Print wirkt – 11 faktenbasierte Argumente

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

1 Print ist glaubwürdig. **30,2 %** der Schweizerinnen und Schweizer empfinden Werbung in Zeitungen, Zeitschriften, und Prospektbeilagen als glaubwürdig. Zum Vergleich Websites und Suchmaschinen: **5,6 %**; soziale Netzwerke und Community-Plattformen: **3,9 %**. *Quelle: MACH Consumer 2024*

2 Print erreicht (fast) jeden. **83 %** der Schweizerinnen und Schweizer lesen regelmässig gedruckte Publikationen, während die Webauftritte der klassischen Medien nur **62 %** Reichweite erzielen. *Quelle: MACH Strategy 2024, gemessen wurde der Regular User Ship (RUS)*

3 Print bleibt in Erinnerung. **80 %** der Zeitungsleser, 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 **76 Minuten** pro Ausgabe gelesen. *Quelle: MACH Basic 2024-2.*

5 Print informiert. **33,1 %** der Schweizer Bevölkerung empfinden Werbung in Zeitungen als informativ. Im Vergleich dazu Radio: **20,8 %**; TV: **16.6 %**; Websites und Suchmaschinen: **16,1 %**; soziale Netzwerke: **8,7 %**. *Quelle: MACH Consumer 2024*

6 Print erzielt viel Aufmerksamkeit. **Über 84 %** der Schweizer Bevölkerung nutzen täglich Presseerzeugnisse. *Quelle: MACH Basic 2024-2*

7 Print zahlt sich aus. Wie viel kostet es, dass **1000 Menschen** mein Inserat sehen?
Print: **TKP, 16.85** Franken; online: **CPM 30** Franken. *Quelle: MACH Basic 2024-2 für Print mit TKP (Tausend-Kontakt-Preis). Zur Methodik: Vergleich zwischen einer Viertelseite quer mit Textanschluss (22 × 14 cm) bei 20 Minuten national und einem vergleichbaren Bannerformat (Online Rectangle 8 × 7 cm) auf 20 Minuten online.*

8 Print schafft Werbung, die erwünscht ist. Werbung in Printmedien wird als am wenigsten störend empfunden: **2-mal** weniger störend als Werbung auf Websites, in Suchmaschinen und auf Social Media. Generell wird Printwerbung gar gewünscht und gesucht: **35,9 %**, also **2,527 Millionen der erwachsenen** Schweizerinnen und Schweizer, informieren sich gerne über Sonderangebote in Zeitungen und Prospektbeilagen. *Quelle: MACH Consumer 2024*

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. **45,6 %** 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 2024*

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, Zeitraum: 1.7.2023-31.12.23*

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

SCHWEIZER MEDIEN

PRINT WIRKT