



Studie „Werbewirkung auf Nachrichtenwebsites“

Februar 2010



Studienanlage

Zielsetzung:

- | Nachweis der Wirkung von nationalen Online-Kampagnen auf unterschiedlichen Nachrichtenwebsites sowie im Internet allgemein.

Grundgesamtheit und Studie:

- | Onsite: Alle Besucher von ausgewählten Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk, n=2.702*
- | Panel: Internetnutzer in Deutschland, n=1.390

Methodik und Feldzeit

- | Befragung per Online-Selbstaufüller-Fragebogen
- | Rekrutierung Onsite (jeder n-te Besucher) per Flash-Layer
- | Rekrutierung im Online-Panel per E-Mail-Einladung
- | Befragungszeitraum: August / September 2009

Institut:

- | INNOFACT AG Research & Consulting, Hamburg

* Repräsentativ für die Grundgesamtheit der Nutzer im OMS Verlags-Netzwerk.

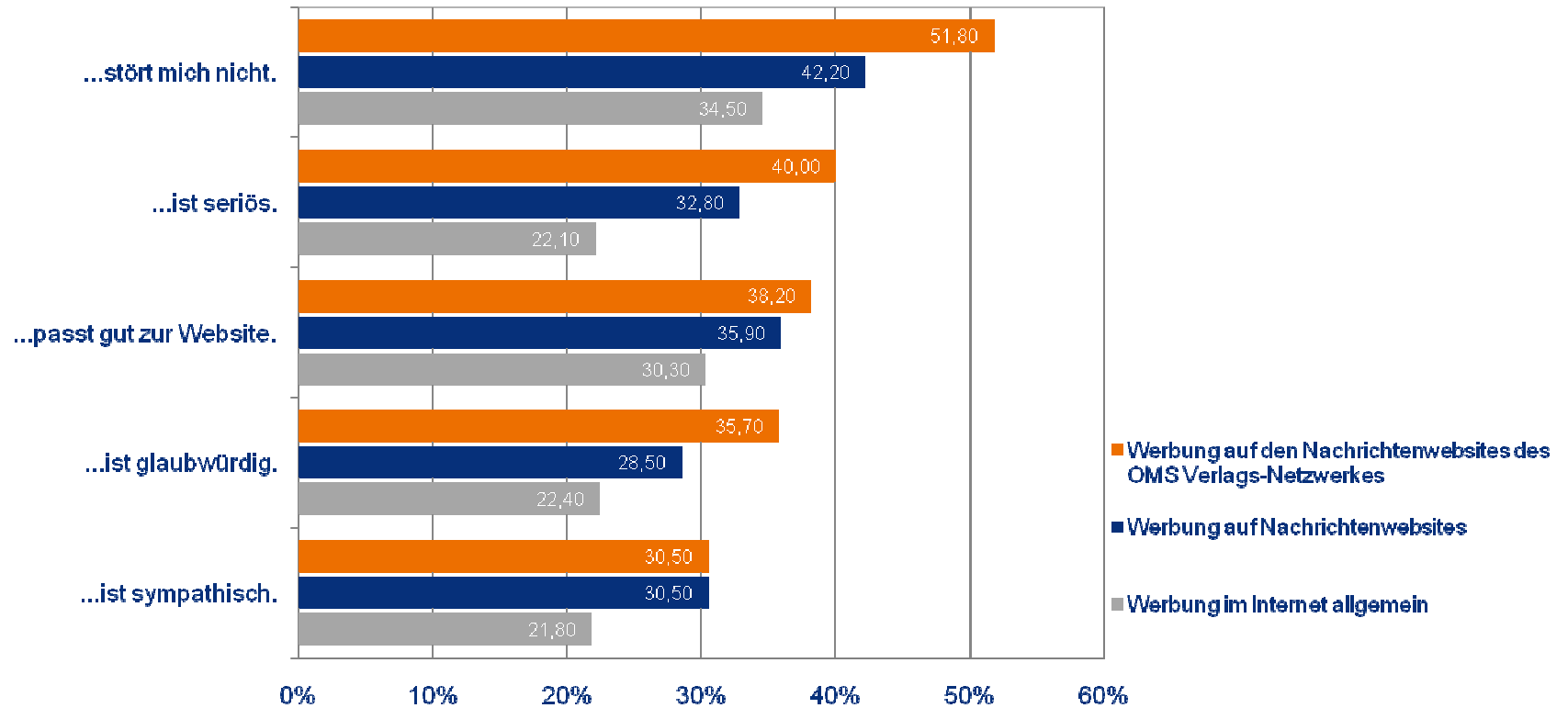
Stichprobe gewichtet nach Geschlecht und Alter, Basis: AGOF internet facts 2009-II für das OMS Verlags-Netzwerk



