



n-tv
DER NACHRICHTENSENDER

Mehr erreichen

n-tv 2010/2011





Begleitforschung zum n-tv Newscountdown - Ägypten -

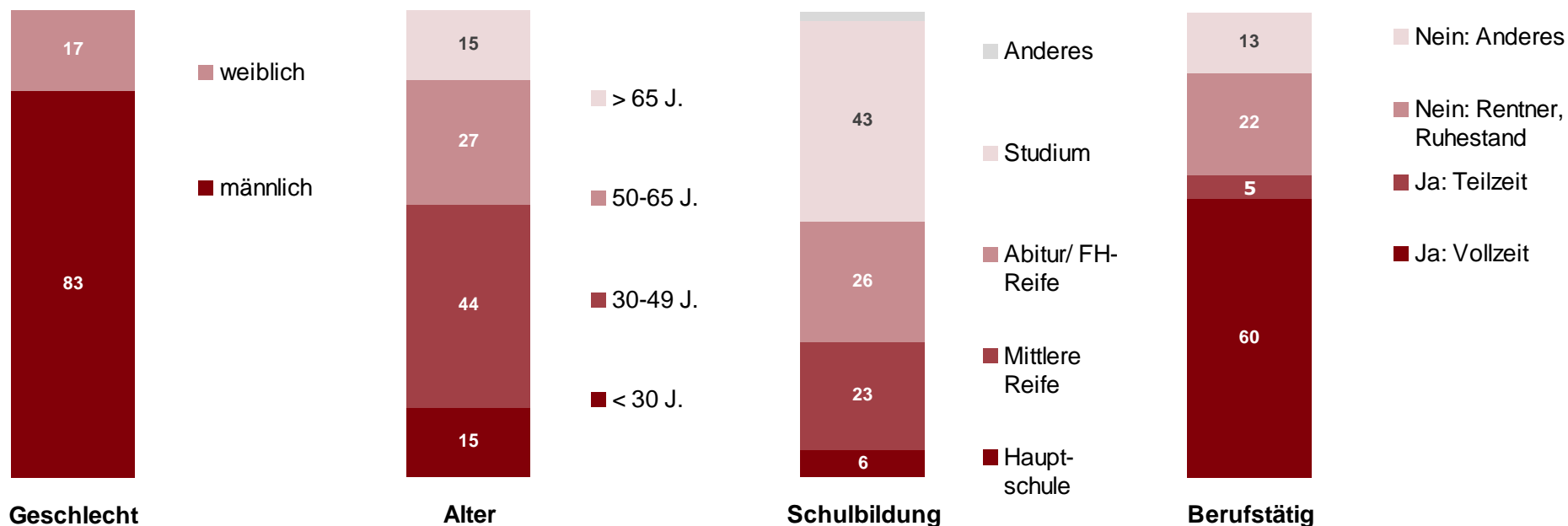
n-tv Navigator Welle 02
- März-April 2010 -

■ Methodik und Themen

- Online-Befragung im Rahmen des n-tv Navigator
- Grundgesamtheit: n-tv Zuschauer mindestens einmal im Monat
- Panelbestand zu Befragungsbeginn: 1.124 Personen
- Teilnehmer: 561 n-tv-Zuschauer
465 mit Interesse an Reisen
- Einladung: Via E-Mail mit Link zum Online-Fragebogen
- Feldzeit: Freitag, 26.03. bis Mittwoch, 14.04.2010
- Themen: Ägypten: Ergebniswelle zum News-Countdown und Spot
- Institut: Werbestolz, Köln (www.werbestolz.de) / Eckhard Preis

Männlich, eher jung, gebildet, berufstätig

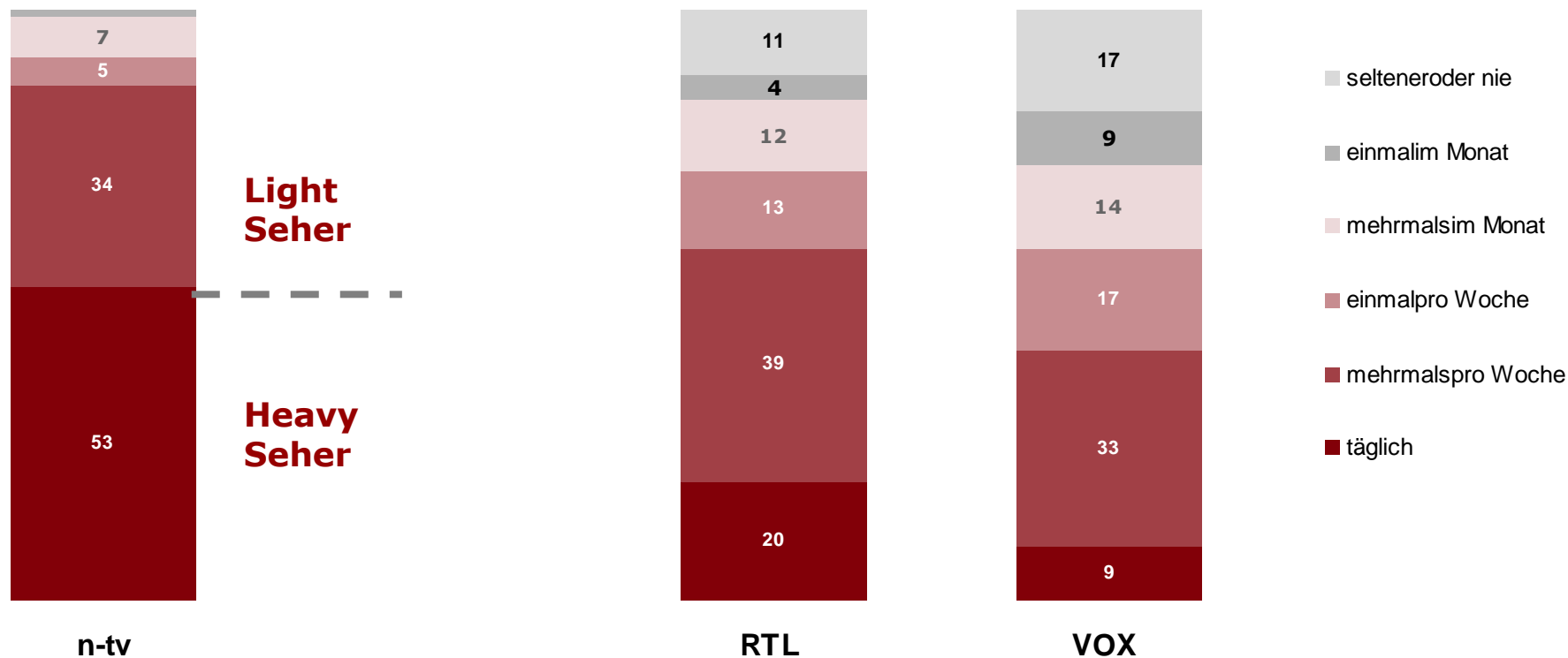
Teilnehmerstruktur der aktuellen Welle, Werte in Prozent



