

PRINT WIRKT – Deshalb ist Printwerbung eine gute Wahl für Ihr KMU



Printwerbung – also Inserate in gedruckten Zeitungen und Magazinen – ist immer noch eine der bedeutendsten Werbegattungen in der Schweiz. Und Printmedien überzeugen nach wie vor mit starken Eigenschaften: Man glaubt und vertraut ihnen, weil man sie aktiv auswählt, kauft oder abonniert. Die Leserinnen und Leser erhalten alle Informationen aus einer Hand – die Verbindung zur Leserschaft ist über unzählige Kontakte gewachsen, man kennt die Marke, weiss, was einen erwartet und freut sich darauf.

Von dieser Stärke profitieren die Werbekundinnen und -kunden: Kein anderes Medium zieht die volle Aufmerksamkeit der Leserinnen und Leser derart ungeteilt und intensiv auf sich wie eine gedruckte Publikation. Werbung in Printmedien wird positiv wahrgenommen sowie als glaubwürdig und informativ empfunden. Die Glaubwürdigkeit der journalistischen Inhalte verhilft der Werbung zu starker Akzeptanz. Es kommt hinzu, dass immer noch über 87% der Bevölkerung täglich ein Printprodukt lesen und so auch die Reichweite garantiert ist.

Der richtige Printtitel für Werbung in Ihrer Region

Goldbach bietet Ihnen über 50 nationale und regionale Tageszeitungen sowie themenspezifische Magazine, wo Ihre Werbeinserate die Menschen in Ihrer Region erreicht. Dass es sich auch in Zukunft lohnt, auf Print zu setzen, sehen die beiden Goldbach-Vermarktungsprofis Séverine Hubatschek (Managing Director, 20 Minuten Advertising) und Thierry Furrer (Managing Director, Goldbach Publishing) so:

«20 Minuten glaubt an die Stärke von Print und investiert in die Zukunft.»

Séverine Hubatschek, Managing Director 20 Minuten Advertising



Séverine Hubatschek, Managing Director 20 Minuten Advertising

«Das Mediennutzungsverhalten hat sich während der Pandemie stark verändert. Die Leserinnen und Leser von 20 Minuten haben ihre News mehrheitlich digital konsumiert. Die Printausgabe wurde nicht mehr auf dem Weg zur Arbeit, sondern eher beim Einkaufen oder im Wartezimmer beim Arzttermin gelesen. Heute sehen wir, dass die Zeitung für viele Leser*innen immer noch ein fester Bestandteil der täglichen Mediennutzung ist und Orientierung im aktuellen News-Geschehen bietet. 20 Minuten glaubt an die Stärke von Print und investiert in die Zukunft. Die gedruckte Ausgabe wird qualitativ aufgewertet und erhält diesen Frühling ein Refresh in Sachen Seitenumfang, Papierqualität sowie Inhalt und Design.»

«Print ist nach wie vor ein wichtiger Bestandteil im Mediamix.»

Thierry Furrer, Managing Director Goldbach Publishing

«Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass Print wirkt. Abonnierte Tageszeitungen und damit verbunden auch die Werbung geniessen bei der einkommensstarken Zielgruppe eine hohe Glaubwürdigkeit. Auch haben wir festgestellt, dass sich die Sonntagspresse einer grossen Beliebtheit erfreut. Die grossflächigen Werbebotschaften im kuratierten Umfeld entfalten in der typischen Lean-Back-Situation der Zeitungsleser*innen eine positive Wirkung. Wir sehen aber auch am Beispiel der Detailhändler, dass Abverkaufswerbung in der Tagespresse aktivierend wirkt und die Konsumenten und Konsumentinnen Woche für Woche in die Läden strömen. Print ist daher nach wie vor ein wichtiger Bestandteil im Mediamix.»



Thierry Furrer, Managing Director Goldbach Publishing

Nationale Kampagne «Print wirkt»: Das kann nur Printwerbung

Um die Vorzüge von Printwerbung fundiert zu untermauern, hat der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN (VSM) Fakten und Argumente rund um die Wirksamkeit von Printmedien in seiner aktuellen Gattungskampagne «Print wirkt» aufbereitet. Die wichtigsten haben wir hier für Sie zusammengefasst:

1. **Print ist glaubwürdig:** 30.4% der Schweizerinnen und Schweizer empfinden Werbung in Zeitungen, Zeitschriften und Prospektbeilagen als glaubwürdig.
2. **Print erreicht (fast) jeden:** 85.6% der Schweizerinnen und Schweizer lesen regelmässig gedruckte Publikationen.
3. **Print bleibt in Erinnerung:** 80% der Zeitungsleser, die sich an eine Werbung erinnern, wissen noch, welche Marke beworben wurde.
4. **Print nimmt man immer wieder in die Hand:** Beliebte Printmedien werden mehr als 6-mal pro Ausgabe zur Hand genommen und über 64 Minuten pro Ausgabe gelesen.
5. **Print informiert:** 36.1% der Schweizer Bevölkerung empfinden Werbung in Zeitungen als informativ.
6. **Print erzielt viel Aufmerksamkeit:** Fast 90% der Schweizer Bevölkerung nutzen täglich Presseerzeugnisse.
7. **Print zahlt sich aus:** Wie viel kostet es, dass 1000 Menschen mein Inserat sehen? Print: TKP (Tausend-Kontakt-Preis), 16.88 CHF; online: TKP, 35 CHF.
8. **Print schafft Werbung, die erwünscht ist:** Werbung in Printmedien wird als am wenigsten störend empfunden.
9. **Print bringt die ganz grossen Emotionen:** Printwerbung ist nicht nur zur Informationsvermittlung, sondern auch zur Emotionalisierung geeignet, besonders bei jüngeren Personen.
10. **Print kommt überall rein:** 43.6% der Schweizerinnen und Schweizer haben einen «Stopp-Werbung»-Kleber am Briefkasten. Zeitungen, Zeitschriften und Prospektbeilagen erlauben es, trotzdem Werbung in die Schweizer Haushalte zu bringen.
11. **Print ist auch ohne Papier top:** Auch online gehören Print-Brands zu den beliebtesten Medien, unter den drei Medien-Websites mit den meisten Nutzern der Schweiz sind zwei printbasierte Online-Medien: 1. SRF, 2. 20 Minuten, 3. Blick, 4. blueNews, 5. 20 minutes.

Quellen siehe «Print wirkt»-Kampagne

Von wegen teuer und unbeachtet – Sie sehen, Printwerbung überzeugt nach wie vor in Sachen Beachtung, Akzeptanz und Glaubwürdigkeit und gehört auch heute noch in jeden Mediaplan.



GOLDBACH

Goldbach Group AG · Seestrasse 39 · 8700 Küsnacht
rene.wodrich@goldbach.com · www.goldbach.com