Werbewirkung auf Nachrichtenwebsites

Werbung auf Nachrichtenwebsites wirkt.

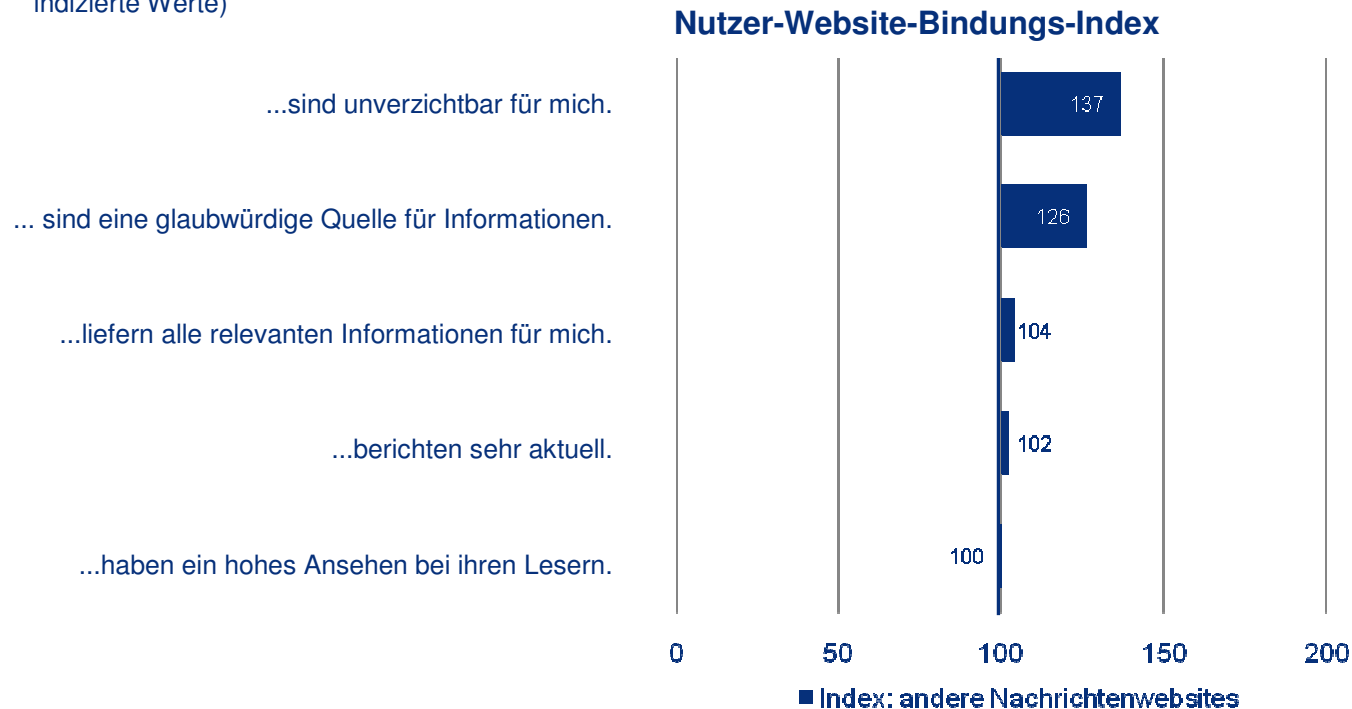
Beurteilung und Wahrnehmung von Werbung auf verschiedenen Websites im Vergleich



Vor allem in den Bereichen Akzeptanz für die Werbung, Seriosität und Glaubwürdigkeit ist der Abstand zur Werbewahrnehmung bei anderen Online-Werbeträgern sehr groß.

