

NDR Image Trend 2017

- Vertrauen zum NDR im Vergleich
- Gesellschaftliche Wahrnehmung des NDR
- Image-Eigenschaften des NDR

NDR Trend 2017 | Methode

- Jährlich Umfrage zum NDR Unternehmensimage
- Methode: Telefon-Interviews (CATI)
- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Norddeutschland ab 14 Jahren
- Institut: GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG, Raunheim
- Anzahl Interviews: 3.102 (n=2.800 per Zufallsstichprobe/n=302 per Boost 14-39 Jährige)
- Erhebungszeitraum: 04. September – 05. November 2017

Vertrauen zum NDR im Vergleich

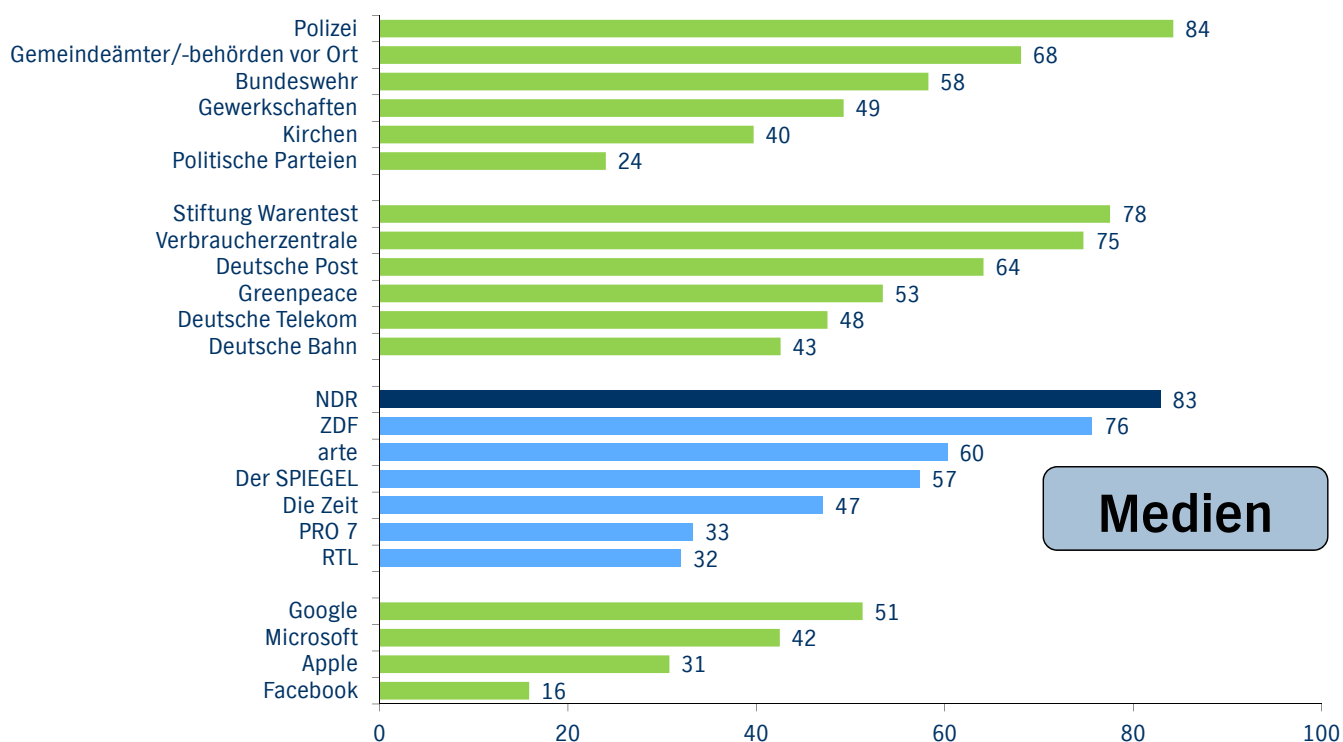
Sagen Sie mir bitte jeweils, inwieweit Sie diesen ...
(Firmen/Institutionen/Einrichtungen)

