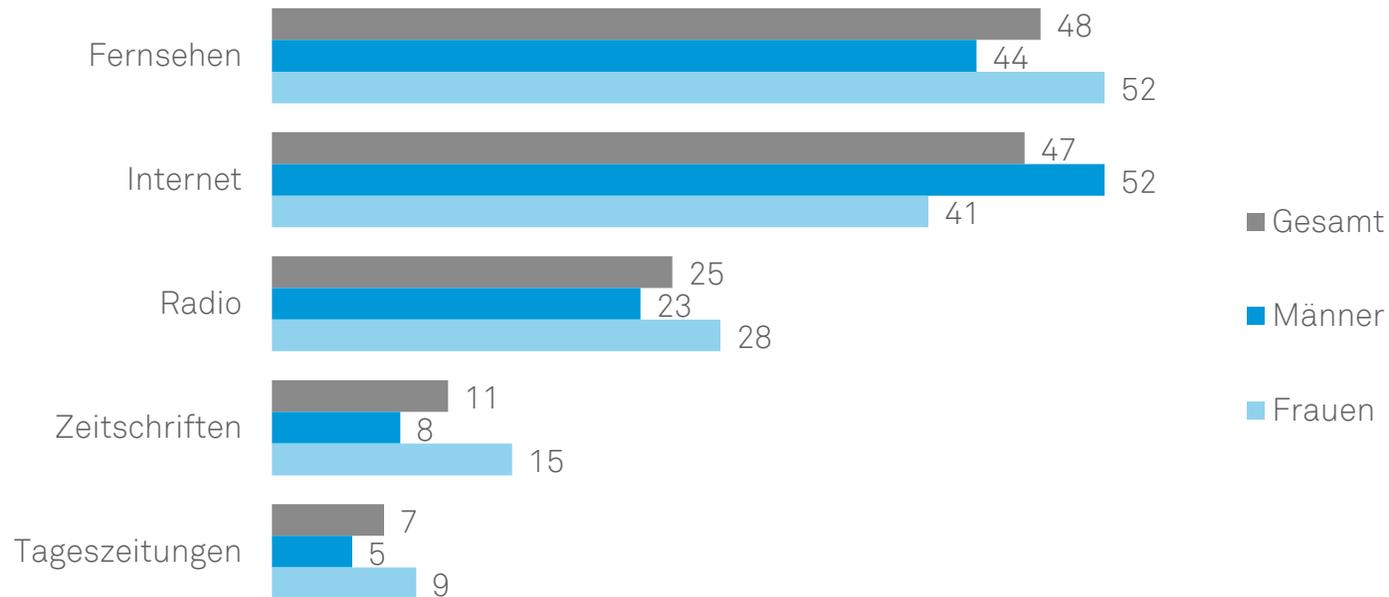
„Nutze ich überwiegend zur Unterhaltung“
Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich



Quelle: IP Trendline April 2017 / Basis: Gesamt 14-65 J. (n = 1022), Männer (n = 556), Frauen (n = 466) / Frage: „Bitte denken Sie nun einmal daran, wie Sie üblicherweise Medien nutzen. Ich lese Ihnen dazu verschiedene Aussagen vor. Bitte geben Sie für jede Aussage an, ob diese für Sie auf das Fernsehen, auf Zeitschriften, auf Tageszeitungen, auf Radio oder das Internet zutrifft. Sie können pro Aussage auch mehrere Medien nennen.“