Höhere Website-Bindung auf den Nachrichtenwebsites des OMS Verlags-Netzwerks als bei anderen Nachrichtenwebsites*.

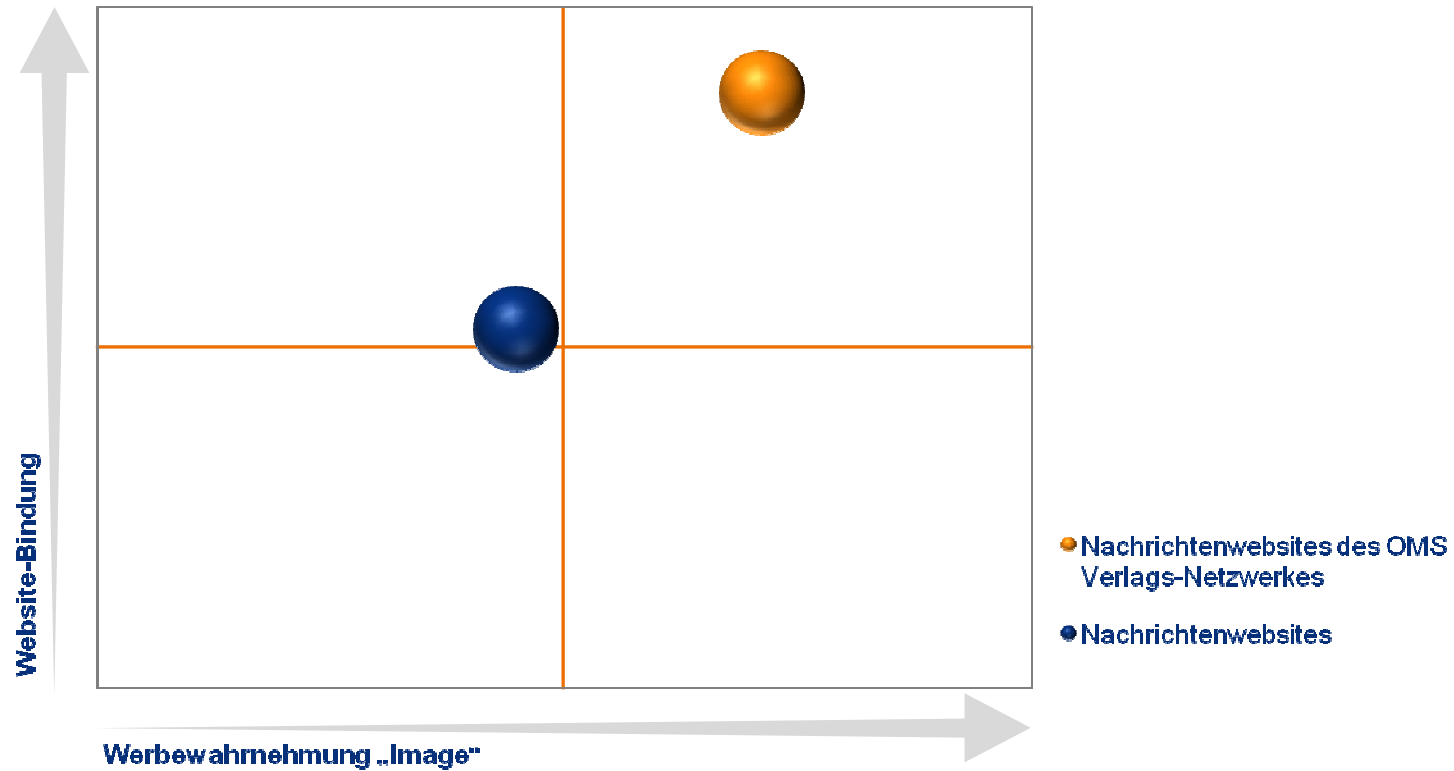
Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk...
(im Vergleich zu anderen Nachrichtenwebsites;
indizierte Werte)



Im Vergleich zu anderen Nachrichtenwebsites werden die Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk als **glaubwürdiger** wahrgenommen. Für einen größeren Anteil der Nutzer sind **diese Websites** in der gewohnten Internetnutzung **unverzichtbar**.