vertrauen: voll und ganz, eher, weniger, gar nicht

Hinweis: Diese Frage wurde erstmalig 2013 gestellt

NDR Trend 2017 | „Vertrauen in ...“

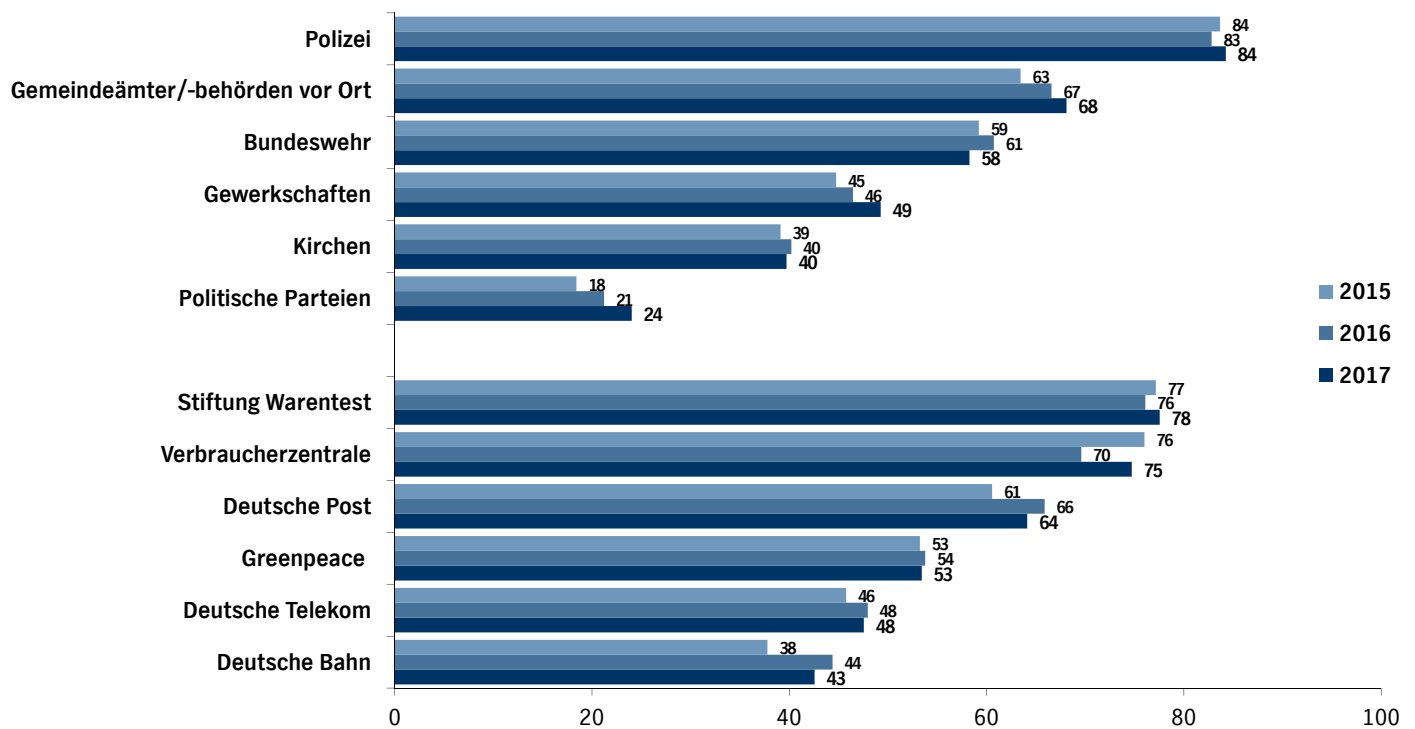
in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (voll und ganz/eher vertrauen), NDR Gebiet



Medien

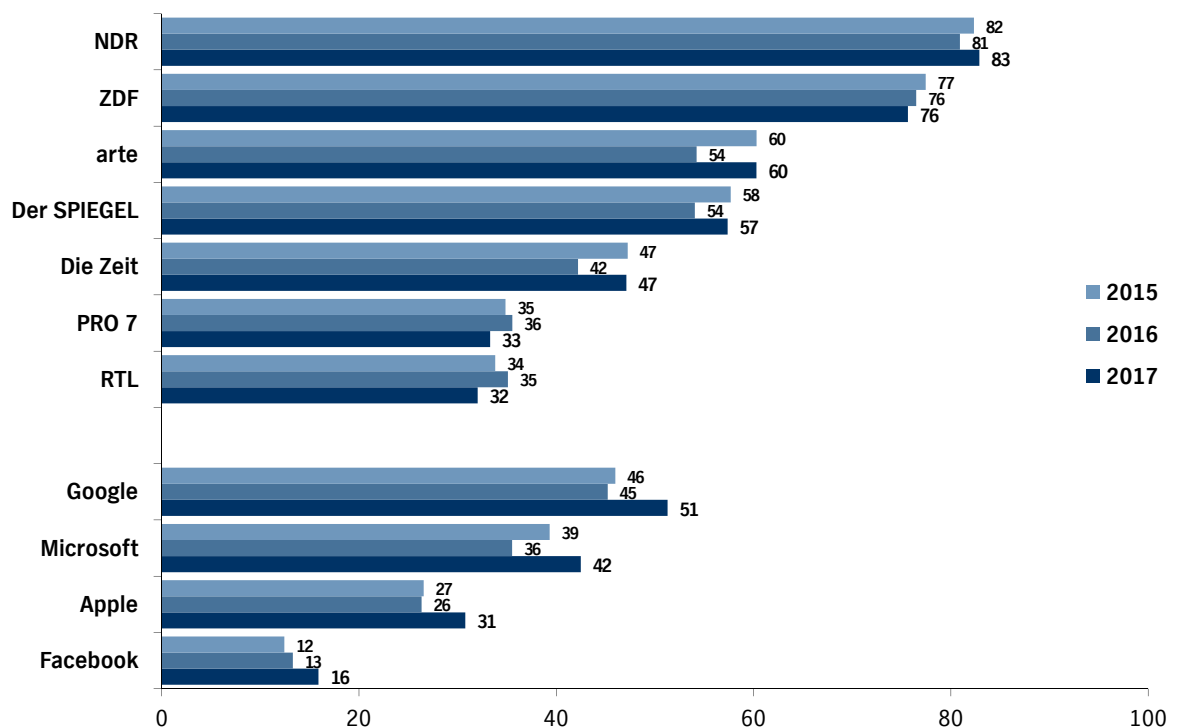
NDR Trend | „Vertrauen in ...“ | Entwicklung (1)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (voll und ganz/eher vertrauen), NDR Gebiet