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Alle Befragte (n=561) Basis: Stammdaten

n-tv wird von jedem Zweiten täglich genutzt

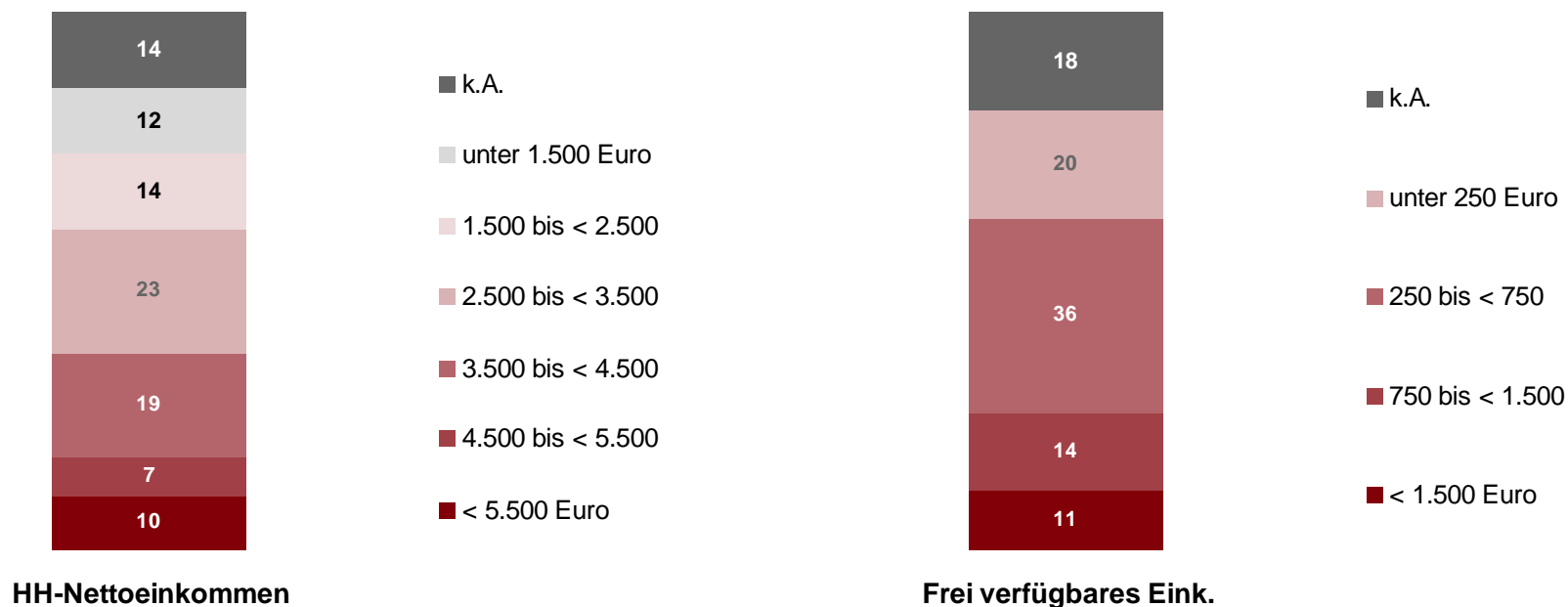
Teilnehmerstruktur der aktuellen Welle, Werte in Prozent



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Alle Befragte (n=561)

Hohes Einkommen bei n-tv Zuschauern

Teilnehmerstruktur der aktuellen Welle, Werte in Prozent



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Alle Befragte (n=561) In dieser Welle aktualisiert!

