



Printwerbung:
Der Schlüssel zum Erfolg?

somedia
PROMOTION

Die Macht der Printmedien.

9 Argumente, weshalb Zeitungswerbung auch in digitalen Zeiten erfolgreich ist.

Printmedien bieten Glaubwürdigkeit, hohe Reichweiten und hervorragende Kontaktqualitäten. Und: Werbung in Zeitungen ist gern gesehen. Hier präsentieren wir 9 starke Argumente, die aufzeigen, wieso sich Zeitungswerbung in jeder Medienplanung auszahlt.

1 PRINT ERZIELT MEHR REICHWEITE

Mit Printmedien lässt sich kurzfristig fast die gesamte Bevölkerung erreichen.

National, regional, lokal. Das vielfältige Titelangebot in der Schweiz erlaubt eine geographische, soziodemografische oder konsumbezogene Zielgruppenansprache.

2 GLAUBWÜRDIG & INFORMATIV

Der Werbung in Printmedien schenkt man Glauben. Deutlich mehr als in allen anderen Medien. Und Printmedien machen aus Werbung Information. Das schafft beste Voraussetzungen für den Werbeerfolg.

3 PRINTMEDIEN BEEINFLUSSEN DEN EINKAUFSZETTEL

Zeitungen und Zeitschriften gehören zu den häufigsten Informationsquellen, wenn es um den Einkauf geht. Zum Beispiel bei Lebensmitteln und Getränken informieren sich 57 Prozent in Zeitungen oder Zeitschriften über die aktuellen Angebote.

4 PRINT FINDET, BEVOR MAN SUCHT

Nicht der ganze Medienalltag des Menschen besteht aus zielgerichteten Suchanfragen. Häufig wird man durch Werbung in Zeitungen und Zeitschriften auf interessante Angebote aufmerksam. Das trifft in hohem Masse auch auf Stellen- und Immobilieninserate zu. Nicht immer ist man aktiv auf der Suche. Aber aktiv beim Lesen.

5 ANZEIGEN WIRKEN MEHRFACH

Einmal ist zweimal. Zeitungen haben gegenüber anderen Medien einen grossen Vorteil: Sie werden von ihrer Leserschaft mehrfach genutzt. Die Pick-up-Analyse der MA Leader der WEMF zeigt, dass Printmedien, je nach Art der Titel, 1,5- bis 2,2-mal zur Hand genommen werden.

6 LOKALE VERANKERUNG

Zeitungen erreichen in ihrem Einzugsgebiet bis 80 Prozent der Bevölkerung. Sie sind für die Bewohner nach wie vor das mit Abstand wichtigste Medium zur Orientierung und gelten als Sprachrohr der Region. Die klar definierten Streugebiete Regionalpresse minimieren die Streuverluste und machen die Gattung besonders attraktiv.

7 AUCH ONLINE DIE ERSTE ADRESSE

Printmedien werden gedruckt, online und mobil intensiv genutzt. Sie vermitteln eine hohe Glaubwürdigkeit – auch in Bezug auf die darin geschaltete Werbung. Gemäss der Total-Audience-Studie der WEMF nutzt mehr als jeder dritte Leser von printbasierten Medienmarken auch deren Onlineangebot.

8 BEI PRINT WEISS MAN, WAS MAN BEKOMMT

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser. Die WEMF AG für Werbemedienforschung sorgt als neutrale und unabhängige Branchenforschungsorganisation für zuverlässige Transparenz im Schweizer Medienmarkt.

9 PRINTWERBUNG IST WILLKOMMEN

Werbung, die stört, hat einen schweren Stand. Adblocker, Stoppleber oder Wegzappen verhindern, dass Werbetreibenden ankommen. Längst nicht jede Werbeform ist wirklich akzeptiert. Das erschwert die Werbewirkung. Bei den Printmedien ist die Werbung ein integrierter Bestandteil und profitiert vom redaktionellen Umfeld.