

## Schweizer stehen auf Schweizer Fernsehen!

11.03.2011

**Eine Studie des Marktforschungsunternehmens zehnvier hat ergeben, dass das Umfeld in dem TV-Werbung gezeigt wird, wesentlich beeinflusst, ob und wie die Werbung wirkt.**

Das Marktforschungs- und Strategieberatungsunternehmen zehnvier hat in Person von Dr. Kerstin Bolliger, Prof. Dr. Clemens Koob, Professor an der Fachhochschule für angewandtes Management Erding, und Prof. Dr. Florian Becker eine repräsentative Umfrage unter der schweizerischen Bevölkerung durchgeführt.

Das Ergebnis zeigt, dass die Schweizer Fernsehsender SF 1 und SF zwei schweizerischer, zuverlässiger und glaubwürdiger empfunden werden als die Privatsender Sat.1 und RTL.

Ebenso empfinden die Zuseher Werbepausen in den beiden schweizerischen Sendern als weniger störend als in den beiden Privatsendern. Generell schneiden SF 1 und SF zwei interessanter, glaubwürdiger und als ansprechender ab und sie bieten ein ausgewogeneres Verhältnis von Programm und Werbepausen.

Zehnvier kommt zu dem Schluss, dass das Umfeld den Unterschied in der Wahrnehmung der Werbung macht. Erstens kann die Glaubwürdigkeit und Attraktivität des Senders die Glaubwürdigkeit und Attraktivität werblicher Aussagen stützen und damit die Grundlage für wirkungsvolle Werbung bereiten. Zweitens kann sich auch die unmittelbare Qualität des Programms auf die Werbung auswirken. Drittens schließlich hängen Werbeakzeptanz und Überzeugungskraft der Werbung auch davon ab, wie sehr sich die Konsumenten von der Werbung gestört fühlen.