

# NDR Image Trend 2019

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

Auftraggeber:	NDR
Institut:	GIM
Methode:	Telefonische Befragung (CATI = Computer Assisted Telephone Interview)
Zielgruppe:	Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Hamburg
Anzahl Interviews:	2.700 (n=2.400 per Zufallsstichprobe/n=300 per Boost 14-39J.)
Feldzeit:	04.09. - 09.11.2019

# Vertrauen zum NDR im Vergleich

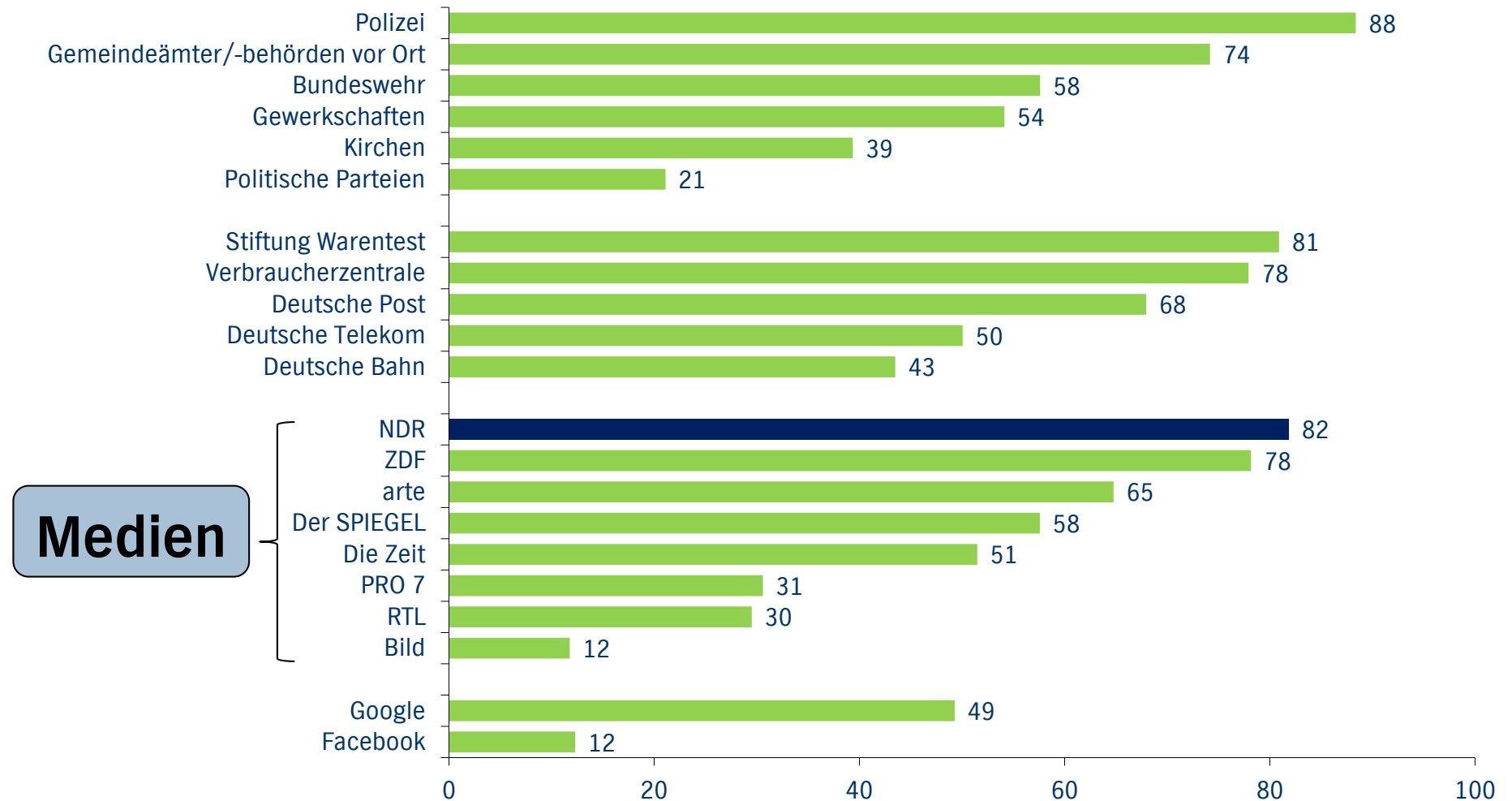
Sagen Sie mir bitte jeweils, inwieweit Sie diesen ...  
*(Firmen/Institutionen/Einrichtungen)*

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

Hinweis: Diese Frage wurde erstmalig 2013 gestellt.

