

## MEDIENMITTEILUNG

### «Print wirkt»: Starke Argumente für die Printwerbung

**Zürich, 15. März 2023 – Aufmerksamkeit, Glaubwürdigkeit und Vertrauen sind die starken Eigenschaften von Printmedien. Davon profitieren auch die Werbeaufraggeber. Der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN rückt mit einer neuen Kampagne die Vorzüge der Printwerbung in den Fokus.**

Allen Unkenrufen zum Trotz: Printwerbung 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. Nationale Tageszeitungen liefern täglich einen verlässlichen Panoramablick über das Weltgeschehen, Fachmedien bieten fundierte Expertise und Regionalmedien sind Fixpunkte und Sprachrohr für die Menschen in ihrer Region.

#### Erfolgsfaktor für Werbung

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. Das besondere Kontakterlebnis, das Print bietet, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor und ein grundlegender Teil der Wirksamkeit von gedruckten Medien. Es kommt hinzu, dass immer noch über 87% der Bevölkerung täglich ein Printprodukt lesen und so auch die Reichweite garantiert ist.

#### Das Versprechen: Print wirkt

Um diese Vorzüge fundiert zu untermauern, hat der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN Fakten und Argumente rund um die Wirksamkeit von Printmedien in einer Kampagne aufbereitet, welche sich an die relevanten Anspruchsgruppen der Medien- und Werbebranche richtet. Damit führt der VSM die bereits in der Vergangenheit durchgeführte «Print wirkt»-Kampagne in Zusammenarbeit mit der Agentur KLAR.Agency mit neuen Elementen und Werbemitteln fort. Die Neulancierung der Kampagne erfolgt am 15. März mit einer Sonderzeitung. Zusätzlich kommen Inserate und digitale Werbemittel zum Einsatz. Alle Argumente und weitere Informationen sind unter [www.printwirkt.ch](http://www.printwirkt.ch) abrufbar.

Verantwortlich beim Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN: Stefan Wabel (Geschäftsführung), Martin Voigt (Projektleitung Kampagne), Angelica Muritu (Kommunikation). Lead-Agentur: KLAR.agency: Christian Dietrich, Peter Trüb, Lionel Büttner, Hanna Zimmermann, Michael Zürcher, Adrienne Boldog. Wissenschaftliche und inhaltliche Unterstützung durch die WEMF AG: Roger Lang und Ammann, Brunner & Krobath AG, Zürich.

---

Kontakt für Fragen zur Kampagne:  
Martin Voigt, Projektleiter Gattungsmarketing  
Telefon: 044 318 64 23, Mail: [martin.voigt@schweizermedien.ch](mailto:martin.voigt@schweizermedien.ch)

### **Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN**

Der Verlegerverband SCHWEIZER MEDIEN ist die Branchenorganisation der privaten schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Print und Online. Er vereinigt rund 100 Unternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder, die zusammen rund 300 Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie verschiedene Newsplattformen und elektronische Medien anbieten. Zusammen mit den beiden sprachregionalen Organisationen MÉDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA setzt sich der Verband SCHWEIZER MEDIEN für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein. Gegründet wurde der Verband 1899. Sein Sitz ist in Zürich.