

# Zielgruppenspezifische Werbung wirkt: Schwule achten besonders auf Werbung in schwulen Medien.

**Düsseldorf, 25. Juni 2009 - Das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT AG hat im Mai für den TV-Sender TIMM 520 schwule und bisexuelle Männer sowie 1.859 Community-Mitglieder von TIMM und Stammseher befragt. Die Studie zeigt, dass sich Werbung in schwulen Medien lohnt und zu einem erhöhten Käuferpotenzial beiträgt: 58% der Befragten finden Unternehmen und Marken, die in schwulen Medien werben, besonders sympathisch. 39% der Befragten vertrauen Unternehmen und Marken sogar stärker, die in schwulen Medien werben.**

Düsseldorf, 25. Juni 2009 - Das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT AG hat im Mai für den TV-Sender TIMM 520 schwule und bisexuelle Männer sowie 1.859 Community-Mitglieder von TIMM und Stammseher befragt.

Die Studie zeigt, dass sich Werbung in schwulen Medien lohnt und zu einem erhöhten Käuferpotenzial beiträgt: 58% der Befragten finden Unternehmen und Marken, die in schwulen Medien werben, besonders sympathisch. 39% der Befragten vertrauen Unternehmen und Marken sogar stärker, die in schwulen Medien werben.

Die „Double Income No Kids“-Zielgruppe verfügt über ein hohes Haushaltsnettoeinkommen: In rund 70% der Zweipersonenhaushalte sind beide im Haushalt lebenden Personen berufstätig. Diese attraktive Zielgruppe bevorzugt auch beim Einkauf „schwulenfreundliche“ Marken: Rund ein Drittel aller Befragten kauft bevorzugt Marken, die in schwulen Medien beworben werden.

Diese Präferenz korreliert positiv mit der Höhe des Einkommens, das heißt je höher die Einkünfte, desto stärker werden „schwulenfreundliche“ Marken gekauft.

Weiterführende Informationen erhalten Sie bei der DFW Deutsche Fernsehwerke GmbH oder der INNOFACT AG.

---

## **Unternehmensinformation / Kurzprofil:**

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der Kompetenz zu Offline-Befragungen verfügt INNOFACT seit 1998 über verschiedene eigene Onlinepanel aus dem Consumer- und B2B-Bereich. Im Consumerpanel der INNOFACT AG stehen über 300.000 Verbraucher für Befragungen in Deutschland, der Schweiz und Österreich zur Verfügung. Damit gehört das Institut zu den führenden europäischen Anbietern von Online-Marktforschung. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus fast allen Branchensegmenten, z.B. für Markenartikler, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Consultants oder Medien.

[www.INNOFACT.de](http://www.INNOFACT.de)

Über TIMM:

TIMM ist der erste TV-Sender für schwule Männer in Deutschland und wird von der DFW Deutsche

Fernseherke GmbH betrieben, deren Gesellschafter die IBB Beteiligungsgesellschaft mbH (über den von ihr verwalteten VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin GmbH), die south&browse GmbH und die VGM Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG sind. Empfang von TIMM via Satellit über Astra Digital, im analogen Kabel von Kabel Deutschland (Berlin), Netcologne (Köln), Telecolumbus (Berlin, Potsdam), Unitymedia (Süd Hessen) im digitalen Kabel von Kabel Deutschland, T-Home, Unitymedia, Kabel BW, Telecolumbus, Netcologne sowie über IP TV bei Alice Home TV, Arcor und im Internet als Livestream auf [www.timm.de](http://www.timm.de) und über zattoo. Weitere Kabelnetze sind in Vorbereitung.  
[www.timm.de](http://www.timm.de)

---

**Weitere Infos zur Pressemeldung:**

<http://www.innofact.com>

---

**Diese Seite kommt von**

<http://www.firmenpresse.de>

**Die URL für diese Seite ist:**

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo98226.html>