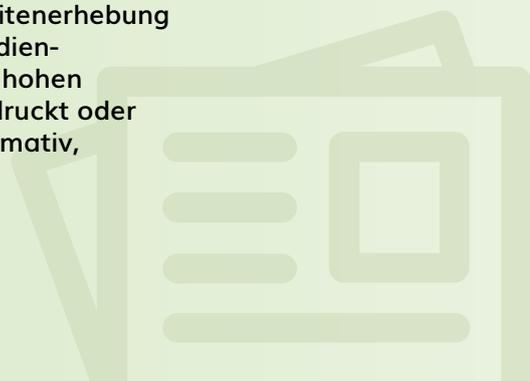




Gute Nachrichten in ungewissen Zeiten.

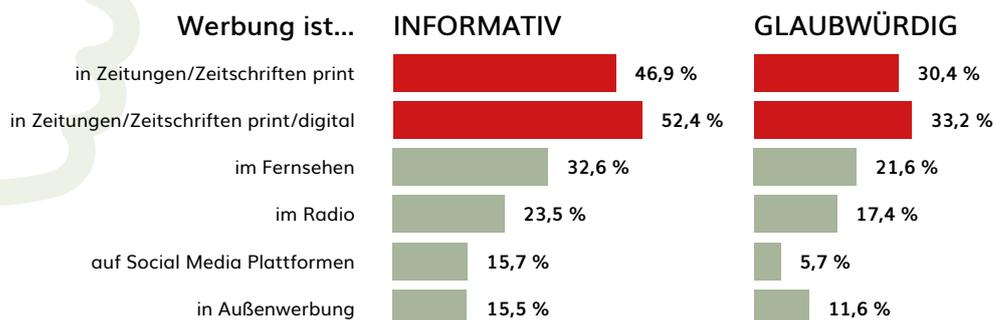
Werbung in Zeitungen und Magazinen ist eine gute Investition.

Die anerkannte und unabhängige österreichische Reichweitenerhebung Media-Analyse hat das Werbeimage unterschiedlicher Mediengattungen erhoben. Zeitungen und Magazine punkten mit hohen Imagewerten. Werbung in Zeitungen und Magazinen – gedruckt oder digital – wird vor allen anderen Mediengattungen als informativ, nützlich, hochwertig und relevant wahrgenommen.



Zeitungen und Magazine bieten ein informatives und glaubwürdiges Werbeumfeld

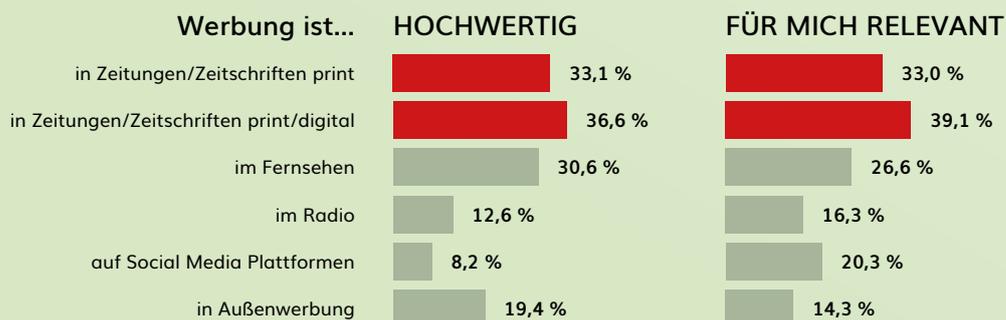
Zeitungen und Magazine versorgen ihr Publikum mit aktuellen Nachrichten und Informationen, beleuchten Hintergründe und bieten Orientierung. Eine Funktion, die in ungewissen Zeiten immer wichtiger wird. Werbung profitiert von einem solchen Werbeumfeld: 52,4 % der Befragten geben an, dass Werbung in Zeitungen und Zeitschriften (print/digital) informativ ist. Auch bei der Einschätzung der Glaubwürdigkeit von Werbung liegen Zeitungen und Zeitschriften (print/digital) im Ranking der Mediengattungen an erster Stelle: rund ein Drittel der Befragten sieht Werbung in diesem Umfeld als glaubwürdig, im Fernsehen sind es 22 %, am schlechtesten schneiden Social Media Plattformen ab: dort wird Werbung von nur 6 % als glaubwürdig eingeschätzt.



36,6 %
nehmen Werbung
in Zeitungen und
Magazinen als
hochwertig
wahr.

Werbung in Zeitungen und Magazinen ist relevant und hochwertig

Zeitungen und Zeitschriften geben Werbung Raum und Zeit, sie bieten höchste Visibilität und Aufmerksamkeit in der Nutzung. Ein ideales Umfeld, damit Werbung wirken kann. Entsprechend gute Imagewerte verzeichnen Zeitungen und Magazine bei der Frage, ob Werbung als hochwertig wahrgenommen wird. Ein gutes Drittel der Befragten bestätigt dies für Werbung in gedruckten Zeitungen und Magazinen, während das bei Social Media-Plattformen nur knapp 8 % der Befragten so einschätzen. Werbung in Zeitungen und Magazinen (print/digital) wird von 39 % der Befragten auch als relevant wahrgenommen.