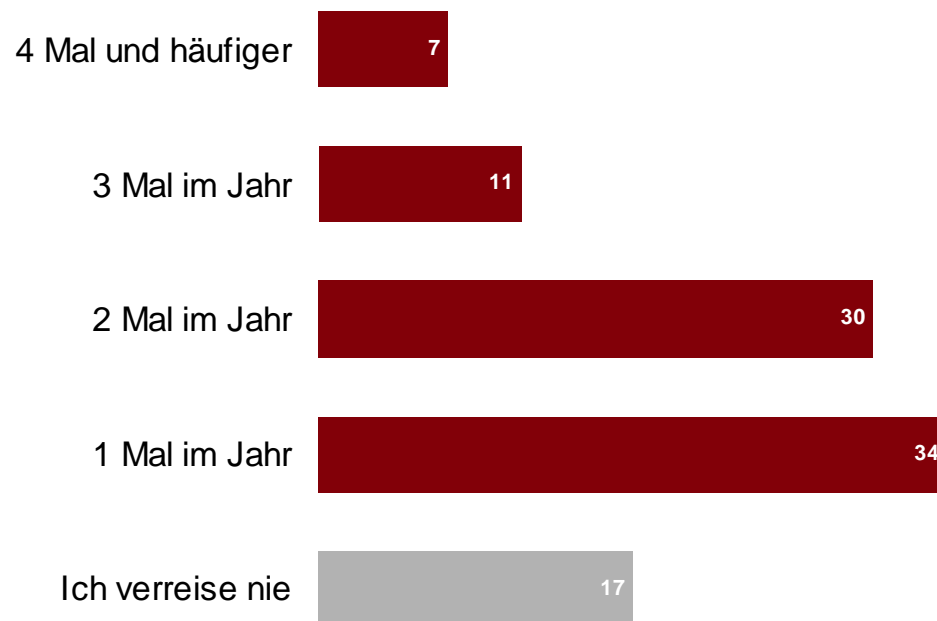


Urlaubsvorlieben der n-tv Seher

n-tv Navigator Welle 02, Januar 2010

■ **Urlaubsreisen gönnen sich die Meisten**

Häufigkeit von Urlaubsreisen ab einer Woche (Werte in Prozent)

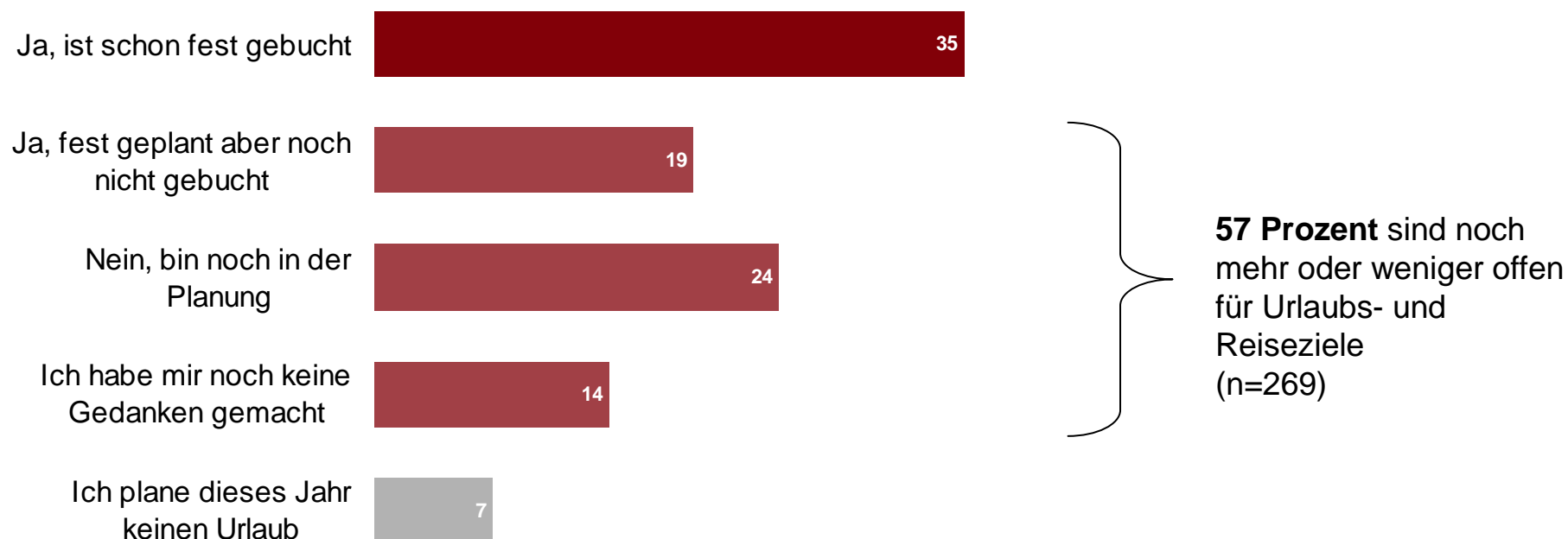


83 Prozent der Befragten verreisen mindestens einmal im Jahr
(n=465 Basis der folgenden Darstellung)

n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Alle Befragte (n=561)
Frage: „Wie häufig im Jahr verreisen Sie? Wir meinen hier keine Kurzurlaube, sondern Urlaube von mindestens 1 Woche Dauer.“

Mehr als jeder Zweite ist noch unentschieden

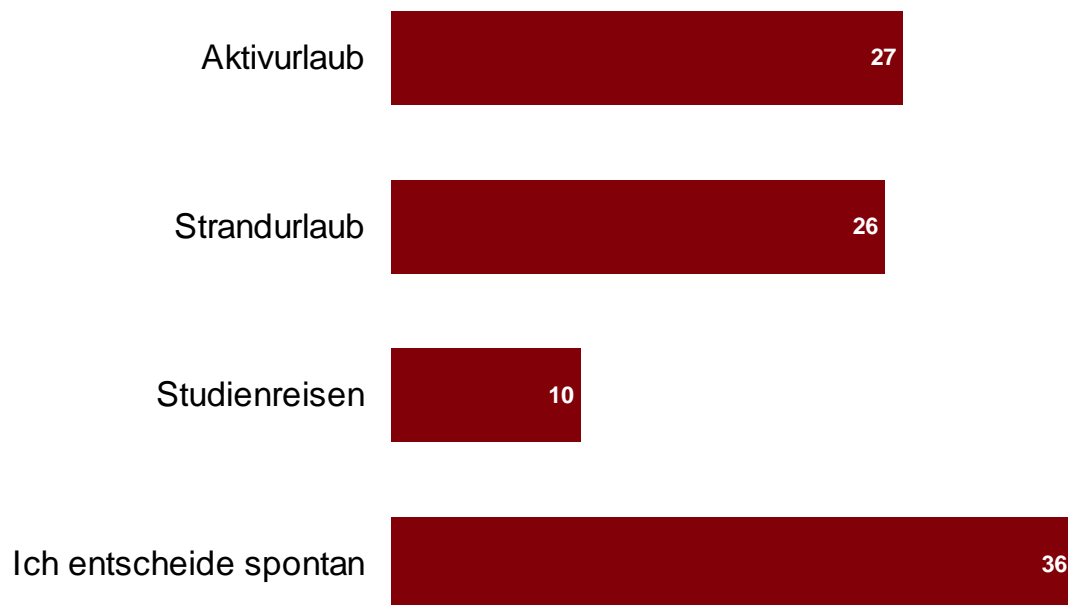
Status der Urlaubsplanung für 2010 (Werte in Prozent, Basis: Urlaubsreisende)