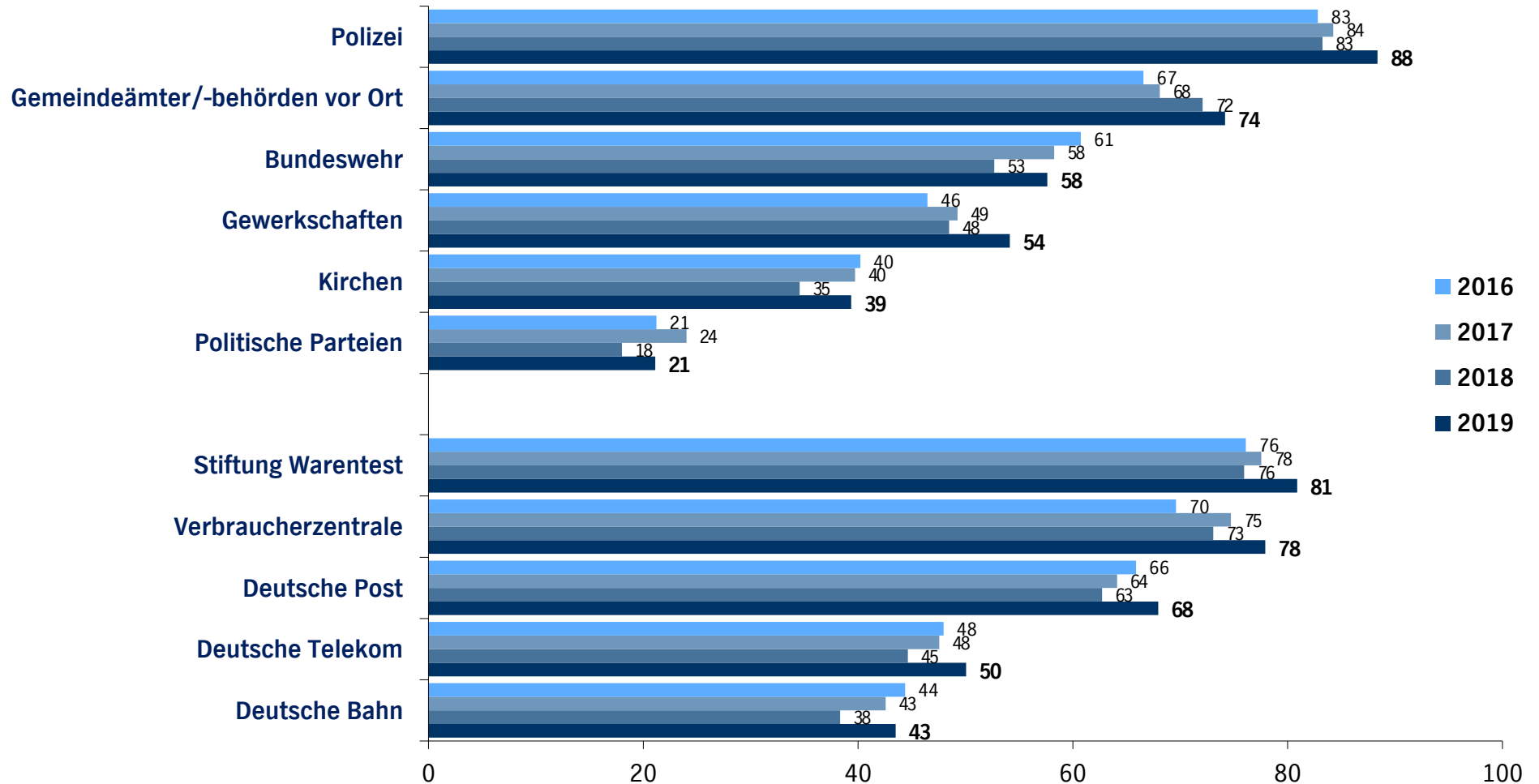
# NDR Trend 2019 | „Vertrauen in ...“

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