NDR Trend | „Vertrauen in ...“ | Entwicklung (2)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (voll und ganz/eher vertrauen), NDR Gebiet



Gesellschaftliche Wahrnehmung des NDR

Ich lese Ihnen jetzt einige Aussagen über den NDR als Ganzes vor. Bitte sagen Sie mir jedes Mal, ob die Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft oder nicht zutrifft.

Hinweis: Diese Frage wurde erstmalig 2010 gestellt

NDR Trend | Aussagen zum NDR | Entwicklung

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Anteil „trifft zu“, NDR Gebiet

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017

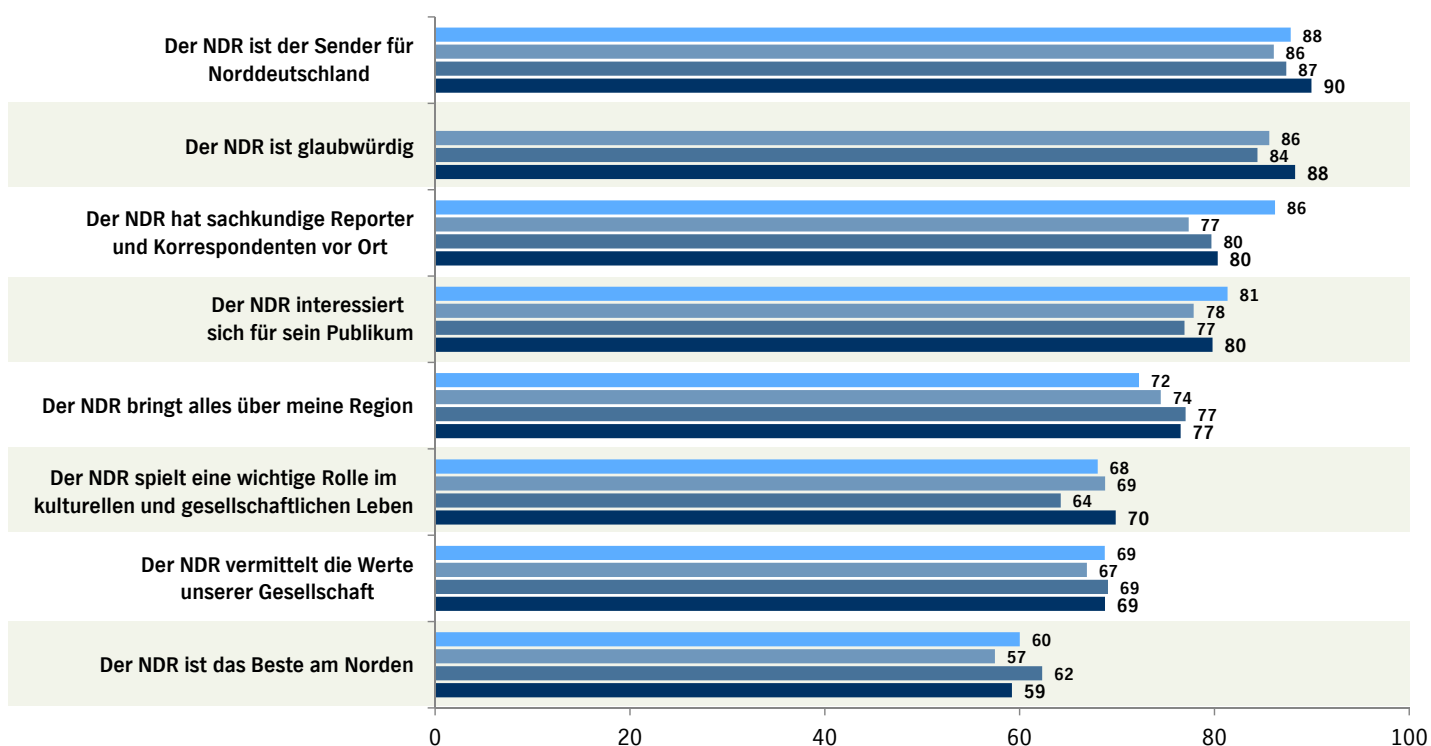
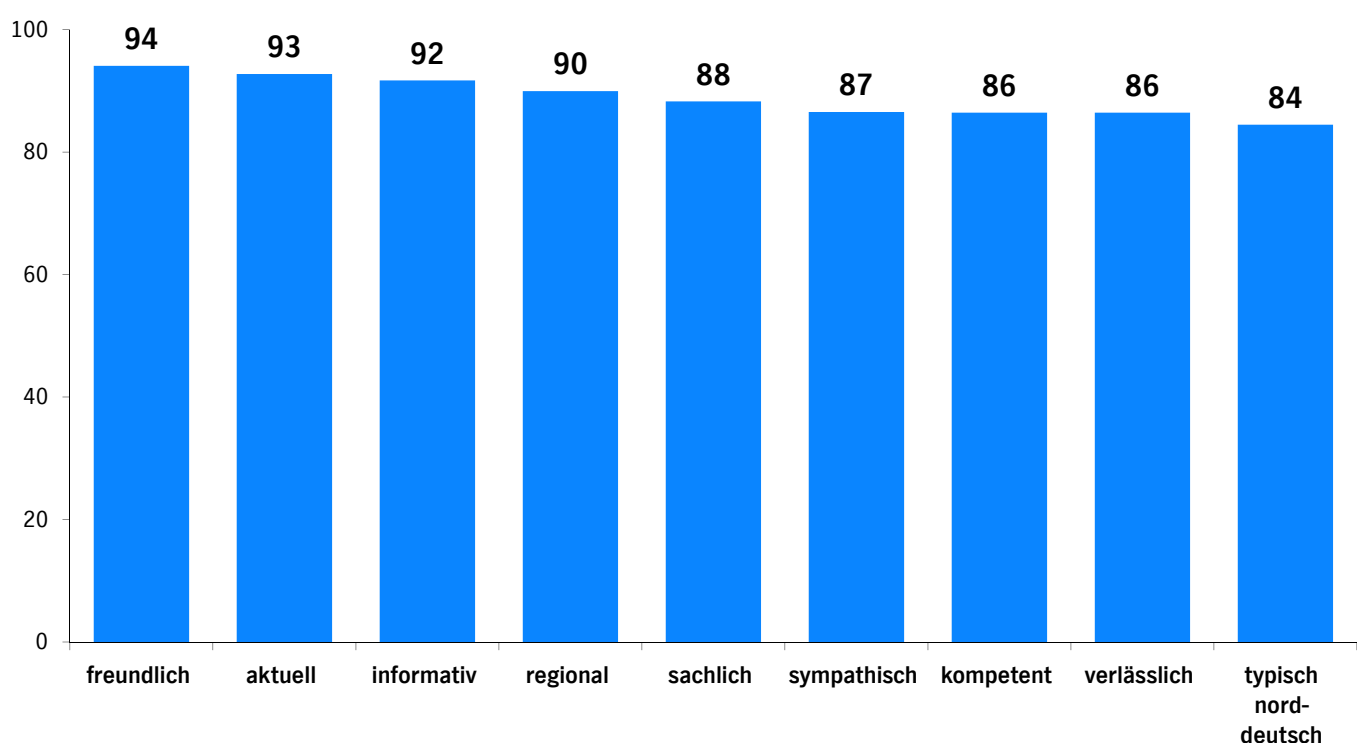