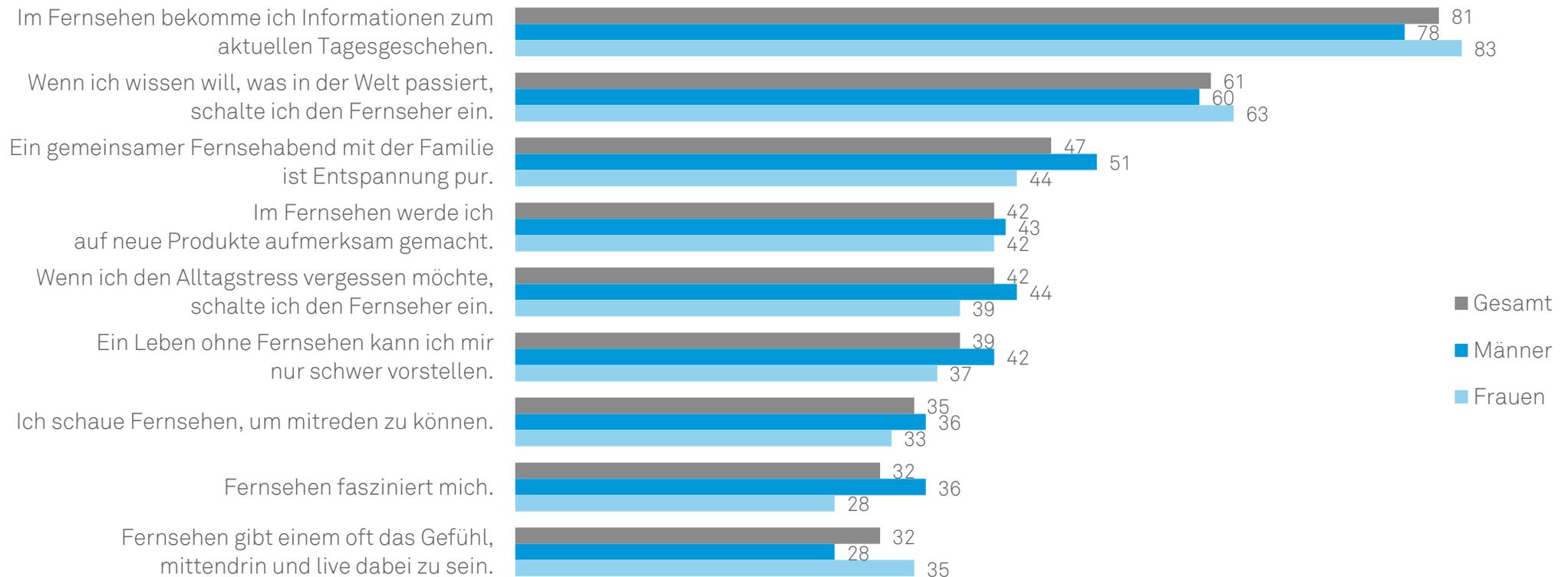
FERNSEHEN UND INTERNET FÜR DEN KLEINEN URLAUB VOM ALLTAG

„Nutze ich, um für kurze Zeit den Alltag zu vergessen“
Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich



Quelle: IP Trendline April 2017 / Basis: Gesamt 14-65 J. (n = 1022), Männer (n = 556), Frauen (n = 466) / Frage: „Bitte denken Sie nun einmal daran, wie Sie üblicherweise Medien nutzen. Ich lese Ihnen dazu verschiedene Aussagen vor. Bitte geben Sie für jede Aussage an, ob diese für Sie auf das Fernsehen, auf Zeitschriften, auf Tageszeitungen, auf Radio oder das Internet zutrifft. Sie können pro Aussage auch mehrere Medien nennen.“