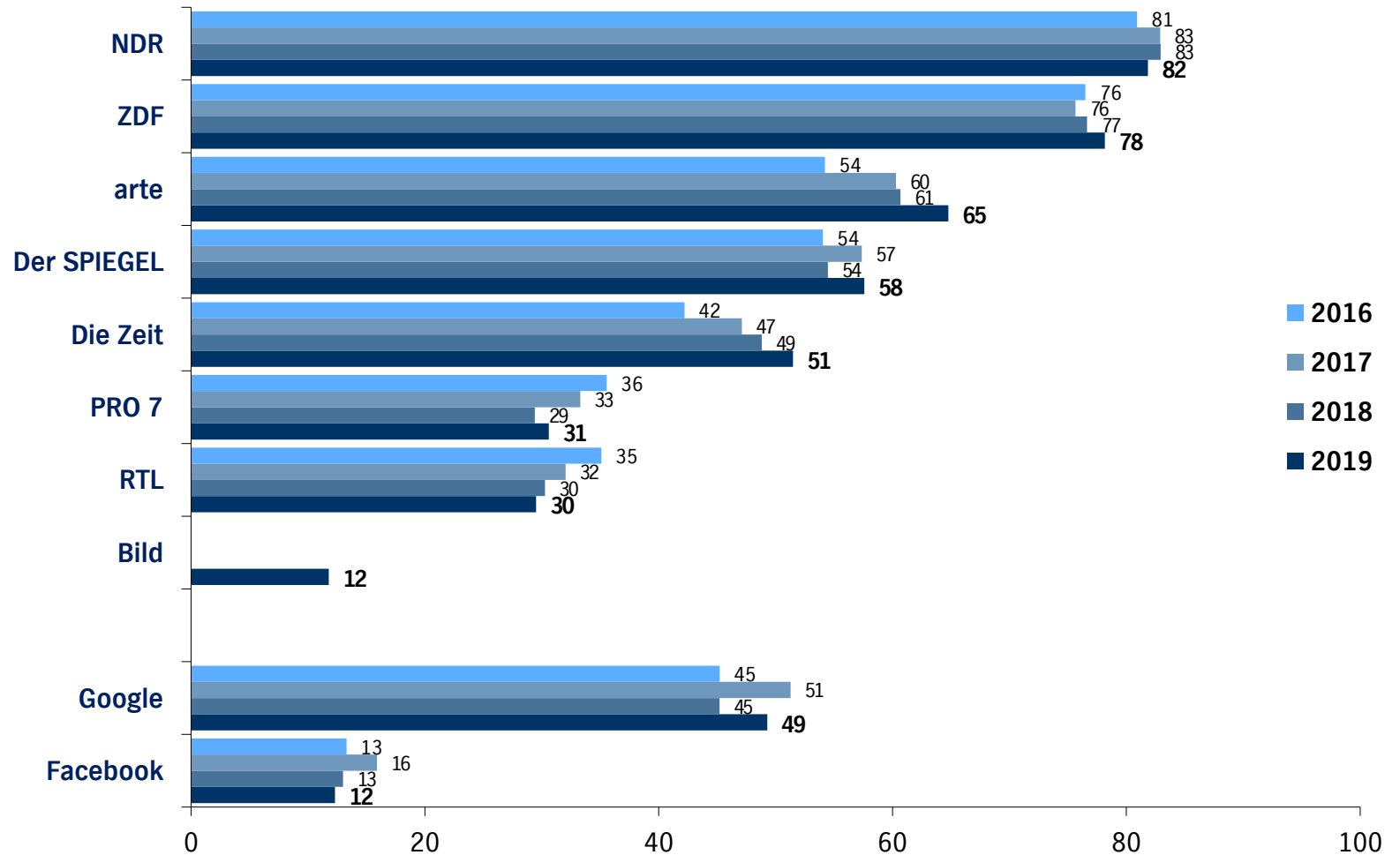
# NDR Trend | „Vertrauen in ...“ | Entwicklung (1)

