AKTIV
INVOLVIERTE
ZUSCHAUER
AM VORABEND
IM ERSTEN.

ZUSCHAUER IM ERSTEN MIT HÖCHSTEM **AUFMERKSAMKEITSNIVEAU**

Werbung im Ersten:

Zuschauer im Ersten sind aktiv involviert

AKTIV INVOLVIERT	Entspannte Grundstimmung Werbung findet hier häufig in kurzen Werbeblöcken statt Werbung trifft auf eine hohe Aufnahmebereitschaft	Das Erste, RTL, SAT.1, VOX
ZERSTREUT INVOLVIERT	Pendeln zwischen TV und anderen Tätigkeiten Werbung zwar auch wahrgenommen Konzentrationsniveau abhängig von Produktinteresse	Das Erste, RTL, SAT.1, VOX
ABGESPALTENES DURCHRAUSCHEN	Scheinbare Rezeption alles Spots innerhalb einer Werbeblocks Rezeption findet in einer Art Werbemeditation statt Kaum / Keine Werbeerinnerung im Anschluss	RTL, SAT.1, VOX, Das Erste

Quelle: concept M / Qualitativ psychologische Studie im Rahmen der Alltagserforschung zur Ermittlung der Werberezeptionsmodi am Vorabend zwischen 17:45 Uhr und 20 Uhr im Ersten und im Wettbewerb / Juni 2014