Image-Eigenschaften des NDR

Bitte sagen Sie, ob die Eigenschaft voll und ganz, eher, weniger oder gar nicht auf den NDR zutrifft. Wie ist das mit ...?

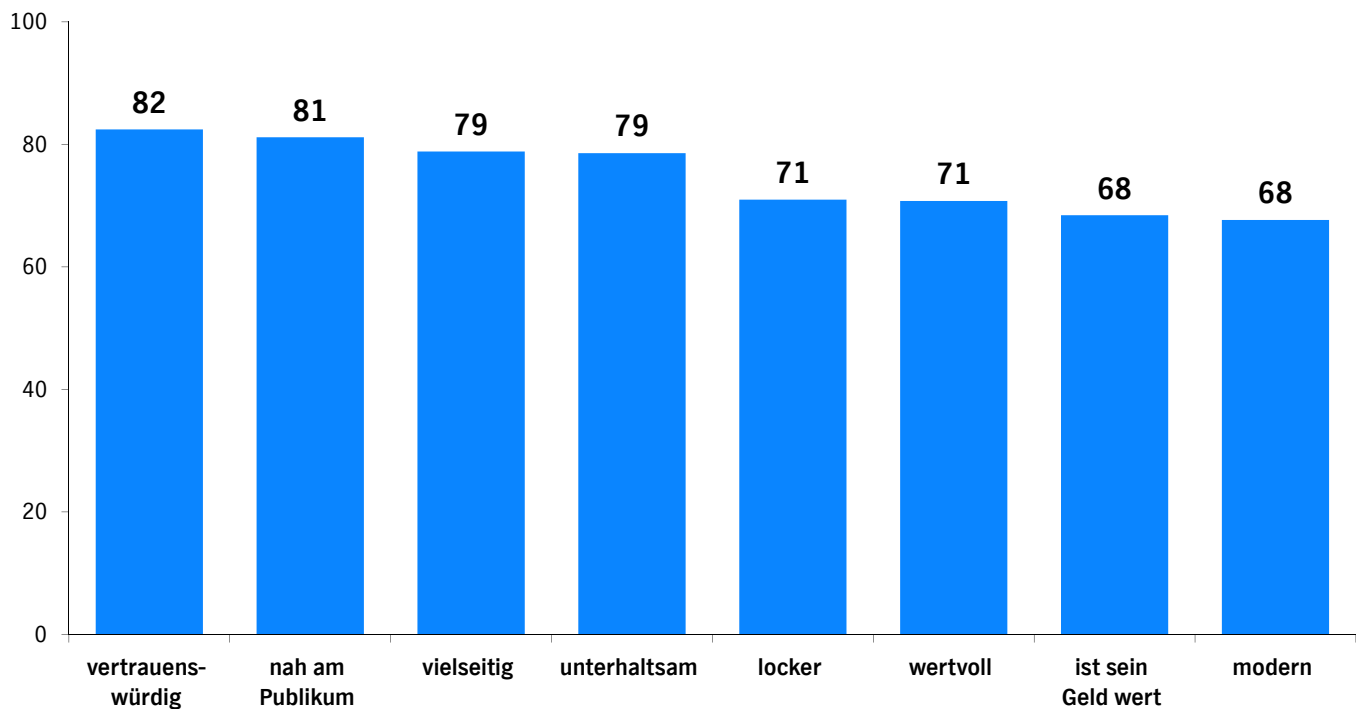
NDR Trend 2017 | Image-Eigenschaften des NDR (1)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu), NDR Gebiet