Hohe Website-Bindung hat bessere Werbewahrnehmung auf der Website zur Folge.

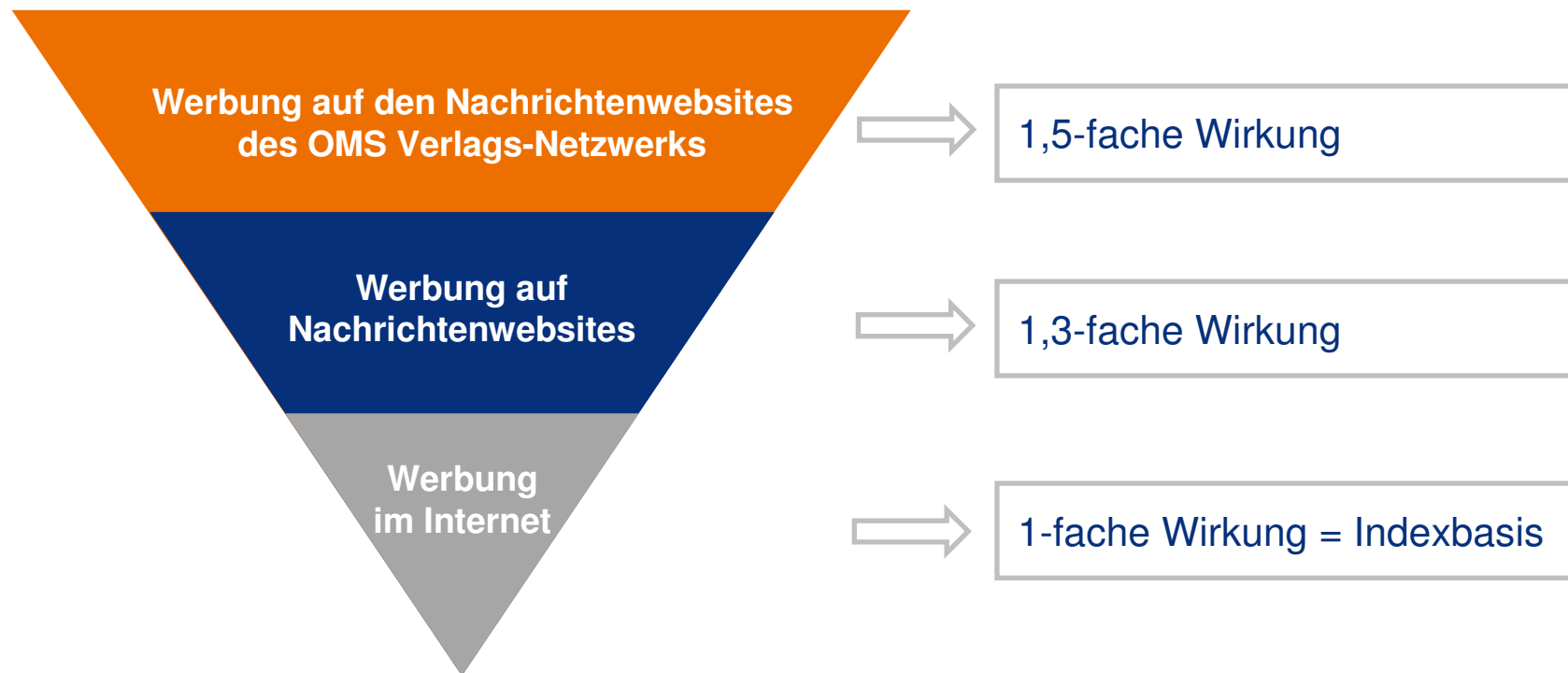
Abhängigkeit von Website-Bindung und Werbe-Image




Nachrichtenseiten des OMS Verlags-Netzwerkes erzeugen eine stärkere Website-Bindung und bieten daher eine bessere Werbewahrnehmung als allgemeine Nachrichtenwebsites.