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)
Frage: „Haben Sie Ihren diesjährigen Urlaub schon geplant? Welche Aussage trifft hier am besten zu?“

Aktivurlaub und Strand gleichermaßen beliebt

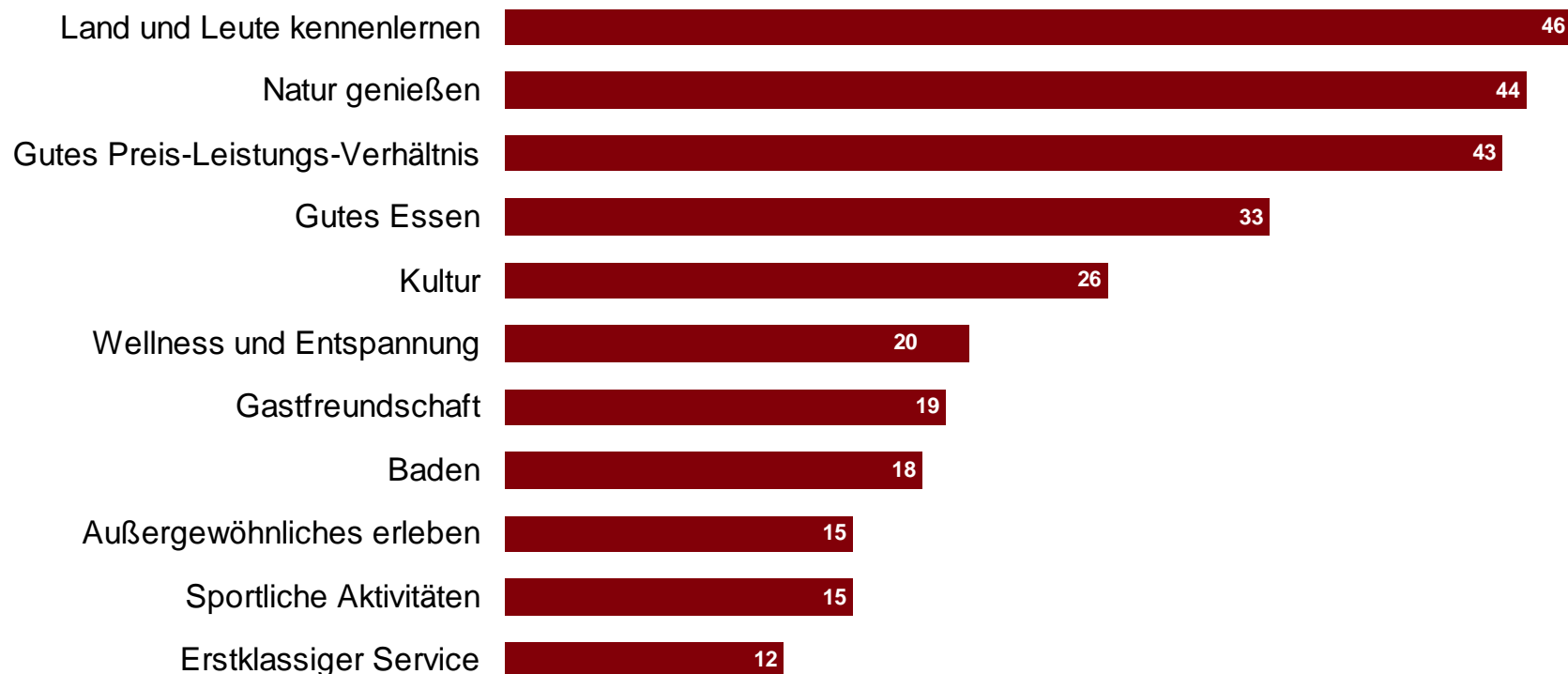
Bevorzugte Urlaubsart und Wichtigkeit verschiedener Kriterien (Werte in Prozent, Basis: Urlaubsreisende)



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)
Frage: „Welche Art von Urlaub bevorzugen Sie?“ (eine Antwort)

Land und Leute kennenlernen ist am Wichtigsten

Wichtigkeit verschiedener Kriterien (Werte in Prozent, Basis: Urlaubsreisende)



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)
Frage: „Was ist für Sie im Urlaub am wichtigsten? Bitte wählen sie die drei wichtigsten Punkte aus dieser Liste aus.“

■ Das Reiseverhalten der n-tv Zuschauer

- 83% der Befragten verreisen mindestens einmal im Jahr
- Über die Hälfte hat das Reise-Ziel in diesem Jahr noch nicht festgelegt!
- Jeder Dritte entscheidet spontan ob Strand- oder Aktivurlaub.
- Die wichtigsten Ansprüche an den Urlaub sind:
 - Land und Leute kennenlernen
 - die Natur
 - und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis



