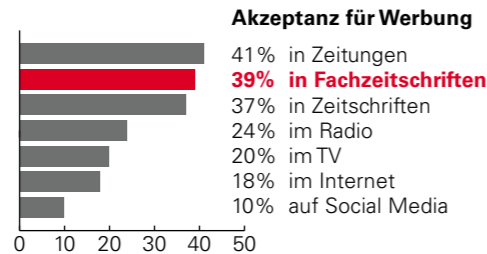


# Der Faktencheck für **Printwerbung**.

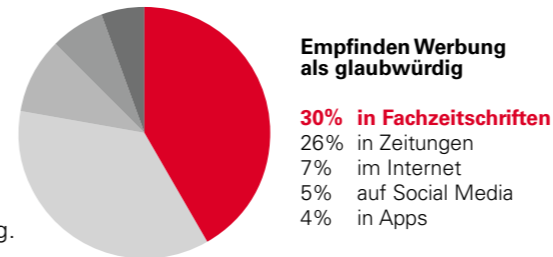
## 1 Hohe Akzeptanz

Leserinnen und Leser akzeptieren Werbung in Printmedien viel besser als auf digitalen Kanälen. Fachzeitschriften schneiden nach Zeitungen am Besten ab.



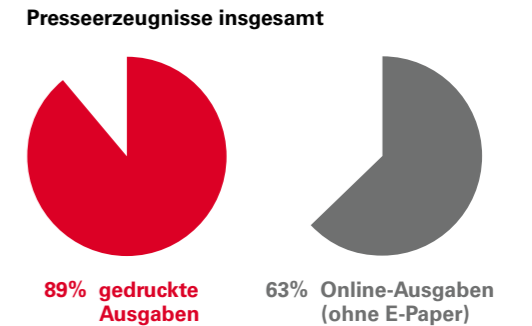
## 2 Grosse Glaubwürdigkeit

Der Werbung in Printmedien schenkt man Glauben. Deutlich mehr als in allen anderen Medien. Glaubwürdigkeit schafft beste Voraussetzungen für den Werbeerfolg.



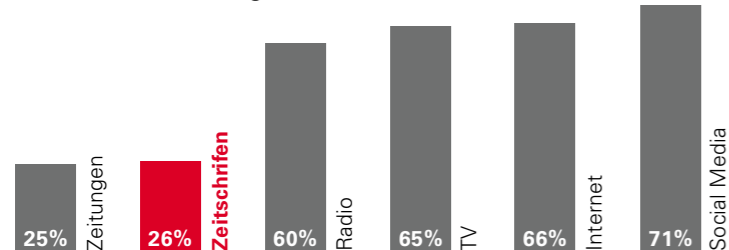
## 3 Tägliche Nutzung

Fast 90% der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen täglich Presseerzeugnisse.



## 4 Fachzeitschriften weit vorne

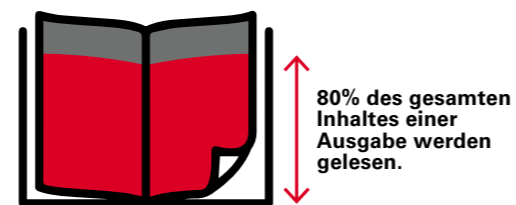
Inserate in Zeitschriften stören im Vergleich zu allen anderen Medien fast am wenigsten!



Anteil Personen, die Werbung in den aufgeführten Medien als störend empfinden.

## 5 Beliebte Inhalte

Die Lesemenge in der Spezialpresse ist beeindruckend hoch:



