Werbekampagne: Tele – Print wirkt!

Warum Print wirkt Die Kampagne Wie Print wirkt

Warum Print wirkt!

Österreich hat 7,287.000 Einwohner, die 14 Jahre und älter sind. 69% davon geben an, täglich eine Zeitung zu lesen. Und das im Jahr 2015, wo ebenso viele täglich im Internet sind – die meisten freilich zum Emailen oder um sich auf sozialen Netzwerken mit Freunden auszutauschen...

Print lebt also nicht nur, sondern ist sogar höchst erfolgreich bei Lesern und Werbern. Um genau zu sein: Printmedien sind nach wie vor die erfolgreichsten und meistgebuchten Werbemedien im Land, deutlich vor TV und Online.

Print lebt und Print wirkt also. Und die Leser fühlen sich wohl mit ihren Zeitungen und Magazinen. 77% bevorzugen das bedruckte Papier, wenn es etwa um das Lesen von Berichten geht, und nur 20% den Bildschirm.

Print lebt und wirkt und wird geschätzt.

Die Kampagne

Print

TV

Wie Print wirkt:

69% aller Menschen über 14 lesen täglich Zeitung.

9 von 10 Leserinnen/Lesern akzeptieren Printwerbung.

Bis zu 7,1 Blattkontakte pro Heft und Leser lassen Werbung mehrfach wirken.

Jede/r 2. Österreicher/ Österreicherin liest aufmerksam Zeitung.

Print ist Österreichs erfolgreichster Werbeträger.

Impressum

Quellenverzeichnis:
- MA 2014/2015, http://www.media-analyse.at/
- ÖAK: http://www.oeak.at
- Focus Werbebeobachtung 2014-2015: http://www.focus-werbebeobachtung/
- GfK Studie aus dem Buch von Hermann Petz: Die Zeitung ist tot – es lebe die Zeitung, Innsbruck, 2015. http://www.haymonverlag.at/page.php/buch/buchdetail/buchdetail.c-7192

Teilnehmende Partner:
Die Oberösterreichische
Die Presse
Kleine Zeitung
NÖN
OÖ Nachrichten
Salzburger Nachrichten
Tiroler Tageszeitung
Vorarlberger Nachrichten
etc.

Impressum:
tele
Zeitschriftenverlagsges.mbH & Co KG
Lothringerstraße 14, A-1030 Wien
Telefon: +43 1 605 90-0
E-Mail: office@tele.at
Web: www.tele.at
B2B: media.tele.at

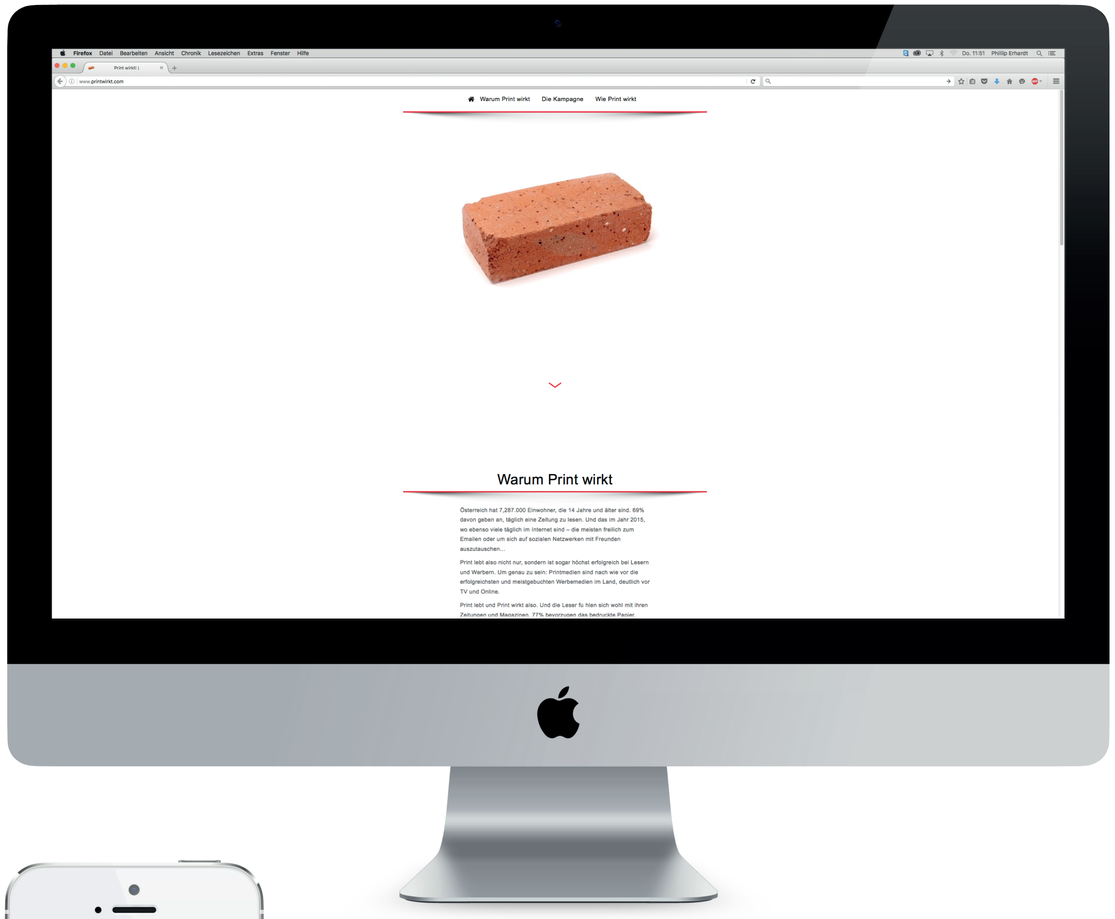
Geschäftsführung:
Mag. Hans Metzger

Informationspflichten gemäß ECG:
Firmenbuchnummer: 231946; Firmenbuchgericht: HG Wien; UID-Nummer: ATU21544507; Keine Kammerzugehörigkeit; VOZ-Mitglied (Verband Österreichischer Zeitungen), 1010 Wien, Handelsgericht Wien; Nutzungsbedingungen.

Agentur:
A. Diepchen's GmbH

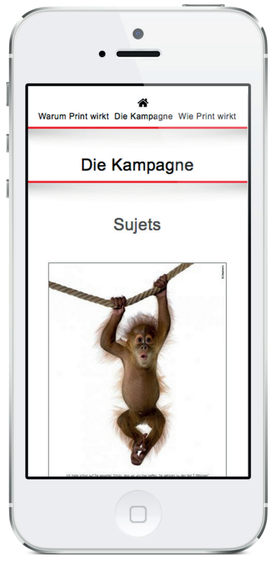
Programmierung:
Remoteing.eins

zum Anfang



Warum Print wirkt Die Kampagne Wie Print wirkt

Warum Print wirkt



Warum Print wirkt Die Kampagne Wie Print wirkt

Die Kampagne

Sujets