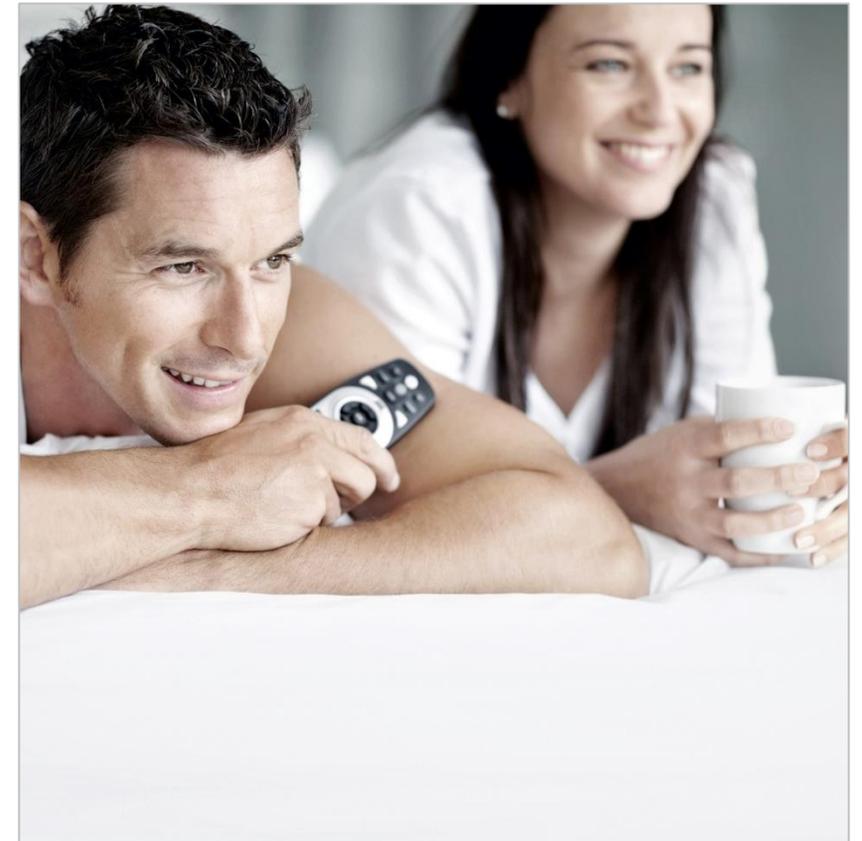
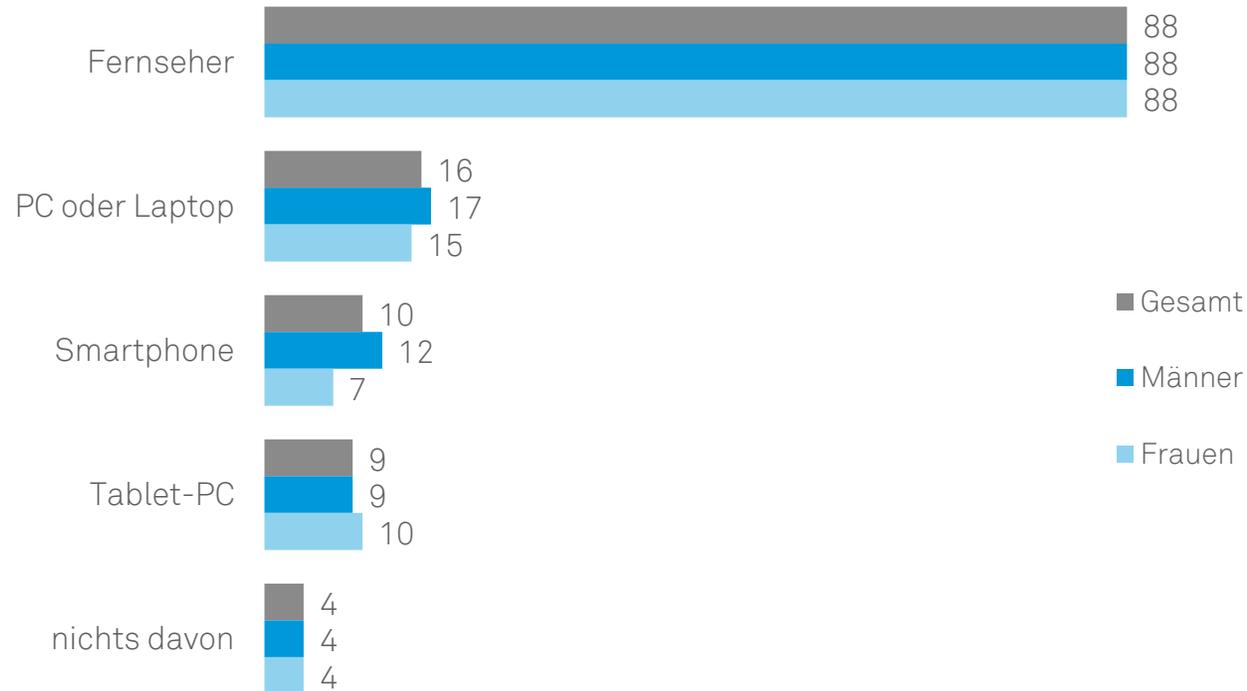
Aussagen über Fernsehen, Top Two-Werte, Angaben in %