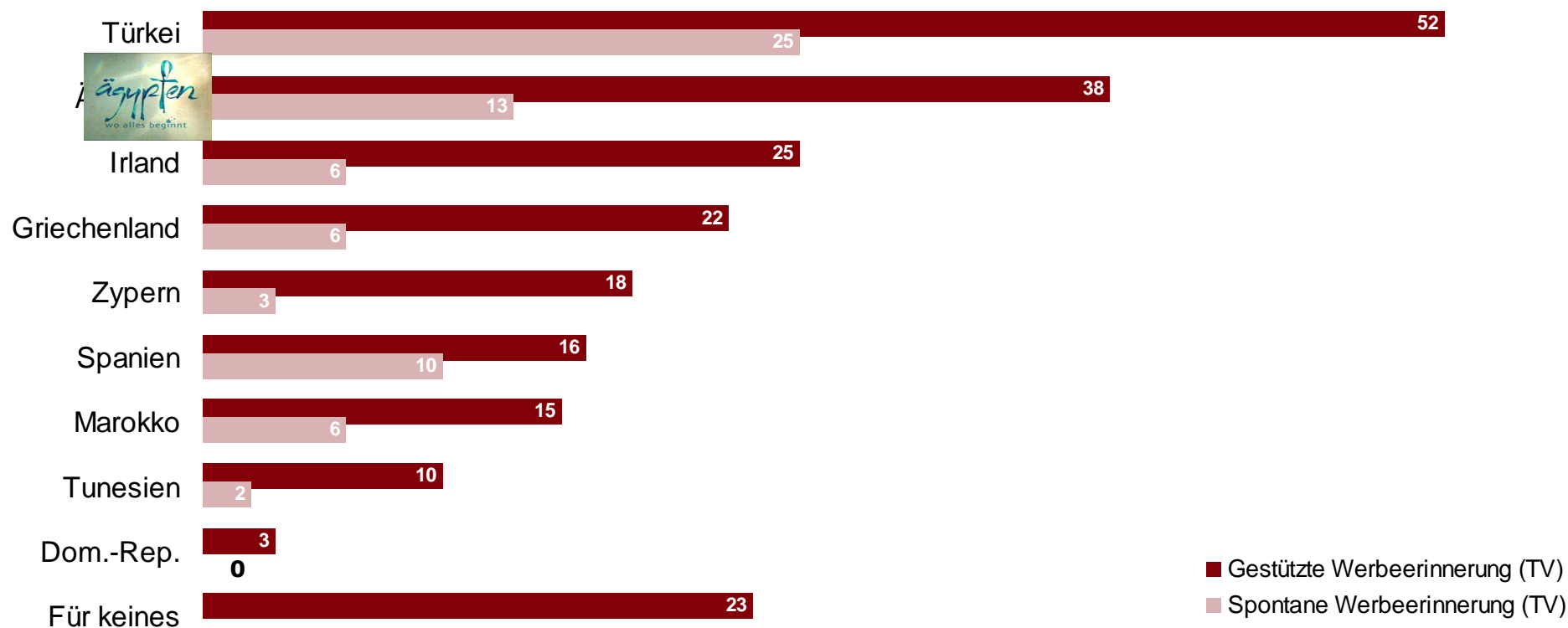
n-tv
DER NACHRICHTENSENDER

Werbewirkung n-tv Newscountdown



■ Ägypten in der Werbeerinnerung auf Platz zwei

Spontane und gestützte Werbeerinnerung (Werte in Prozent, Basis: Urlaubsreisende)

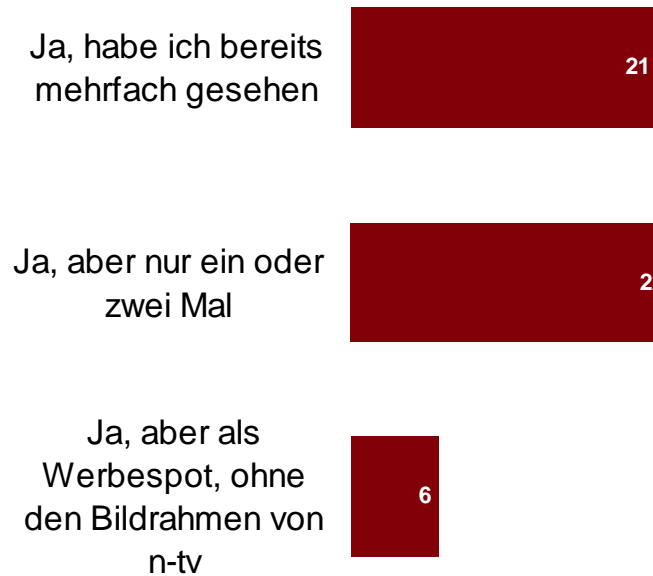


n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)

Frage: „Für welche Reiseländer haben Sie in letzter Zeit Werbung im Fernsehen gesehen?“ - „Für welches dieser Länder habe Sie in letzter Zeit Werbung im Fernsehen gesehen?“

Der News-Countdown bleibt in den Köpfen

Werbemittel-Erinnerung nach Vorführung (News-CD und anschließend Spot, Werte in %, Basis: Urlaubsreisende)



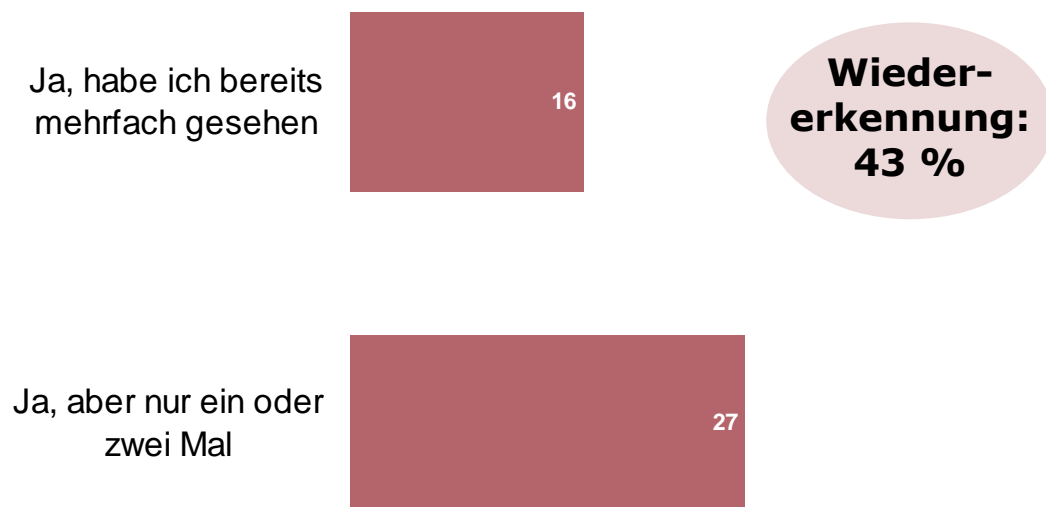
Wieder-erkennung: 43 %



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)
Frage: „Haben Sie diese Werbung schon mal gesehen?“