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



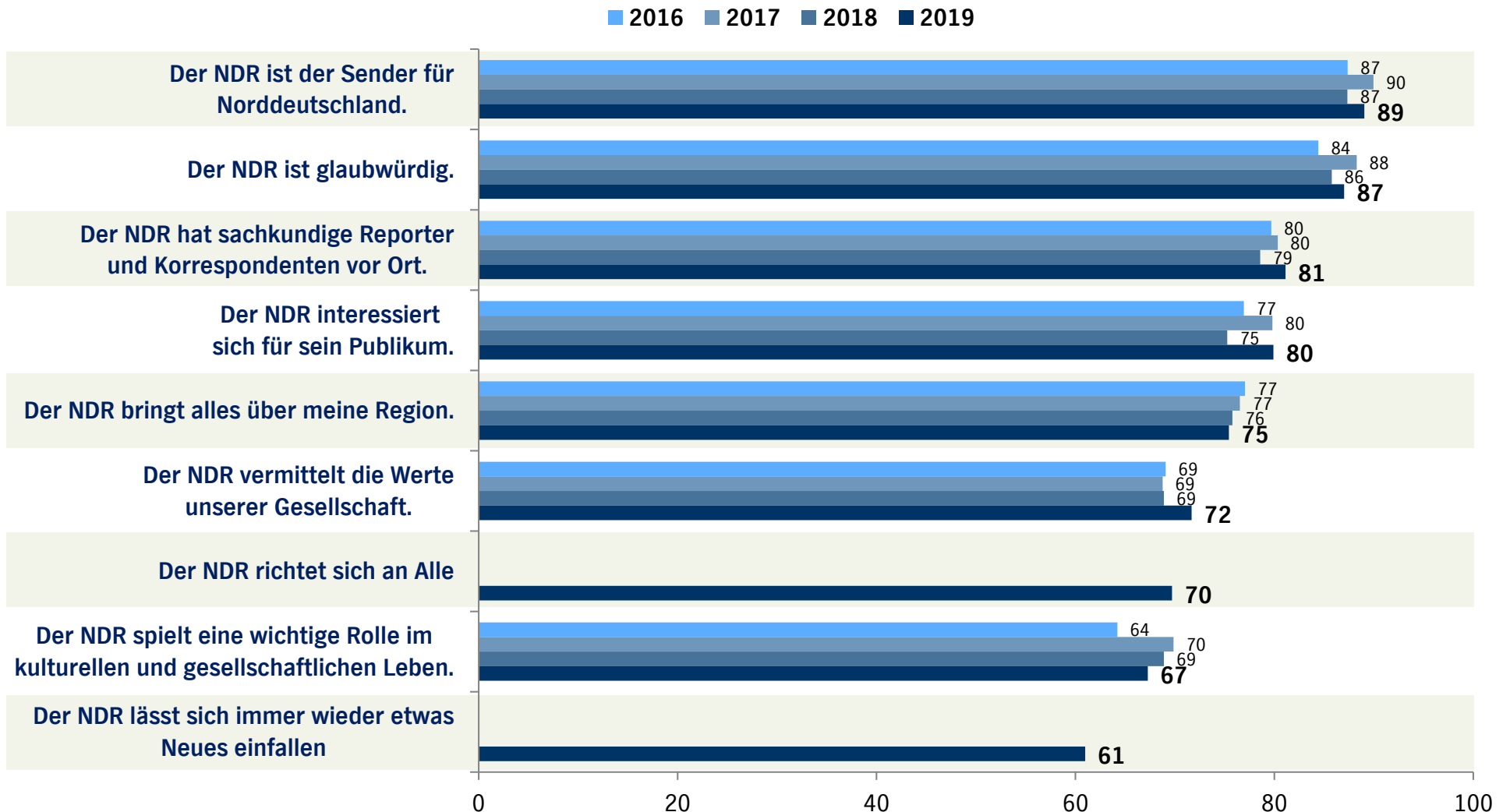
# Gesellschaftliche Wahrnehmung des NDR

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.