Quelle: IP Trendline April 2017 / Basis (ohne „k.A.“ aus vorangegangener Frage): Gesamt 14-65 J. (n = 1.005), Männer (n = 515), Frauen (n = 490) / Frage: „Jetzt lese ich Ihnen nun einige Aussagen vor, die andere Menschen über das Fernsehen allgemein gemacht haben. Bitte sagen Sie mir jeweils, wie sehr diese Aussagen auf Sie zutreffen. Sie können Ihre Antwort abstimmen auf einer Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 4=trifft überhaupt nicht zu.“

FERNSEHEN WIRD PRIMÄR AUF DEM GROSSEN SCHIRM GESCHAUT

Genutzte Endgeräte für den TV-Konsum
Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich

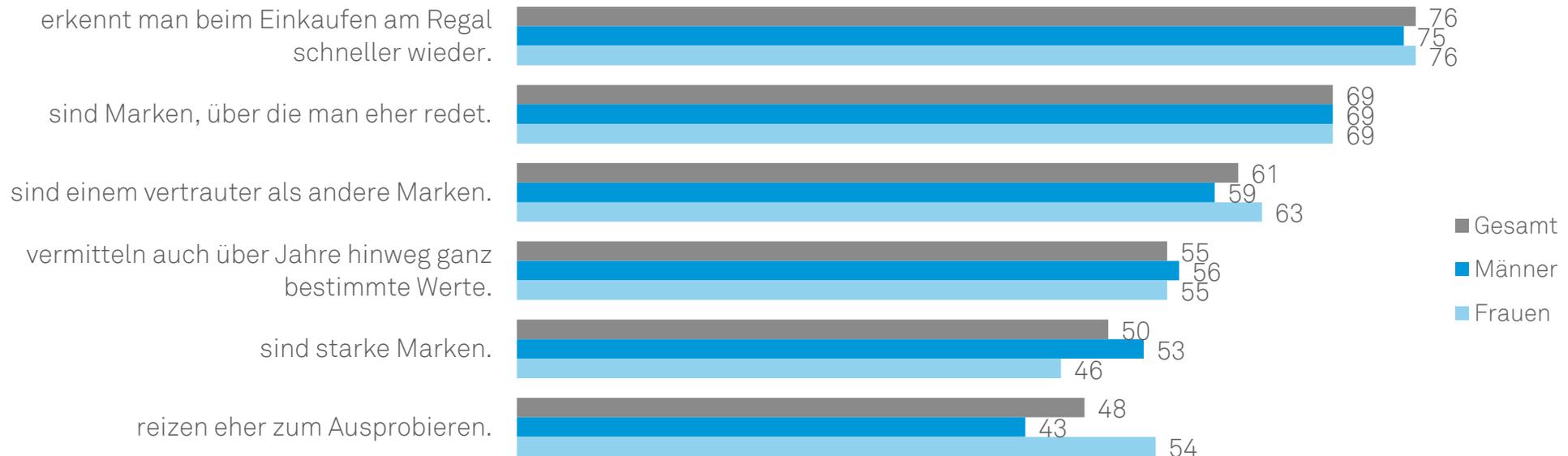


Quelle: IP Trendline April 2017 / Basis: Gesamt 14-65 J. (n = 1005), Männer (n = 515), Frauen (n = 490) / Frage: „Kommen wir noch kurz zu Ihrer Fernsehnutzung. Ich würde gerne von Ihnen wissen, über welche der folgenden Geräte Sie Fernsehen schauen.“