News-Countdown und Spot mit gleicher Resonanz

Werbemittel-Erinnerung nach Vorführung (News-CD und anschließend Spot, Werte in %, Basis: Urlaubsreisende)

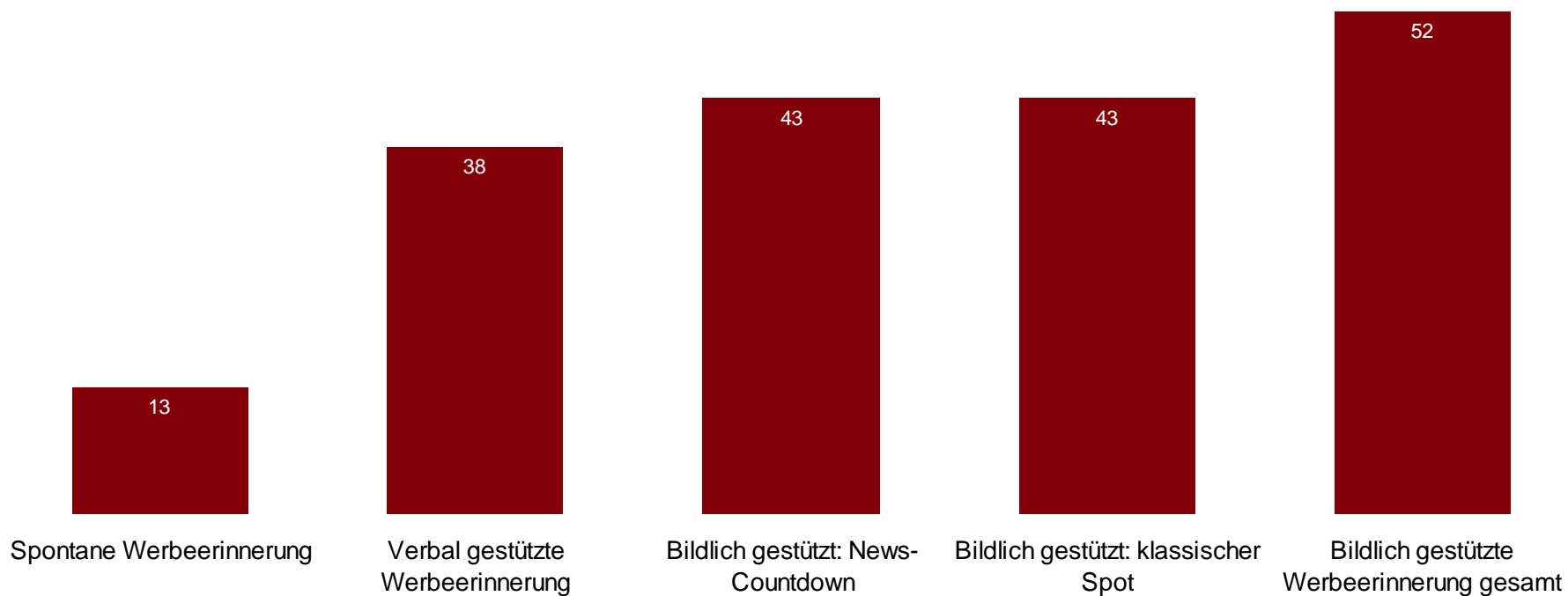


■ Klassischer Spot

n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)
Frage: „Haben Sie diese Werbung schon mal gesehen?“

Jeder Zweite hatte Kontakt Werbung für Ägypten

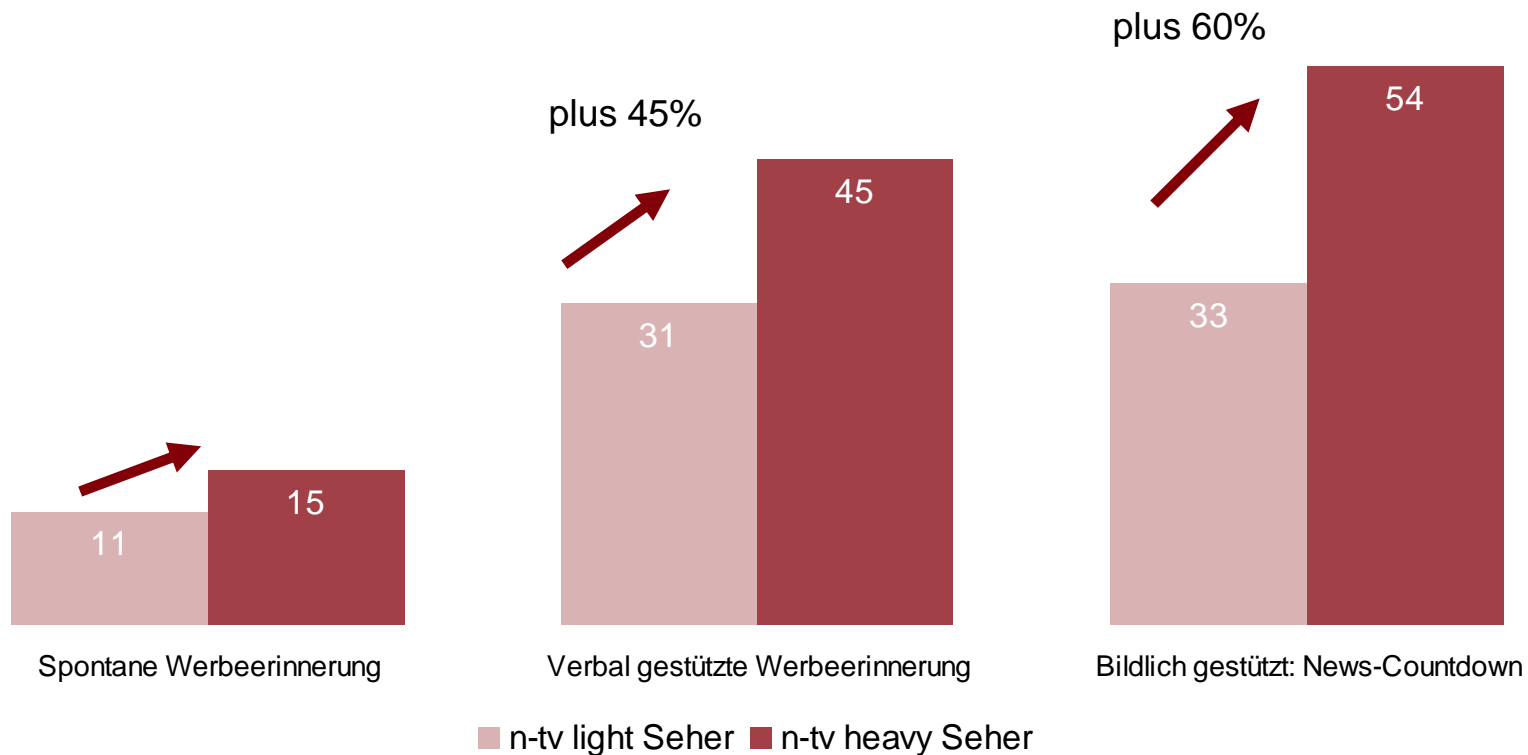
Übersicht zur Werbewirkung (Werte in Prozent)