Wegen der starken Website-Bindung der Nutzer ist die Werbewirkung auf Nachrichtenwebsites größer als auf allgemeinen Websites.

Werbewirkung auf unterschiedlichen Online-Werbeträgern



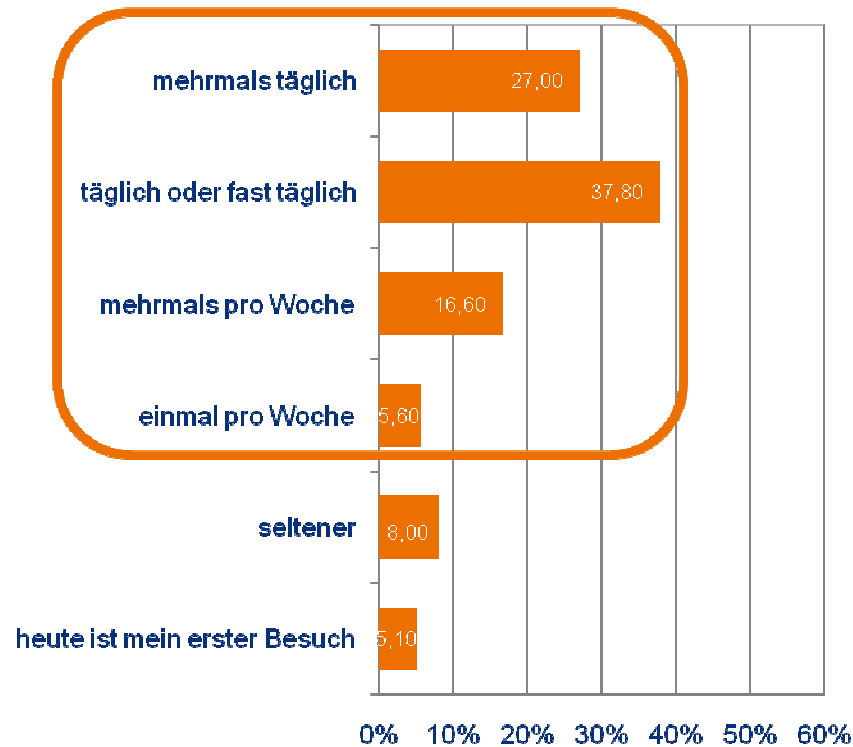


Website- und
Internethnutzung,
Medienkonsum



Die Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk werden von der Mehrheit der Nutzer sehr häufig besucht.

