

## PRESSEINFORMATION

### **Zeitungswerbung im ePaper wirkt**

#### **ZMG-Anzeigen-Copytest dokumentiert starke Beachtung für Anzeigen in der gedruckten Zeitung und im ePaper**

Frankfurt am Main, 30. November 2015 – Mit einem aktuellen Test bestätigt die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, dass Werbung im ePaper ebenso stark wirkt wie in der Print-Zeitung.

Gedruckte Zeitungsanzeigen werden – formatunabhängig und über alle Kampagnen hinweg – zu 56 Prozent beachtet, die Anzeigen im ePaper der Tageszeitung zu 53 Prozent. Es besteht also kein relevanter Wirkungsunterschied zwischen den beiden Ausgabeformen. Bei den Lesern der ePaper-Ausgabe sind Anzeigenbeachtung und ungestützte Werbeerinnerung genauso gut wie bei den Lesern der gedruckten Ausgabe. In beiden Kanälen werden die Anzeigen gleich gut wahrgenommen und erinnert.

#### **Mehrfachkontakte steigern die Beachtung**

Testpersonen, die sowohl die gedruckte Ausgabe als auch das ePaper gelesen haben, erinnern sich noch besser: Bei Mehrfachkontakten steigt die Beachtung auf 58 Prozent, d.h. die Kombigruppe aus Print und ePaper zeigt die höchste Anzeigenbeachtung.

„Zeitungswerbung wirkt, gedruckt wie digital“, bestätigt Alexander Potgeter, Leitung Forschung bei der ZMG. „Der aktuelle Copytest belegt, dass die Anzeigen im ePaper ebenso stark beachtet werden wie in der gedruckten Zeitung.“

## **850.000 ePaper-Ausgaben der deutschen Zeitungen verkauft**

Vor dem Hintergrund der stetig steigenden ePaper-Auflagen gewinnt das Forschungsergebnis zusätzlich an Relevanz. Im dritten Quartal 2015 wurden täglich knapp 850.000 ePaper-Ausgaben der deutschen Zeitungen verkauft. Damit hat die ePaper-Auflage um mehr als 35 Prozent gegenüber 2014 zugelegt. Mit kontinuierlichen Zuwachsraten ist die digitale Zeitung auf dem Vormarsch. Immer häufiger findet die Zeitungslektüre (auch) am Bildschirm statt, und zwar regelmäßig: Rund die Hälfte der ePaper-Auflage wird im Abonnement verkauft.

Fakten zum Anzeigen-Copytest: In einer Online-Erhebung befragte das Institut Interrogare im Auftrag der ZMG 4.700 Zeitungsleser. Getestet wurden die Anzeigen verschiedener Kampagnen mit Schwerpunkt Handel, und zwar in unterschiedlichen Anzeigenformaten: von der ¼-Seite bis zur ganzseitigen Zeitungsanzeige. Erschienen sind die Anzeigen in sieben Regionalzeitungen: Augsburger Allgemeine, Sächsische Zeitung, Hannoversche Allgemeine / Neue Presse, Kölner Stadtanzeiger und Stuttgarter Zeitung / Stuttgarter Nachrichten.

Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft zeigt Argumente für die Zeitung. Sie berät Werbekunden und Agenturen im nationalen Werbemarkt. Mit ihrem Mediaservice macht die ZMG Planung und Buchung von Zeitungsanzeigen einfach.

### **Ansprechpartner/in:**

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft  
Ulrike Sand  
Pressesprecherin  
Tel. 069/97 38 22 - 22  
Fax 069/97 38 22 – 51  
E-Mail: sand@zmg.de