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)

Mehr Kontakte steigern die Wirkung

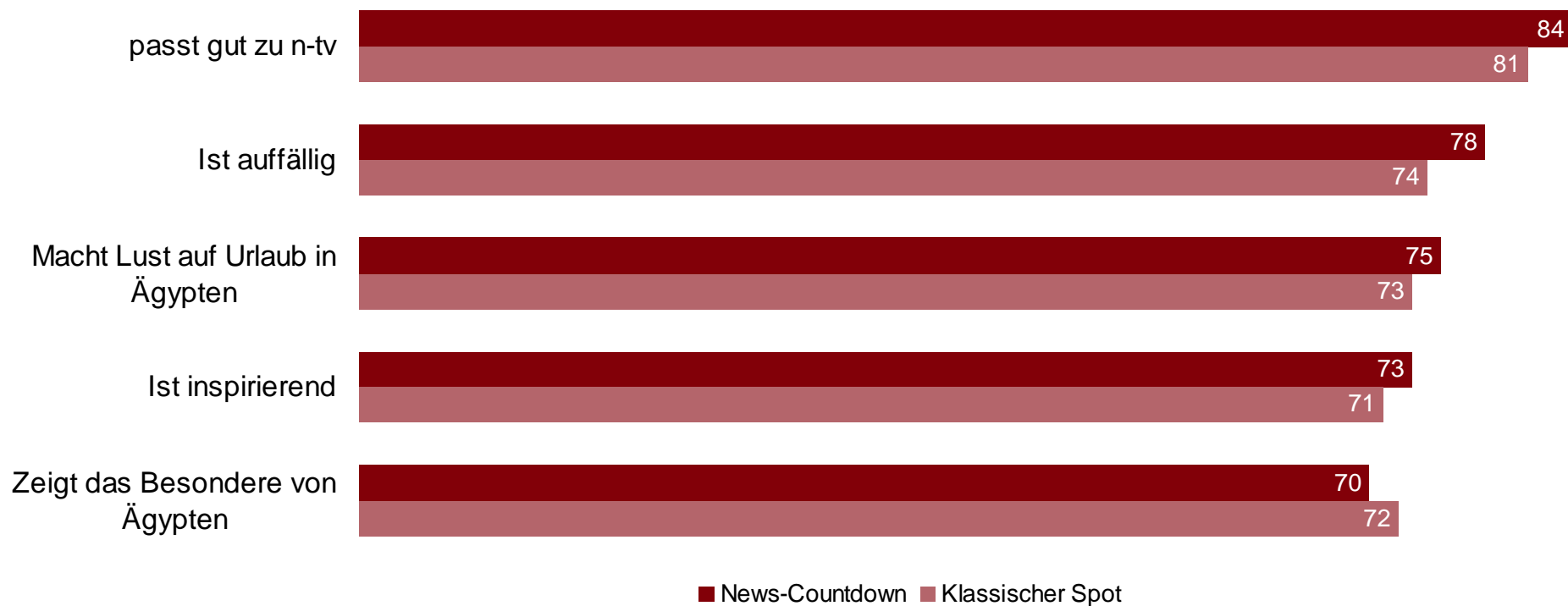
Übersicht zur Werbewirkung (Werte in Prozent)



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)

Der News-Countdown gefällt noch etwas besser

Bewertung von News-Countdown und klassischem Spot (Zustimmung, Top2 auf 4er Skala in %)



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen und Wiedererkennung des Werbemittels (n=200 / n=201)
Frage: „Welche der folgenden Aussagen trifft auf diese Werbung zu?“

Werbeform News-Countdown wirkt angenehmer

Bewertung der Werbeform News-Countdown (Zustimmung, Top2 auf 4er Skala in %)