# Aussagen zum NDR | Entwicklung

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



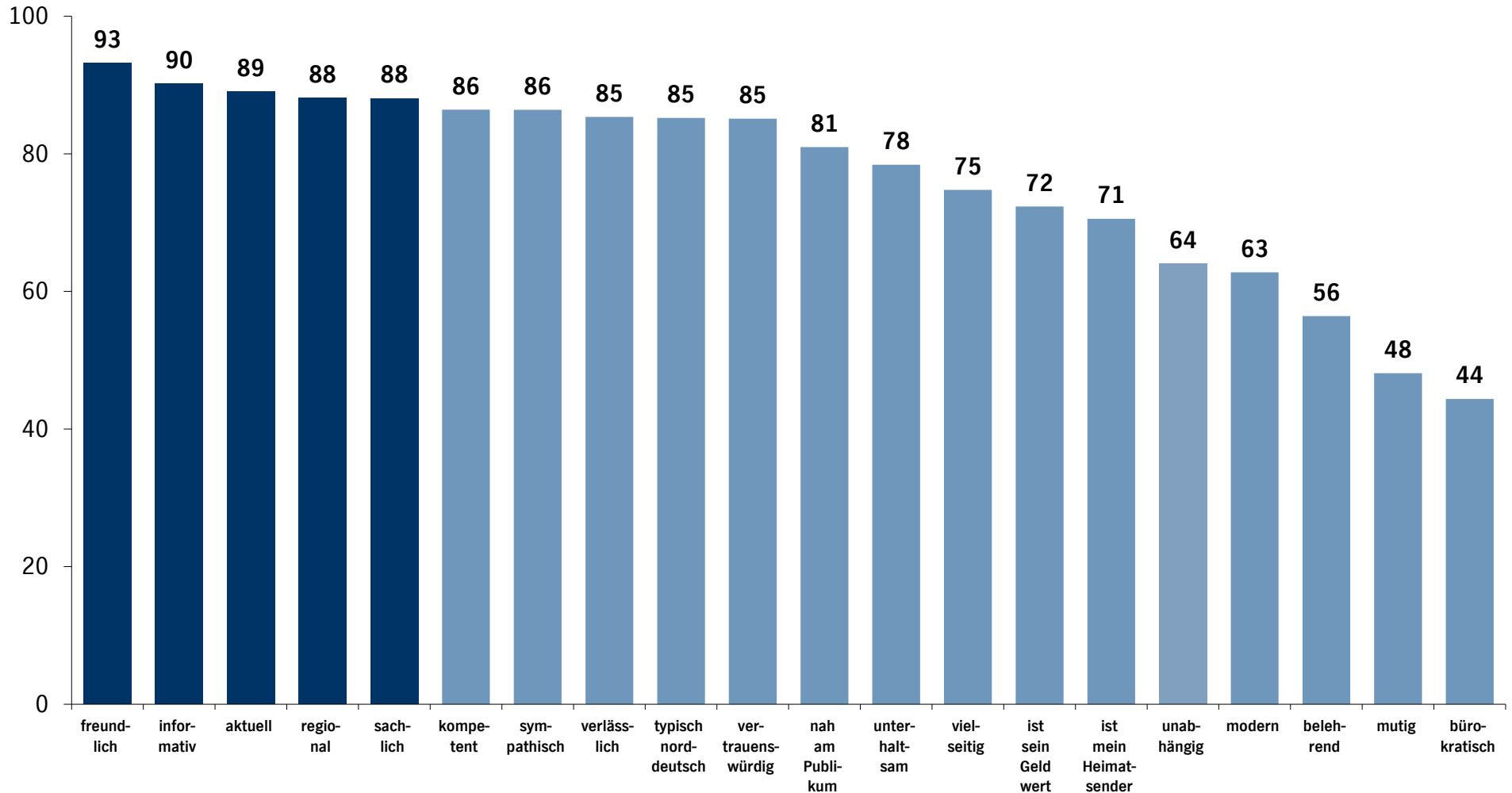


# Image-Eigenschaften des NDR

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

# Image des NDR | Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu)

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

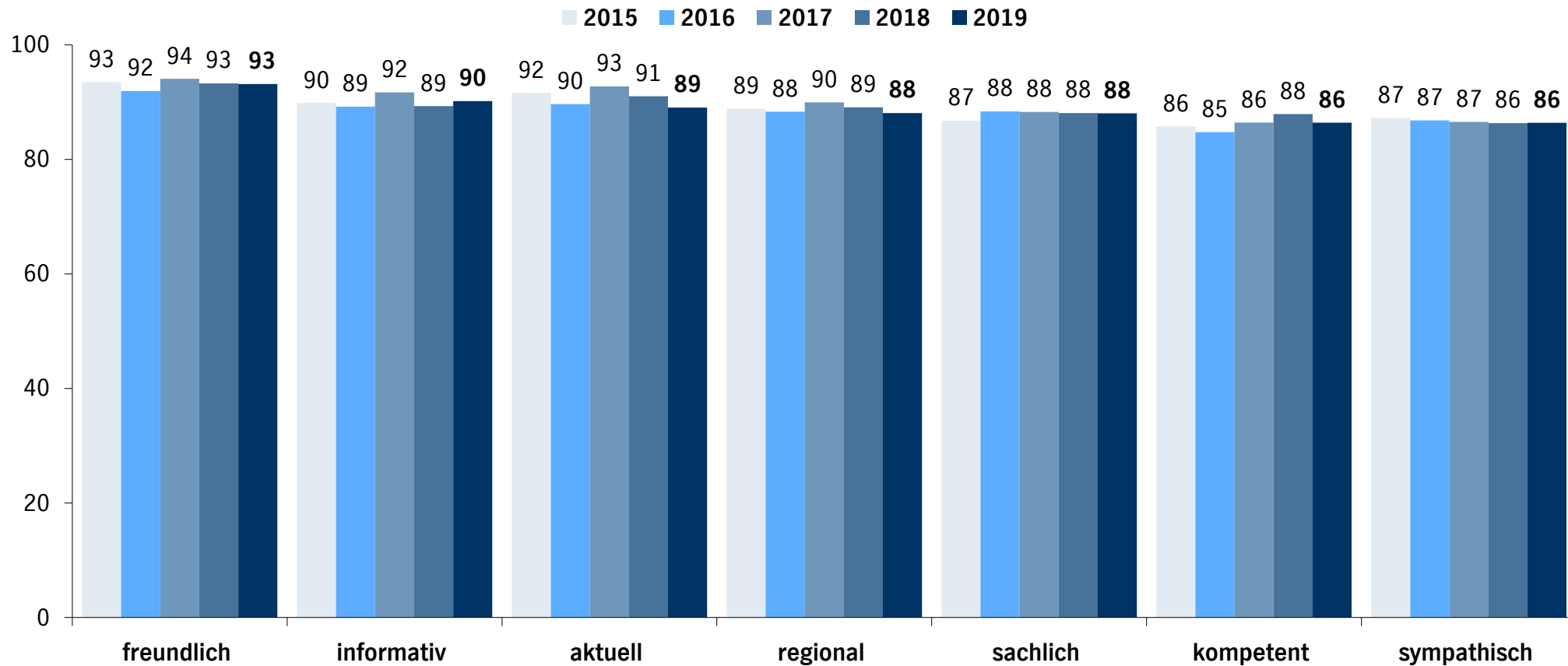


# Image des NDR | Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu)

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