VERBRAUCHER KENNEN DIE STÄRKEN VON TV-WERBUNG

Aussagen zu Marken, die im TV werben
Top Two-Werte, Angaben in %

„Marken, die ich aus dem Fernsehen kenne, ...“

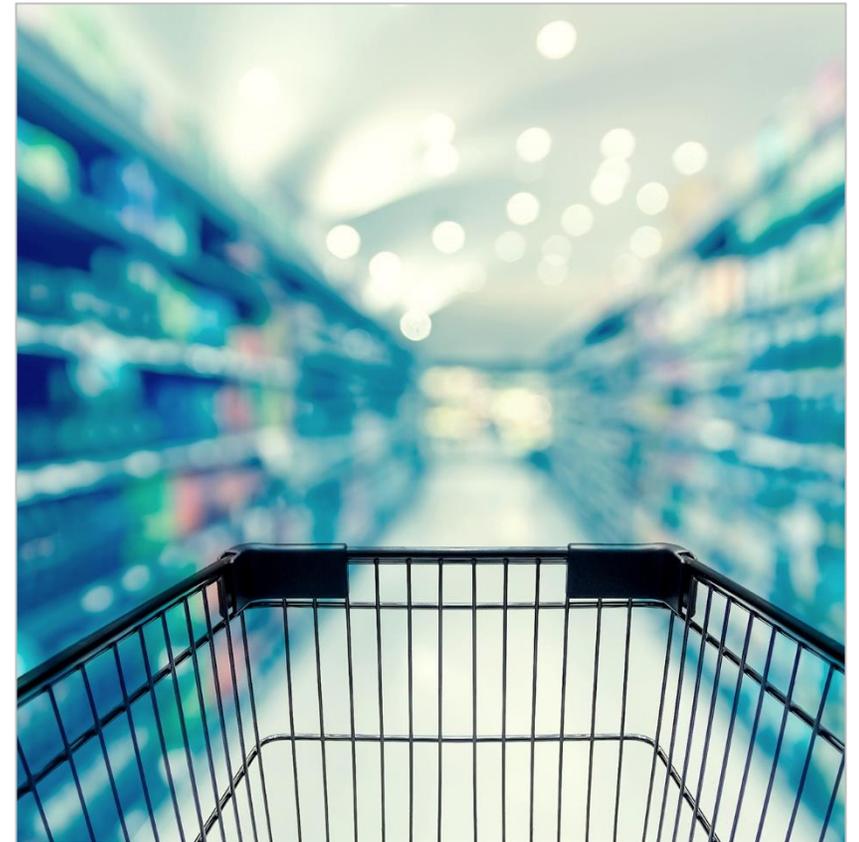
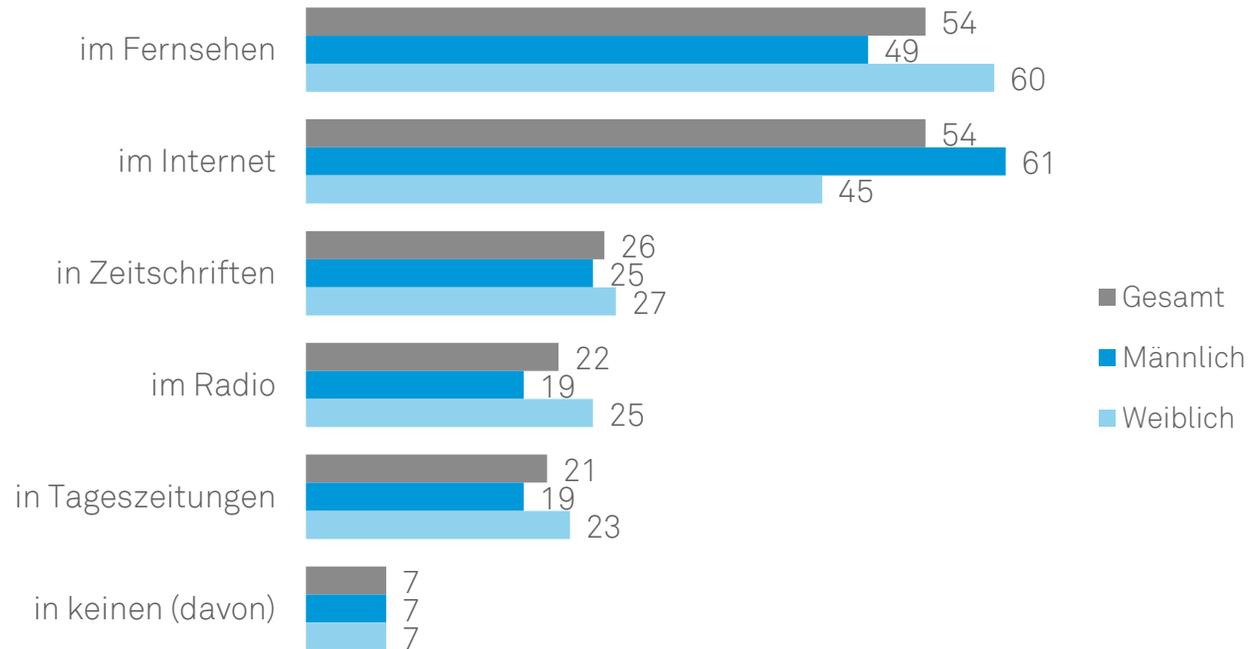