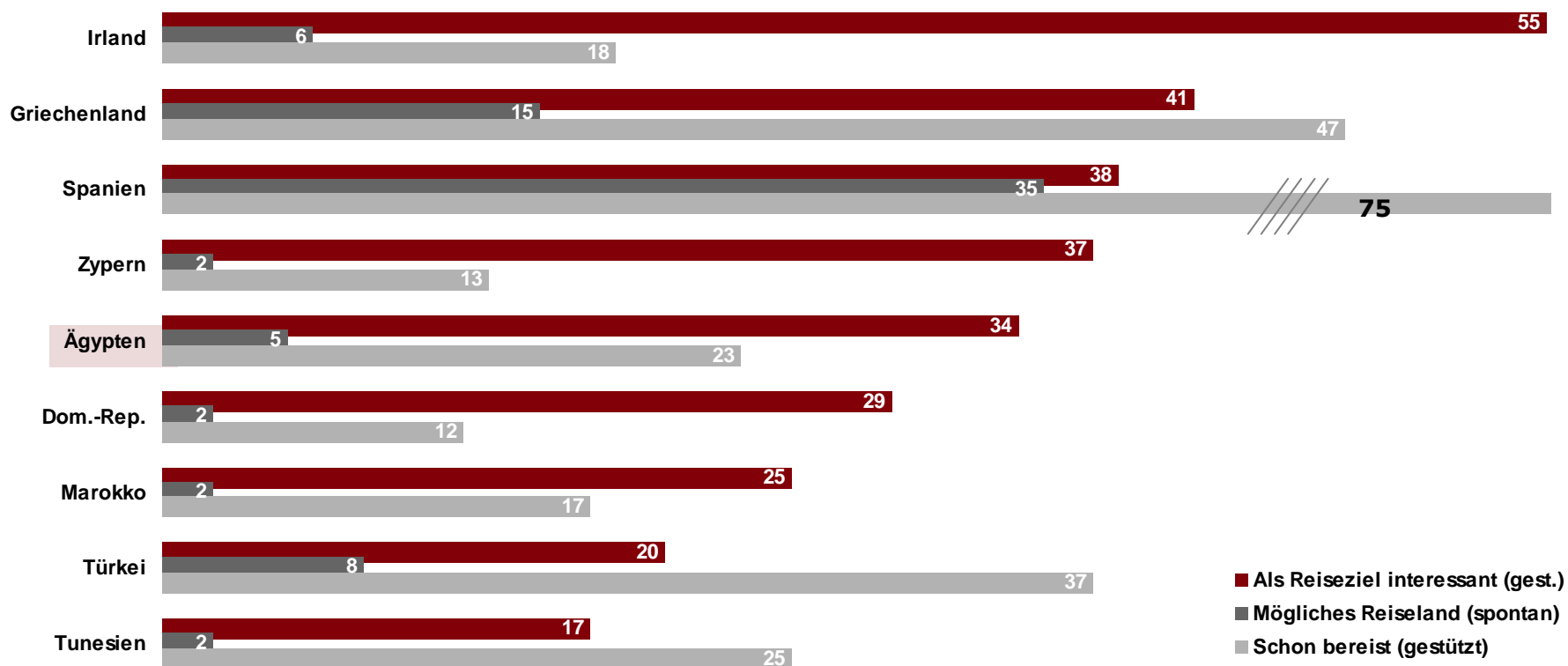
n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen und Wiedererkennung des Werbemittels (n=200)
Frage: „Und inwiefern treffen die folgenden Aussagen allgemein auf Werbung vor den Nachrichten zu?“



Bekanntheit der Urlaubziele

Ägypten für jeden Dritten interessant

Mögliche und bereiste Reiseländer (Werte in %, Basis: Urlaubsreisende, sortiert nach ‚als RZ interessant‘)



■ Als Reiseziel interessant (gest.)
■ Mögliches Reiseland (spontan)
■ Schon bereist (gestützt)

n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%)

Frage: „Welche Länder fallen Ihnen spontan als mögliche Reiseländer für Ihren nächsten Urlaub ein?“ – „Wir nennen Ihnen hier einige Reiseziele. Bitte sagen Sie uns zunächst, welches dieser Länder Sie schon bereist haben, und anschließend, welches Land für Sie als Reiseziel interessant ist, auch wenn Sie es vielleicht schon bereist haben.“

Werbekontakte steigern das Image

Image des Reiseland Ägypten (Zustimmung, Top2 auf 4er Skala in Prozent, Urlaubsreisende)



n-tv Navigator, Welle 02/2010 vom 26.03. bis 14.04.2010, Basis: Befragte mit Urlaubsreisen (n=465 / 83%) - Frage: „Denken Sie jetzt bitte an das Reiseland Ägypten, auch wenn sie das Land selbst noch nicht bereist haben. Inwiefern treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach auf Ägypten zu?“

■ Ägypten weckt die Sehnsucht der Zuschauer

- Ein Großteil der n-tv Zuschauer ist reisefreudig. Die Urlaubsplanung für 2010 ist für mehr als die Hälfte von Ihnen noch nicht abgeschlossen.
- Ägypten ist als Reiseland für jeden Dritten interessant, ein Viertel der Befragten hat das Land bereits bereist.
- In der aktuellen Werbeerinnerung rangiert Ägypten hinter der Türkei auf Platz zwei. An Newscountdown oder Spot erinnern sich jeweils 43 Prozent; insgesamt hatte mehr als jeder Zweite Kontakt mit der Werbung (52%).
- Die Ägypten-Werbung wird beim Newscountdown etwas positiver als bei dem Spot bewertet, als Werbeform ist der News-Countdown bei den Zuschauern sehr beliebt und sichert eine hohe Aufmerksamkeit.
- Befragte mit Werbekontakten zeigen etwas höhere Werte bei der Image-Abfrage. Das bereits sehr positive Bild von Ägypten konnte mit den Werbekontakten noch weiter gesteigert werden.



Bei Rückfragen

Ihr Ansprechpartner:

Antje Sauer
Senior Projektleiterin
IP Deutschland GmbH
Picassoplatz 1
50679 Köln
www.ip-deutschland.de

Telefon: 0221 456-26442
Telefax: 0221 45695-26442

antje.sauer@ip-deutschland.de

