

Reptiloide übernehmen die Weltherrschaft

Kampagne «Glaubwürdigkeit wirkt besser» geht in die zweite Runde

Zürich, 15.9.2025. Nach dem Auftakt der Kampagne «Glaubwürdigkeit wirkt besser» des Verlegerverbands SCHWEIZER MEDIEN geht es in die zweite Runde. Wie in den Radio-Spots taucht man auch [im neuen TV-Spot](#) in die teils absurden Welten von Social Media ab. Der Clip ist ab dem 15. September in privaten und öffentlich-rechtlichen Schweizer TV-Kanälen zu sehen.

Wer kennt es nicht aus eigener Erfahrung? Bereits nach wenigen Minuten Scrollen auf Social Media wähnt man sich in einer Fantasiewelt oder ist geneigt, Fake News Glauben zu schenken. Der zunehmende Einsatz von Künstlicher Intelligenz verwischt die Grenzen zwischen realer und wahrgenommener Welt nochmals zusätzlich... bis am Schluss Reptiloide die Weltherrschaft übernehmen.

Genau hier setzt die [Kampagne «Glaubwürdigkeit wirkt besser»](#) des Verlegerverbands SCHWEIZER MEDIEN (VSM) an. Während die Print-, Online- und (Digital-)Out-of-Home-Kampagne auf rationale Wortspiele setzte, baut der TV- wie schon die Radio-Spots auf humorvolle Überzeichnung: Nach explodierenden [Akku-Ladetechniken](#) und [Bastelkleber-Gesichtsmasken](#) übernehmen nun reptiloide Politikerinnen und Politiker nach dem [Radio-Spot](#) die Weltherrschaft auch im [TV-Spot](#). Der TV-Spot ist ab dem 15. September 2025, 04:30 Uhr live auf der [VSM-Website](#) verfügbar.

Einfacher buchen und reporten

Die VSM-Initiative umfasst auch zwei Studien zum Werbe- und Konsumentenmarkt. Dabei zeigt sich: Werbung in journalistischen Medien wird gegenüber Social Media glaubwürdiger, professioneller und sympathischer wahrgenommen - und die Kaufbereitschaft ist höher. Potenzial zeigte die PwC-Studie mit Blick auf eine gemeinsame Buchungsplattform - die vier grossen Verlage TX Group, Ringier, CH Media und NZZ haben deshalb [OneDSP](#) gelauncht, ein erster wichtiger Schritt.

Ab sofort ist es für Werbetreibende noch einfacher, ihre Kampagnen in Schweizer Medien aufzusetzen: Mit wenigen Schritten lassen sich Budget, Laufzeit und Leistungsindikatoren festlegen, Zielgruppen präzise definieren sowie Reporting und transparente Auswertungen erstellen – inklusive kontinuierlicher Optimierung. Damit können bis zu 4 Millionen Menschen in der Schweiz erreicht werden, davon 1.5 Millionen sogar direkt adressierbar.

Werbefranken zahlt sich doppelt aus

Aktuell sensibilisieren Inserate, Plakate sowie die Radio- und TV-Spots des VSM: Werbung in journalistischen Schweizer Medien zahlt sich doppelt aus. Einerseits investieren Unternehmen ihre Werbefranken effizienter, andererseits bekennen sie sich zu einer starken und unabhängigen Medienlandschaft. Denn wenn immer

grössere Teile der Werbebudgets an internationale Tech-Giganten im Silicon Valley oder nach China fließen, werden Schweizer Verlage und faktengeprüfte Informationsangebote geschwächt.

Weitere Informationen:

Pia Guggenbühl, Direktorin VSM, pia.guggenbuehl@schweizermedien.ch, 079 566 60 10

Martin Voigt, Leiter Werbemarkt VSM, martin.voigt@schweizermedien.ch, 044 318 64 23