ONLINE-WERBUNG: LIEBER FAKTEN ALS HUMOR

Veröffentlicht am 16. November 2012 von Annette

> Nahezu zwei Drittel der deutschen Internetbenutzer bevorzugen Online-Werbung, die Fakten liefert. Dies hat die neue Studie von Ipsos herausgefunden. [...]

Nahezu zwei Drittel der deutschen Internetbenutzer **bevorzugen** Online-Werbung, die **Fakten** liefert. Dies hat die neue Studie von Ipsos herausgefunden. Nur die Minderheit interessiert sich für Werbung mit Humor.

Nur 39 Prozent der deutschen Internetnutzer will Werbung lesen, die witzig ist. Dabei sind **Männer (41 Prozent) offener** für humorvolle Anzeigen als Frauen (37 Prozent). Auch gilt: Je **jünger** die Zielgruppe, desto höher die Akzeptanz von Humor in der Werbung. Fast die Hälfte der unter 35-Jährigen finden Lustigkeit sympathisch - bei den 50 - 64-Jährigen ist es nur noch ein Viertel.

Im internationalen Vergleich stehen die Deutschen allerdings nicht ganz so humorlos da. In Italien, Mexiko und Argentinien ist Witz noch unbeliebter. Lediglich in China und Frankreich wird Humor gegenüber Fakten bevorzugt.