Werbung geniesst im Print hohe Glaubwürdigkeit

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

24%

in Fachzeitschriften

22%

in Zeitungen

17%

in Zeitschriften

6%

im Internet

4%

in Social Media

2%

in Apps

SCHWEIZER MEDIEN

Quelle: WEMF MACH Consumer 2024