Für 43,5 % ist Werbung in Zeitungen und Magazinen nützlich.



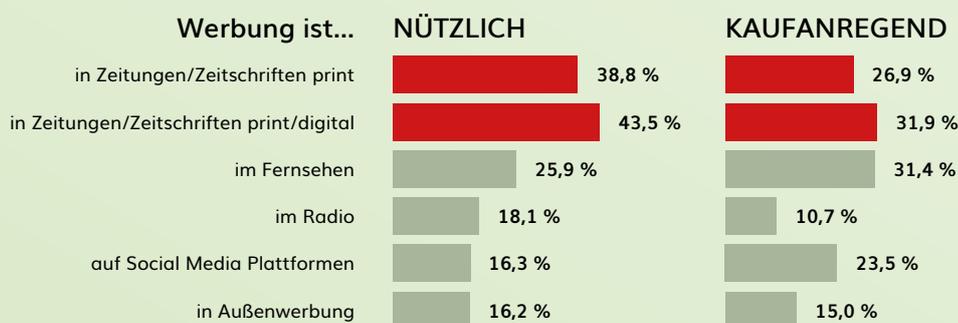
Werbung in Zeitungen und Magazinen wird als nützlich und kaufanregend wahrgenommen

Werbung ist nützlich

Werbung ist nützlich, wenn es darum geht, Informationen über Produkte oder Dienstleistungen zu gewinnen. Als besonders nützlich wird Werbung in Zeitungen oder Magazinen bewertet. 43,5 % (Zeitungen und Zeitschriften Print und/oder digital) bzw. 38,8 % (Print) der Befragten nehmen Anzeigen in Zeitungen und Magazinen als nützlich wahr. Das sind unter allen Mediengattungen die bei Weitem höchsten Werte, im Ranking folgt TV mit nur 25,9 %.

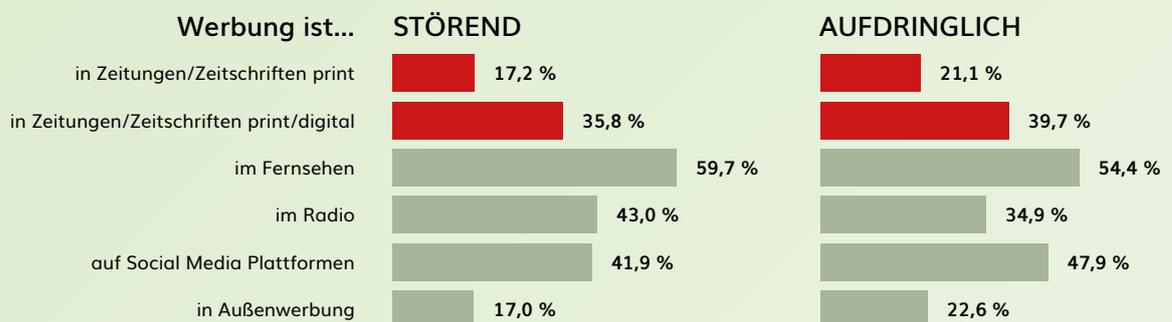
Werbung ist kaufanregend

Werbung in Zeitungen und Zeitschriften wirkt sich laut der Erhebung der Media Analyse auch positiv auf Kaufentscheidungen aus: Für 31,9 % der Befragten ist Werbung in Zeitungen und Zeitschriften (Print & Digital) kaufanregend, knapp dahinter rangieren Fernsehen (31,4 %) und gedruckte Zeitungen und Zeitschriften (26,9 %). Für Radio trifft das lediglich auf etwa jeden Zehnten zu.



Werbung in Zeitungen und Magazinen erzielt hohe Akzeptanzwerte, weil sie nicht unangenehm ist

Werbung in gedruckten Zeitungen und Magazinen wird im Vergleich zu anderen Mediengattungen als am wenigsten störend empfunden. Diese bieten eine ruhigere und weniger aufdringliche Umgebung, in der Werbung als Teil des gesamten Leseerlebnisses wahrgenommen wird. Leserinnen und Leser entscheiden selbst, wann, in welchem Ausmaß und mit welcher Intensität sie eine Anzeige betrachten. TV ist das Medium, in dem Werbung am häufigsten stört (dies trifft für 59,7 % der Befragten zu) bzw. als aufdringlich wahrgenommen wird (54,4 % der Befragten).



Quelle: MA-Werbeimage 2023, n=2.277
Erhebungszeitraum: 1. Quartal 2023

Fotos: Adobe Stock

Kontakt:
Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen
Riemergasse 11/3/11
A-1010 Wien
mail ma@media-analyse.at