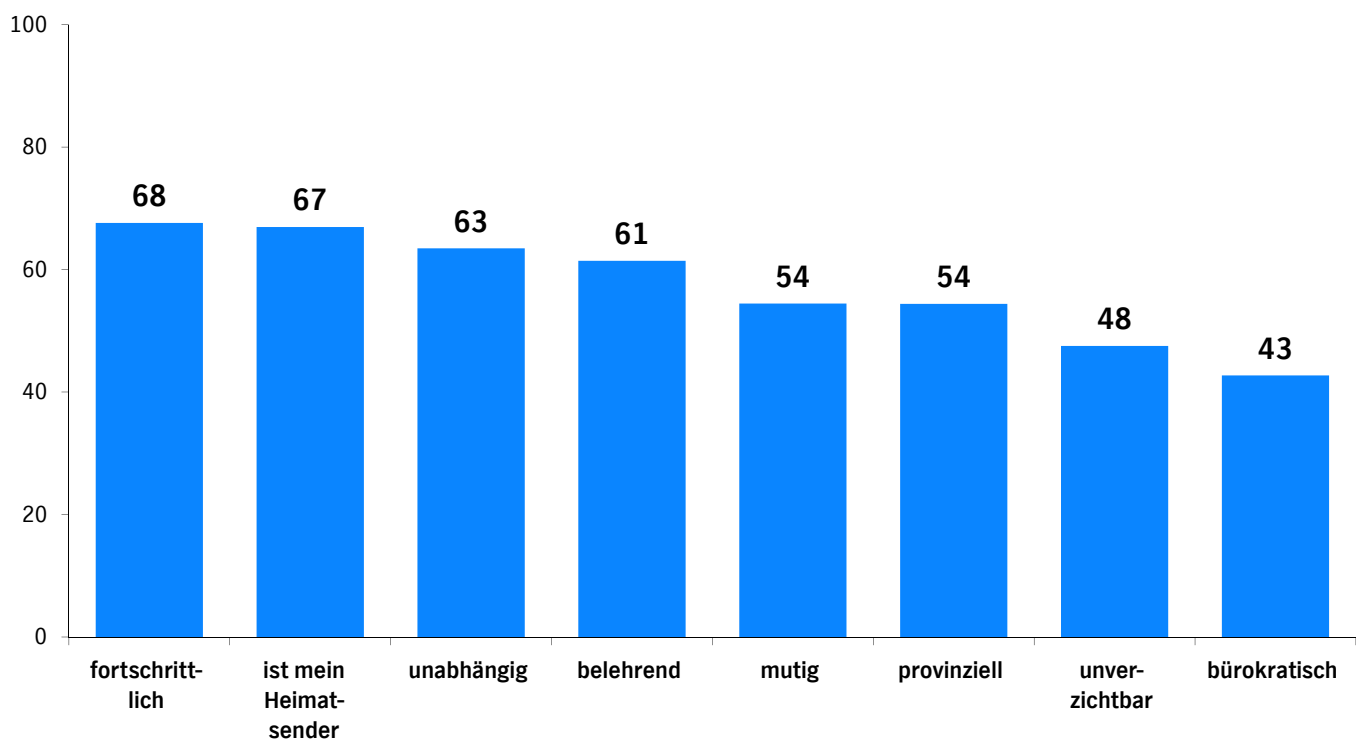
NDR Trend 2017 | Image-Eigenschaften des NDR (2)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu), NDR Gebiet