## Entwicklung (1)

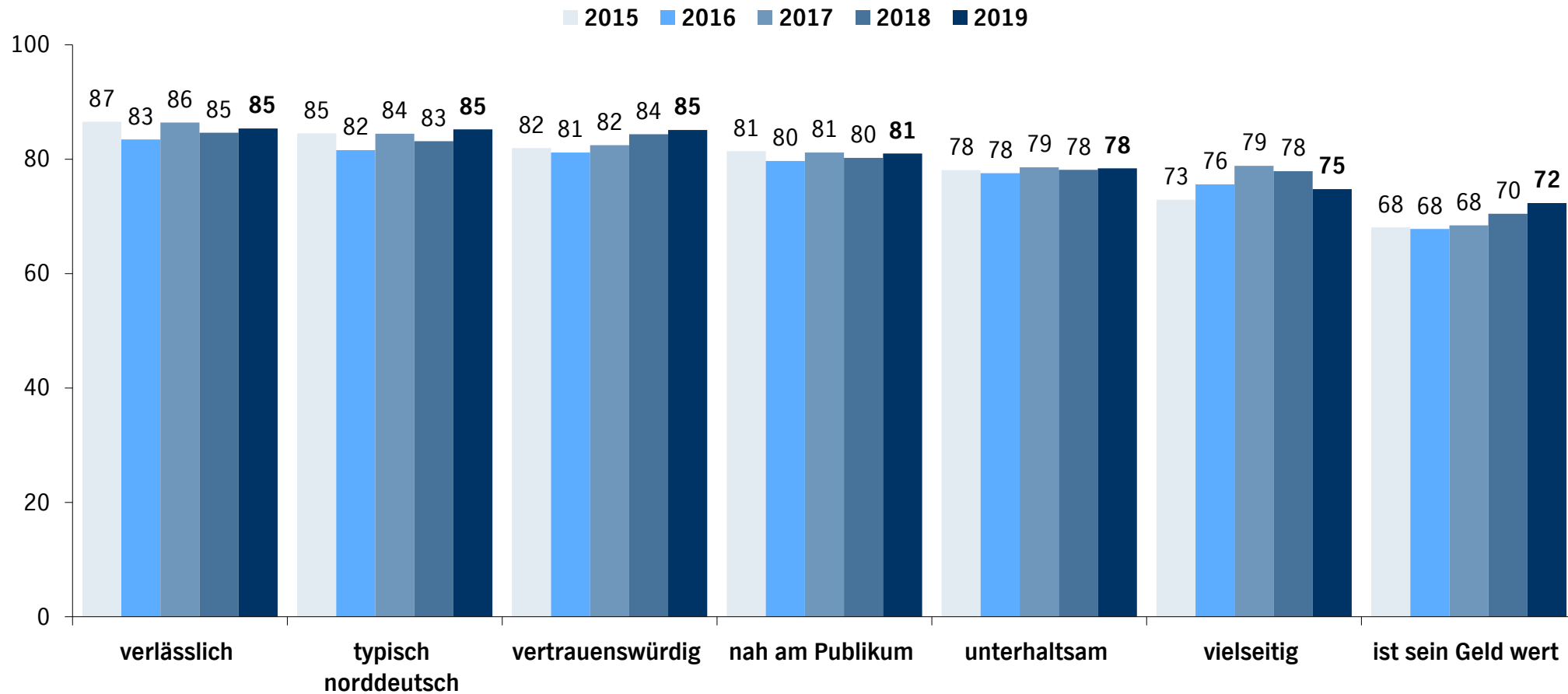


# Image des NDR | Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu)

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



## Entwicklung (2)

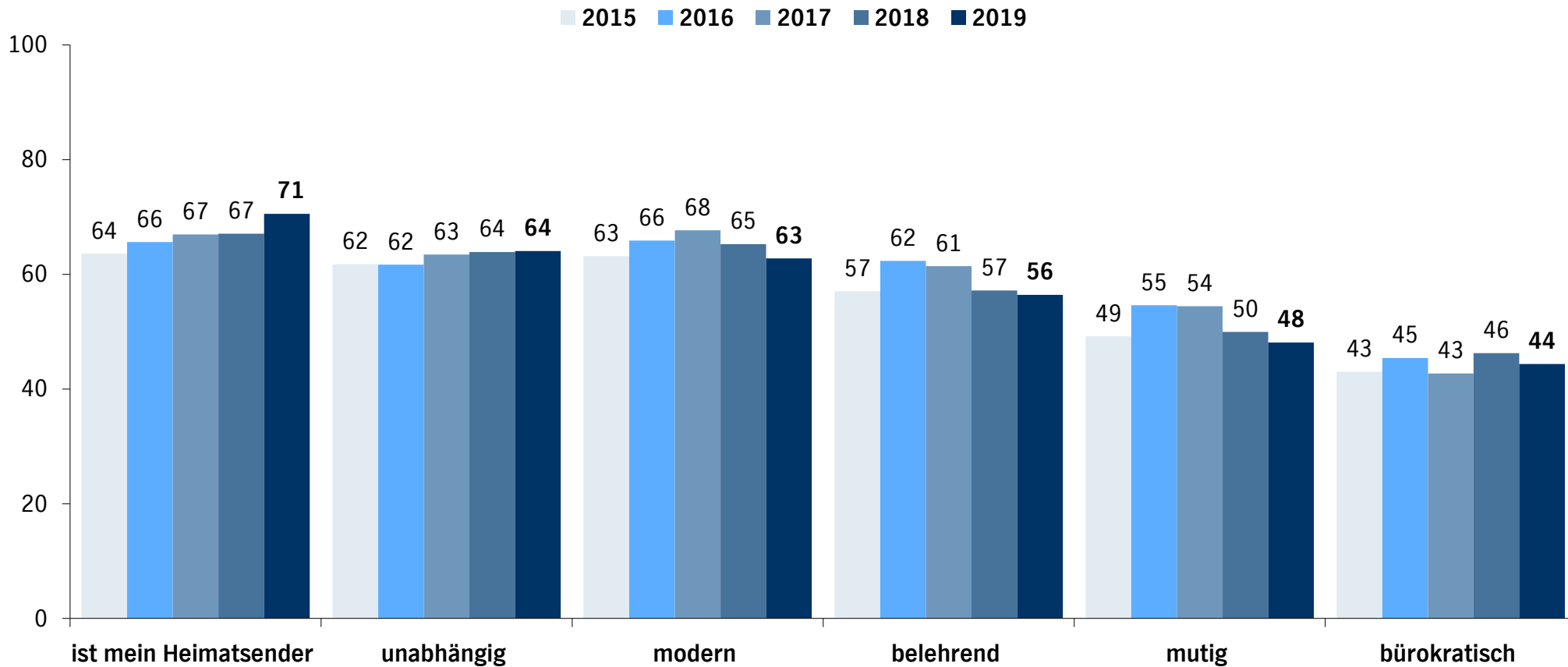


# Image des NDR | Top Two (trifft voll und ganz zu/eher zu)

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



## Entwicklung (3)



- Dem **NDR** wird mit **82 %** Zustimmung (nach der Polizei) – auch im **Vergleich zu anderen Institutionen** – **weiterhin viel Vertrauen** entgegengebracht. Der Wert ist stabil im Vergleich zu den Vorjahren (2018: 83 %, 2017: 83 %, 2016: 81 %).
- Für **87 %** der Norddeutschen ist der NDR **glaubwürdig** (2018: 86 %) und für **89 %** ist der NDR **der Sender für Norddeutschland** (2018: 87 %).
- Der **NDR** ist „**sein Geld wert**“ – das sagen **72 % der Befragten**. Damit steigt der Wert nochmals an und ist ein **Bestwert** (2018: 70 %). Den **NDR** sehen **85 %** als **vertrauenswürdig** an (2018: 84 %).
- Der **NDR** hat nach wie vor ein sehr gutes Image. Die **TOP 5 Eigenschaften** aus Sicht der Norddeutschen sind unverändert **freundlich, informativ, aktuell, regional** und **sachlich** – mit Zustimmungswerten von **93 bis 88 %**.
- Im **Langzeittrend** weisen die Items **vertrauenswürdig** und **ist sein Geld wert** eine positive Entwicklung auf. Die Eigenschaften **modern** und **mutig** sind jedoch weiter rückläufig.