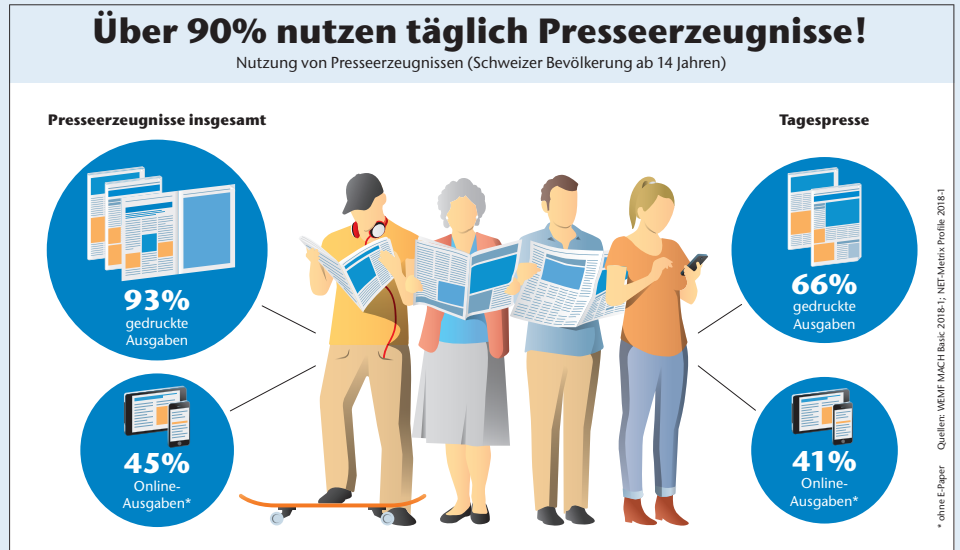


WERBUNG IN FACHZEITSCHRIFTEN IST WIRKUNGSVOLL

Fast die Hälfte der Werbung wird in Presseerzeugnissen geschaltet. Das zahlt sich aus: Zeitungen und Zeitschriften werden auf Papier und/oder als E-Paper nach wie vor häufig gelesen. Zudem wird diese Werbung vergleichsweise gut akzeptiert und geniesst gedruckt eine deutlich höhere Glaubwürdigkeit als auf dem Bildschirm.

(ur) 65% der Schweizer ab 14 Jahren lesen Fach- und Spezialzeitschriften, um informiert zu sein. Bei den Presseerzeugnissen insgesamt liegt dieser Wert sogar noch höher, wie die Zahlen der Wemf AG für Werbemedienforschung zeigt. 92% der Bevölkerung nutzt täglich ein oder mehrere gedruckte Presseerzeugnisse. Beachtlich ist dabei die Nutzungsdauer: 65 Minuten nimmt sich der Leser Zeit, um eine Zeitschrift zu lesen, die an einem Werktag versandt wird. Bei Zeitungen liegt die Lesezeit bei 49 Minuten. Online-Ausgaben erfreuen sich ebenfalls hoher Beliebtheit. Verlässliche Zahlen liegen aber nur für die Tagespresse vor, die in der Digitalisierung aufgrund der grössten Verlagshäuser die Nase vorne hat. Die Fachzeitschrift g'plus ist mit ihrem E-Paper vergleichsweise fortschrittlich. Tageszeitungen lesen 43% der Schweizer (auch) als Online-Ausgaben. Dabei nutzen keineswegs nur junge Menschen Tageszeitungen online. Im Gegenteil: 35- bis 54-Jährige und 55-Jährige oder ältere Personen lesen sie zu jeweils 45% auch online. Demgegenüber liegt dieser Wert bei den 14- bis 34-Jährigen bei 39%. Generell zeigen die Umfragen, dass mit mehr Einkommen auch die Online-Nutzung steigt. Fast die Hälfte der 2,2 Milliarden Franken Netto-Werbeumsätze entfallen auf Presseerzeugnisse. Im Print hat Werbung eine hohe Akzeptanz. In Zeitungen empfinden 41% der Leser die Werbung als informativ. In Fachzeitschriften liegt dieser Wert bei



38%, in Zeitschriften bei 36%. Werbung im Fernsehen beurteilen demgegenüber nur 19 Prozent der Befragten als informativ. Für das Internet und die Sozialen Medien sinkt die Akzeptanz sogar auf 17 und 9%. Bei der Glaubwürdigkeit erhält die Werbung in Fachzeitschriften mit 31% den höchsten Zuspruch, gefolgt von Zeitungen mit 26% und Zeitschriften mit 21%. Werbung im Internet oder in den sozialen Medien hingegen halten nur 7 beziehungsweise 4% für glaubwürdig. Mehr als zwei Drittel empfinden Werbung am Bildschirm sogar als störend.

Nutzen Sie das qualitativ hochwertige Umfeld der Presse. Inserieren Sie da, wo Ihre Werbung Wirkung erzielt. Kontakt: U.Guenther@jardinsuisse.ch



Hohe Akzeptanz von Werbung in Printmedien

Anteil Personen, die Werbung in den aufgeführten Medien als informativ empfinden (Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren)