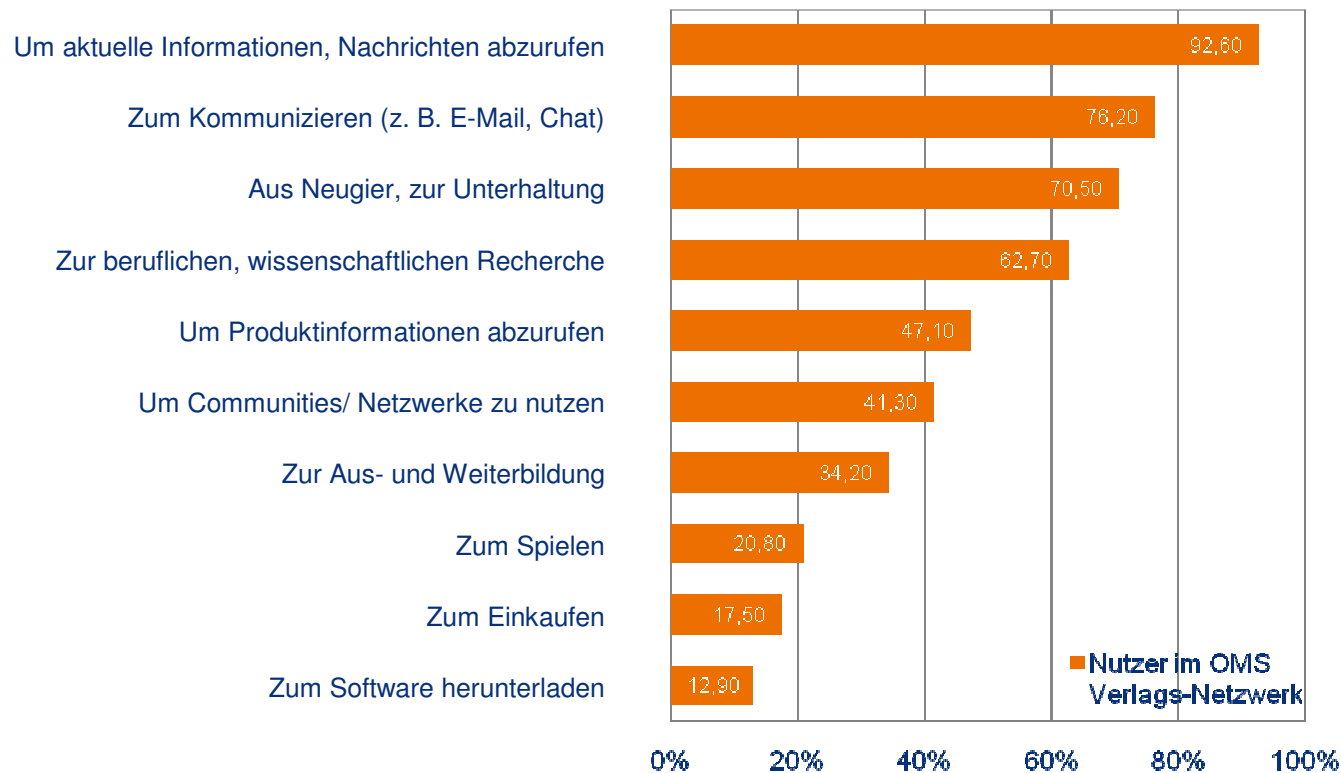
Besuchshäufigkeit auf den Nachrichtenwebsites des OMS Verlags-Netzwerks



65% der Nutzer besuchen ihre Nachrichtenwebsite aus dem OMS Verlags-Netzwerk mindestens täglich, 87% mindestens einmal pro Woche.

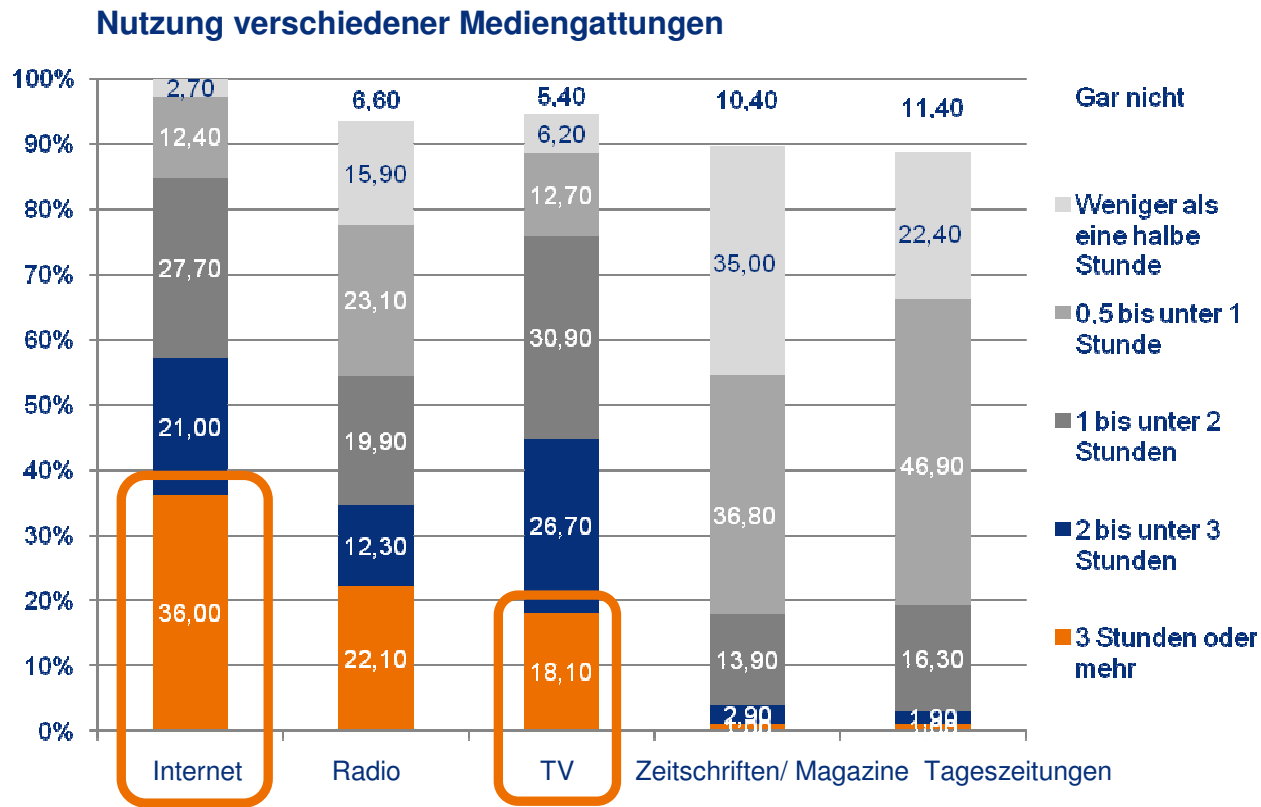
Lesen von Nachrichten wichtigster Internet-Nutzungsgrund für die Nutzer der Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk.

