

## Von wegen „guilty pleasure“ der Intellektuellen: Vor allem Arbeitssuchende und Rentner interessieren sich für das Dschungelcamp

**Hamburg, 24. Januar 2019** – Das Dschungelcamp flimmert seit nunmehr 13 Staffeln jedes Jahr im Januar über die Bildschirme der deutschen Fernsehzuschauer und gilt zudem als eine Art „guilty pleasure“ der Intellektuellen. Nicht umsonst wurde das Format sogar schon für den renommierten Grimme-Preis nominiert. Ein genauerer Blick auf diejenigen, die sich am meisten für die Dschungel-Show interessieren, bestätigt dieses Image allerdings nicht. Es zeigt sich vielmehr, dass überproportional Arbeitssuchende und Rentner zu den Dschungel-Fans zählen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Analyse des Datenspezialisten [emetriq](#).

Die Auswertung der emetriq Audience Insights zeigt die Verteilung von Internetnutzern mit Interesse am Dschungelcamp im Vergleich zu dem emetriq Datenpool.\* Der Datenexperte vergleicht die Merkmale Geschlecht, Alter, Haushaltsnettoeinkommen sowie Affinität und analysiert zudem die Familien-, Bildungs- und Job-Status der User.

### **Das Dschungelcamp ist bei (Früh-)Rentnern besonders beliebt, für Millennials eher reizlos**

Nach der emetriq-Analyse sind der verhältnismäßig größte Anteil der Dschungel-Interessierten Rentner (20 Prozent). Dicht dahinter liegen arbeitssuchende User (19 Prozent). Außerdem zeigt die Auswertung, dass der gemeine Dschungel-Fan zwischen 40 und 49 Jahren alt ist. In der jüngeren Vergleichsgruppe der 20- bis 29-Jährigen fällt das Interesse an der Show eher gering aus: Nur 10 Prozent der User in dieser Altersgruppe finden im Dschungelcamp Vergnügen. Und es schauen mehr Frauen (56 Prozent) als Männer (44 Prozent) zu.

### **Dschungel-Fans sind der Boulevardpresse zugetan, interessieren sich aber auch für Kunst & Kultur**

Der Datenspezialist wirft zudem einen Blick auf die Affinitäten der IBES-Freunde. So interessieren sie sich besonders für Boulevard-Themen. Das dürfte wenig überraschen. Allerdings beobachteten die Analysten eine ähnlich hohe Überschneidung mit denen, die sich für Kunst und Kultur begeistern – was dann doch wieder irgendwie auf den Ruf der Intellektuellen-„guilty pleasure“ einzahlt. Das Desinteresse an der Dschungelshow ist übrigens bei DIY-Freunden am größten.

\* Die Auswertung der emetriq Audience Insights zeigt die Verteilung von Internetnutzern mit Interesse am Dschungelcamp im Vergleich zu dem emetriq Datenpool. Die Auswertung bezieht sich **NICHT** auf die tatsächlichen TV-Zuschauer der Sendung oder auf die Nutzungszahlen einzelner Online-Angebote.

+++

**Bildmaterial** (Bildnachweis: emetriq)

[Infografik: Dschungelcamp 2019: Wer sind die größten IBES-Fans?](#)

## **Über emetriq**

emetriq macht Online-Werbung relevanter, präziser und fairer. Die Telekom-Tochter ist Initiator der größten Datenallianz für die deutsche Werbewirtschaft. So bündelt das Hamburger Unternehmen die Daten der führenden deutschen Daten-Lieferanten und Webseiten und ermöglicht Werbetreibenden einen fairen Zugang zu Zielgruppeninformationen in einzigartiger Qualität und Quantität. Publisher sowie Datenanbieter können auf diese Weise ihre eigenen Informationen monetarisieren und veredeln.

Auf Basis des Datenpools entwickelt das 90-köpfige Team datengetriebene Lösungen, die für mehr Effizienz im Mediaeinkauf sorgen. Dazu gehören u.a. hochwertige, reichweitenstarke Zielgruppensegmente für intelligentes Targeting sowie Branding- und Performance-Kampagnen basierend auf programmatischem Media-Buying. Namhafte Unternehmen und Agenturen wie bonprix und Amnet Group, führende AGOF-Vermarkter wie G+J EMS und BurdaForward Advertising sowie Datenlieferanten wie die GfK und Payback setzen auf die Zusammenarbeit mit emetriq. [www.emetriq.de](http://www.emetriq.de)

## **Pressekontakt**

Agentur Frau Wenk +++ GmbH  
Tel.: +49 (0) 4032904738-0  
E-Mail: [emetriq@frauwenk.de](mailto:emetriq@frauwenk.de)

emetriq GmbH  
Sandra Ceko, Marketing & PR Manager  
Tel.: +49 (0) 40 80813-7091  
E-Mail: [s.ceko@emetriq.com](mailto:s.ceko@emetriq.com)  
[www.emetriq.com/presse](http://www.emetriq.com/presse)