

Print wirkt – 11 faktenbasierte Argumente

Printmedien sind ein fester Bestandteil des Alltags der Menschen und erreichen alle Altersgruppen.

- 1 Print ist glaubwürdig.** 29.3% der Schweizerinnen und Schweizer empfinden Werbung in Zeitungen, Zeitschriften, und Prospektbeilagen als glaubwürdig. Zum Vergleich Websites und Suchmaschinen: 6.4%; soziale Netzwerke und Community-Plattformen: 3.5%. *Quelle: MACH Consumer 2023*
- 2 Print erreicht (fast) jeden.** 84% der Schweizerinnen und Schweizer lesen regelmässig gedruckte Publikationen, während die Webauftritte der klassischen Medien nur 60% Reichweite erzielen. *Quelle: MACH Strategy 2023, gemessen wurde der Regular User Ship (RUS)*
- 3 Print bleibt in Erinnerung.** 80% der Zeitungsläser, die sich an eine Werbung erinnern, wissen noch, welche Marke beworben wurde. Deutlich niedrigere Erinnerungswerte erzielen die elektronischen Medien. Internet: 63%; TV: 52%; Radio: 51%. *Quelle: Studie «Faktor Print» von Score Media, zitiert in horizont.net.*
- 4 Print nimmt man immer wieder in die Hand.** Beliebte Printmedien werden mehr als 5-mal pro Ausgabe zur Hand genommen und über 80 Minuten pro Ausgabe gelesen. *Quelle: MACH Basic 2023-2.*
- 5 Print informiert.** 35% der Schweizer Bevölkerung empfinden Werbung in Zeitungen als informativ. Im Vergleich dazu Radio: 20%; TV: 16.6%; Websites und Suchmaschinen: 15.3%; soziale Netzwerke: 8.3%. *Quelle: MACH Consumer 2023*
- 6 Print erzielt viel Aufmerksamkeit.** Über 85.6% der Schweizer Bevölkerung nutzen täglich Presseerzeugnisse. *Quelle: MACH Basic 2023-2*
- 7 Print zahlt sich aus.** Wie viel kostet es, dass 1000 Menschen mein Inserat sehen?
Print: **TKP, 17.19** Franken; online: **CPM, 30** Franken. *Quelle: MACH Basic für Print mit TKP (Tausend-Kontakt-Preis). Zur Methodik: Vergleich zwischen einer Viertelste quer mit Textanschluss (22 x 14 cm) bei 20 Minuten national und einem vergleichbaren Bannerformat (Online Rectangle 8 x 7 cm) auf 20 Minuten online*
- 8 Print schafft Werbung, die erwünscht ist.** Werbung in Printmedien wird als am wenigsten störend empfunden: 3-mal weniger störend als Werbung auf Websites, in Suchmaschinen und auf Social Media. Generell wird Printwerbung gar gewünscht und gesucht: 39.5%, also 2.9 Millionen der erwachsenen Schweizerinnen und Schweizer, informieren sich gerne über Sonderangebote in Zeitungen und Prospektbeilagen. *Quelle: MACH Consumer 2023*
- 9 Print bringt die ganz grossen Emotionen.** Printwerbung ist nicht nur zur Informationsvermittlung, sondern auch zur Emotionalisierung geeignet, besonders bei jüngeren Personen. Im Vergleich zu Bewegtbild-Touchpoints (**Index = 100**) erzeugen Anzeigen in puncto Unterhaltung (**Index = 107**) und Markenverbundenheit (**Index = 130**) bedeutend mehr Emotionalität bei 18- bis 39-jährigen Betrachtern. *Quelle: M Science*
- 10 Print kommt überall rein.** 44% 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. *Quelle: WEMF MACH Consumer 2023*
- 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.** *Quelle: Mediapulse Online Audience Data, 3-Monats-Mittel Q3/2022*

Weitere Fakten und gute Argumente finden Sie unter www.printwirkt.ch