Gründe für die private und berufliche Internetnutzung



Hauptgründe für die Internetnutzung sind der Nachrichtenabruf (93%), die Kommunikation (76%) und die Unterhaltung (71%). 63% der Nutzer im OMS Verlags-Netzwerk nutzen das Internet zudem für die berufliche / wissenschaftliche Recherche, 34% zur Aus- und Weiterbildung. Spielen im Internet hat eine untergeordnete Bedeutung.

Für die Nutzer der Nachrichtenwebsites des OMS Verlags-Netzwerks ist das Internet das bevorzugte Medium.



Ca. 20% der Nutzer von Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk lesen am Tag über eine Stunde lang Tageszeitungen. Das Internet wird deutlich intensiver genutzt: 85% der Nutzer sind täglich über eine Stunde online. 36% der Nutzer verwenden das Internet mindestens 3 Stunden täglich; 3 Stunden TV täglich sehen dagegen nur halb so viele.



Management Summary



Management Summary – Key Facts

Werbewirkung auf Nachrichtenwebsites

- | Werbung auf Nachrichtenwebsites wird positiver wahrgenommen als Werbung im Internet allgemein.
- | Werbung auf den Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk wird noch positiver angenommen als Werbung auf anderen Nachrichtenwebsites.
- | Die Website-Bindung und Glaubwürdigkeit ist insgesamt stärker ausgeprägt bei den Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk als bei anderen Nachrichtenwebsites. Eine hohe Website-Bindung wirkt sich dabei positiv auf die Werbewahrnehmung und -akzeptanz aus.
- | Die Bindung zur Werbeträger-Website hat einen sehr starken Einfluss auf die Beurteilung der Werbung auf der Website.

Management Summary – Key Facts


Website- und Internetnutzung, Medienkonsum

- | Zwei Drittel der Nutzer besuchen ihre Nachrichtenwebsite aus dem OMS Verlags-Netzwerk mindestens täglich, 87% mindestens einmal pro Woche.
- | Das Lesen von Nachrichten ist insgesamt der wichtigste Internet-Nutzungsgrund für die Nutzer der Nachrichtenwebsites im OMS Verlags-Netzwerk.
- | 36% der Nutzer im OMS Verlags-Netzwerk nutzen das Internet täglich mindestens 3 Stunden; hingegen sehen lediglich 18% der Nutzer täglich 3 Stunden oder länger Fernsehen.



Kontakt

OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG



Zollhof 4 · 40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 274 07-222
Fax: 0211 274 07-390
kontakt@oms.eu

Dammtorstraße 33 · 20354 Hamburg
Tel.: 040 7 34 49 07-60
Fax: 040 7 34 49 07-61
kontakt@oms.eu