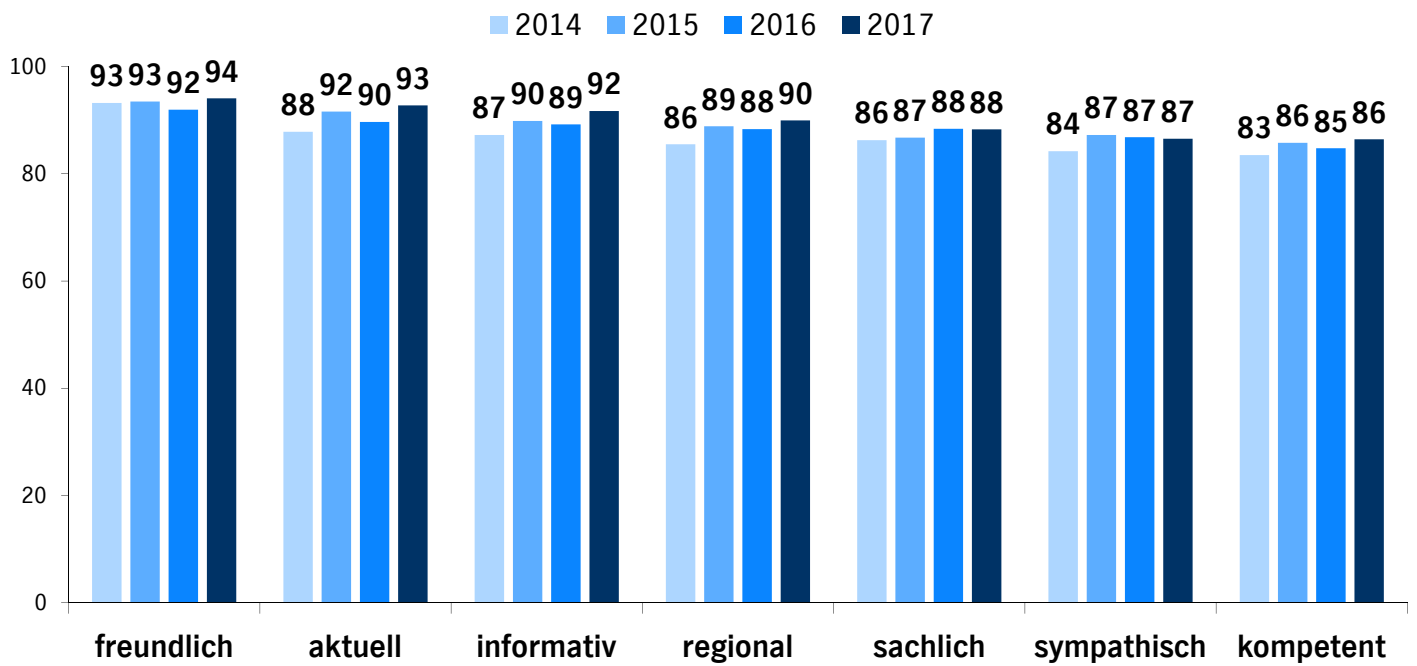
NDR Trend 2017 | Image-Eigenschaften des NDR (3)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu), NDR Gebiet



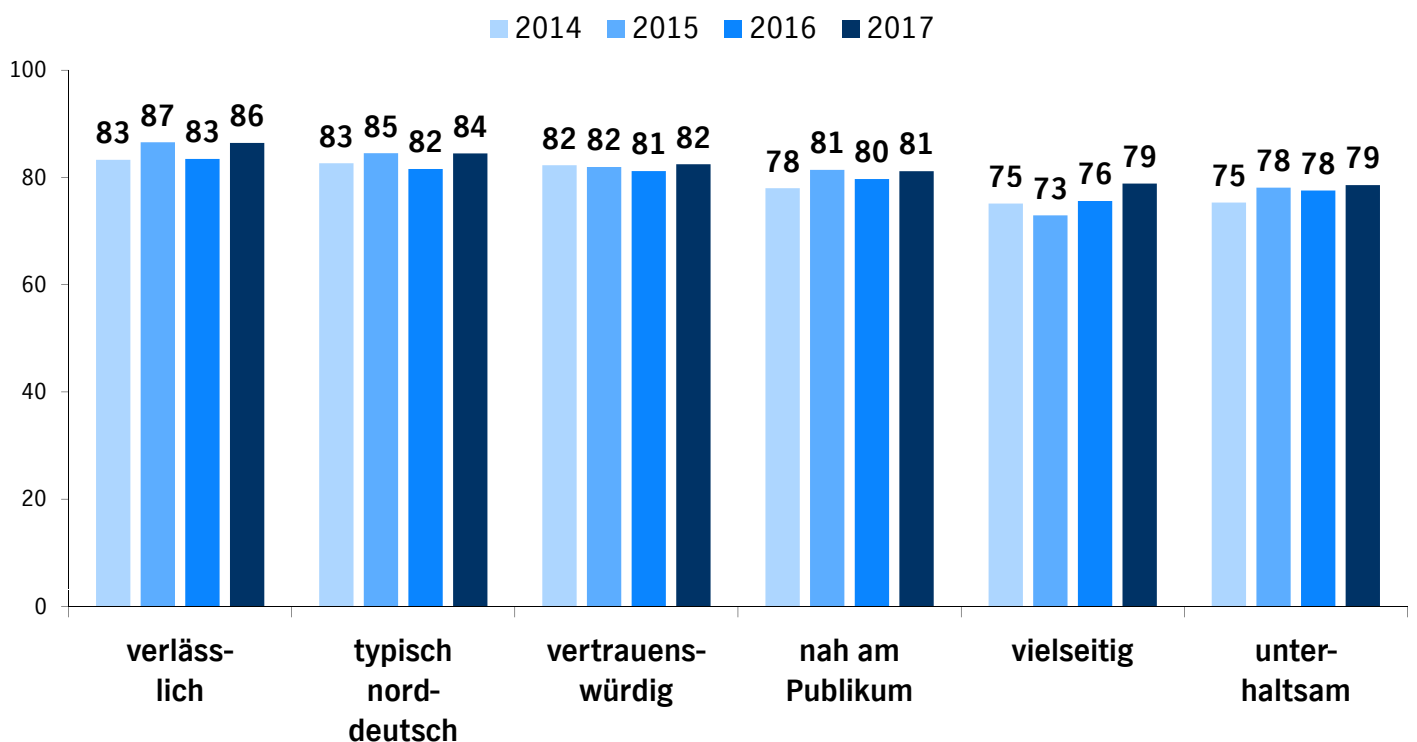
NDR Trend | Image-Eigenschaften | Entwicklung (1)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu), NDR Gebiet