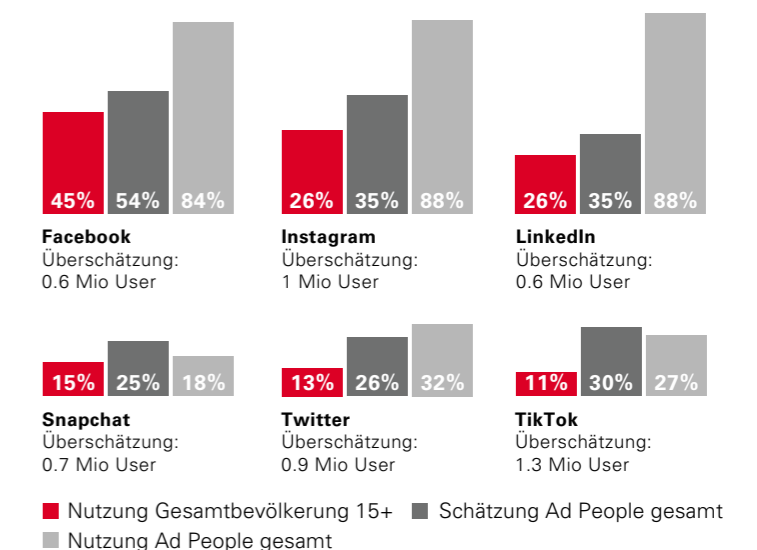
## 6 Sichtbarkeit

Printmedien kennen keine Adblocker.



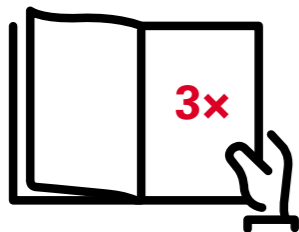
## 9 Social Media: Stark überschätzt

Ad People überschätzen die Nutzung von Social Media deutlich, da sie diese selber stark nutzen. Die Gesamtbevölkerung nutzt Social Mediakanaelen hingegen bis zu dreimal weniger als die Marketing- und Mediaprofis.



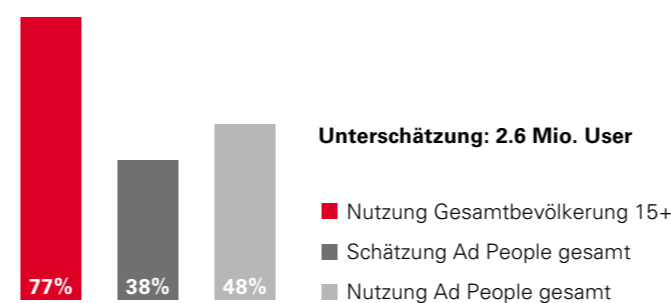
## 7 Mehrere Pick-ups

Spezialpresse ist relevant. Lesende nehmen eine Ausgabe mehrmals in die Hand – durchschnittlich 3 Mal.



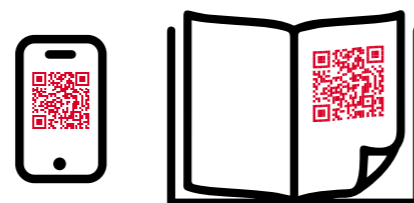
## 8 Print: Viel mehr als vermutet

Nutzung und Schätzung – gedruckte Zeitschriften. Diese werden von doppelt so vielen Leserinnen und Lesern genutzt wie von Ad People geschätzt.



## 10 Kopplung mittels QR = dual

Verknüpfung von analoger und digitaler Welt. Aus nur lesen oder nur sehen wird ein multimediales Erlebnis.



Mit freundlicher Genehmigung von FACHMEDIEN RAPPERSWIL

Quellen:  
Die Zahlen der Punkte 1, 2 und 4 entstammen der WEMF MACH Consumer 2021. (Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren)  
Zahlen Punkt 3: aus WEMF MACH Basic 2021, NET-Matrix Profile 2020-1  
Zahlen der Punkte 5 + 7: aus WEMF MACH Basic 2021-2, Hobby (1340/3150)  
Zahlen der Punkte 8 + 9: Ad People: GB/IGEM: Media Bias – Mediennutzung der Marketing- und Medienprofis im Vergleich zur Schweizer Bevölkerung (ab 15 Jahren), 2021. Bevölkerung: IGEM-Digimonitor 2021 / für Zeitungen und Zeitschriften: MA-Stratety 2020. Abbildung des Regular Usership (RUS = regelmässige Nutzung/mind. 3 von 6 aufeinanderfolgende Ausgaben, die gelesen oder durchgeblättert werden.)