Quelle: IP Trendline April 2017 / Basis: Gesamt 14-65 J. (n = 1022), Männer (n = 556), Frauen (n = 466) / Frage: „Nun geht es um das Thema Marken. Im Folgenden lese ich Ihnen einige Aussagen vor, die andere Menschen zum Thema 'Marken, die man aus dem Fernsehen kennt' gemacht haben. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob Sie ihr voll und ganz zustimmen, ob Sie ihr eher zustimmen, ob Sie ihr eher nicht zustimmen oder ob Sie ihr überhaupt nicht zustimmen. Wie sehr stimmen Sie der Aussage zu: Marken, die ich aus dem Fernsehen kenne, ...“

VERBRAUCHER SEHEN BEI TV UND INTERNET DIE STÄRKSTEN EINFLÜSSE AUF DEN KAUF

„In welchen der folgenden Medien hat Werbung wohl den größten Einfluss auf Ihre persönlichen Kaufentscheidungen?“

Angaben in %



Quelle: IP Trendline April 2017 / Basis: Gesamt 14-65 J. (n = 1022), Männer (n = 556), Frauen (n = 466) / Frage: „Nun zu einem anderen Thema: Was glauben Sie, in welchen der folgenden Medien hat Werbung wohl den größten Einfluss auf Ihre persönlichen Kaufentscheidungen? Sie können maximal drei aus der Liste nennen. Werbung ...“.

BEI RÜCKFRAGEN:

Ihr Ansprechpartner:

Holger Brock
Projektleiter
Markt-Media-Forschung
Picassoplatz 1
50679 Köln
www.ip.de

Telefon: 0221 456-26443
Telefax: 0221 45695-26443
E-Mail: Holger.Brock@mediengruppe-rtl.de



Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 33 057 | Geschäftsführer: Martin Krapf, Stv. Geschäftsführer: Matthias Dang | USt.-IDNr. DE 114 383 325