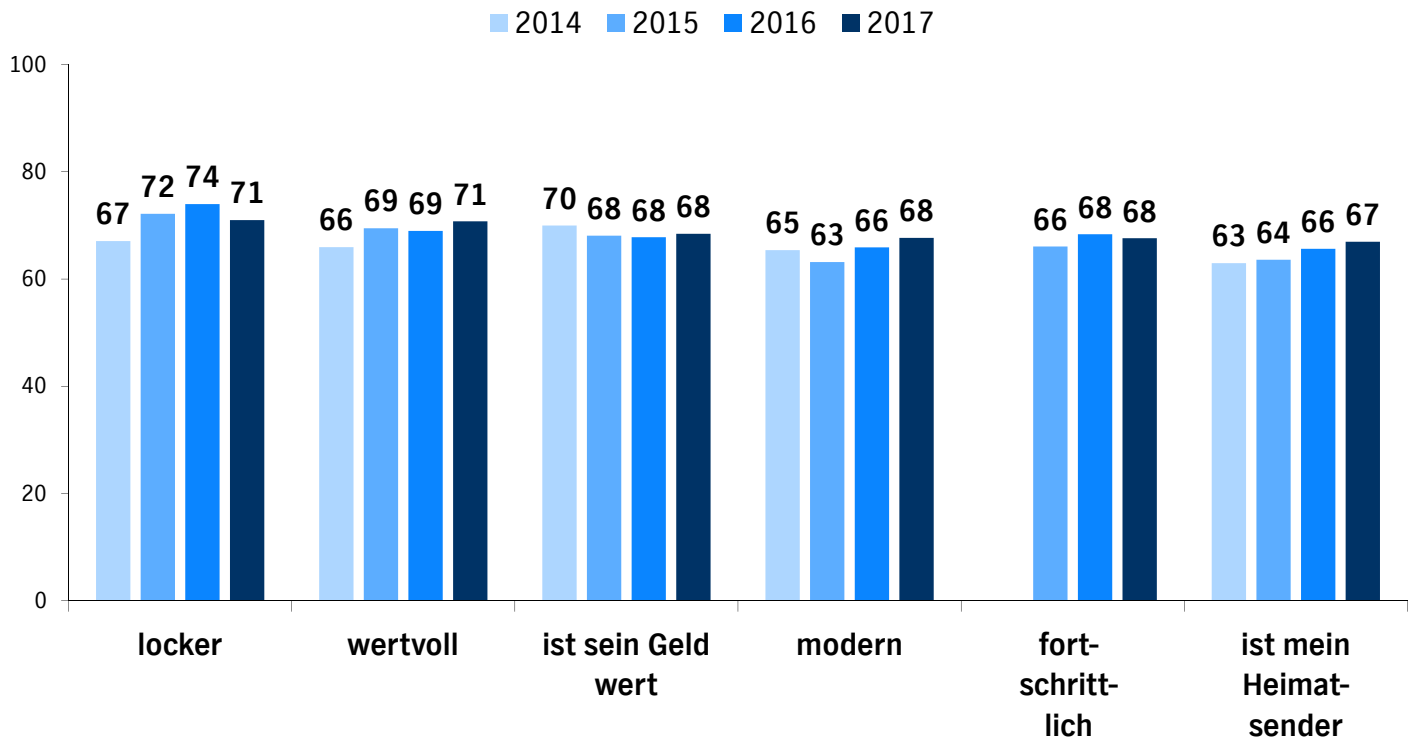
NDR Trend | Image-Eigenschaften | Entwicklung (2)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu), NDR Gebiet



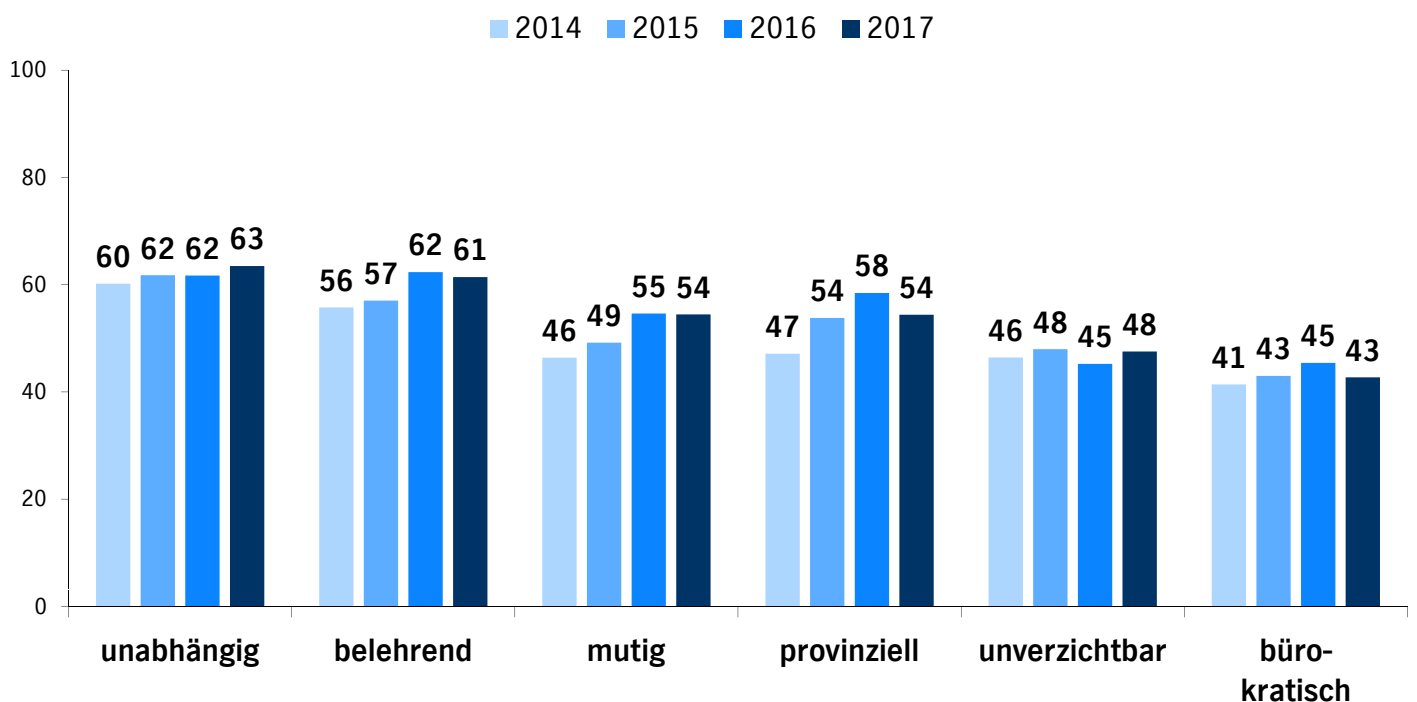
NDR Trend | Image-Eigenschaften | Entwicklung (3)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu), NDR Gebiet



NDR Trend | Image-Eigenschaften | Entwicklung (4)

in %, Bevölkerung ab 14 Jahre, Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu), NDR Gebiet



- Dem **NDR** wird mit **83 %** Zustimmung – auch im **Vergleich zu anderen Institutionen** – **weiterhin viel Vertrauen** entgegengebracht . Der Wert ist leicht gestiegen im Vergleich zu den Vorjahren (2016: 81 %, 2015: 82 %).
- Für **88 %** der Norddeutschen ist der NDR **glaubwürdig** (2016: 84 %) und für **90%** ist der NDR **der Sender für Norddeutschland** (2016: 87 %).
- Der **NDR** ist „**sein Geld wert**“ – das sagen unverändert **68 %** der Befragten. Den **NDR** sehen stabile **82 %** als **vertrauenswürdig** an.
- Der **NDR** hat nach wie vor ein sehr gutes Image. Die **TOP 5 Eigenschaften** aus Sicht der Norddeutschen sind **freundlich, aktuell, informativ, regional** und **sachlich** – mit Zustimmungswerten von **94 bis 88 %**.
- Im **Langzeittrend**, der aufgrund eines Institutswechsels nur bedingt interpretiert werden kann, **steigt** der Wert für „**ist mein Heimatsender**“, aber auch **vielseitig, wertvoll, modern** weisen eine positive Entwicklung auf.