ZMG

Sonderformate in Zeitungen

Eine Analyse der Anzeigenbeobachtung der ZMG

Wichtigste Ergebnisse

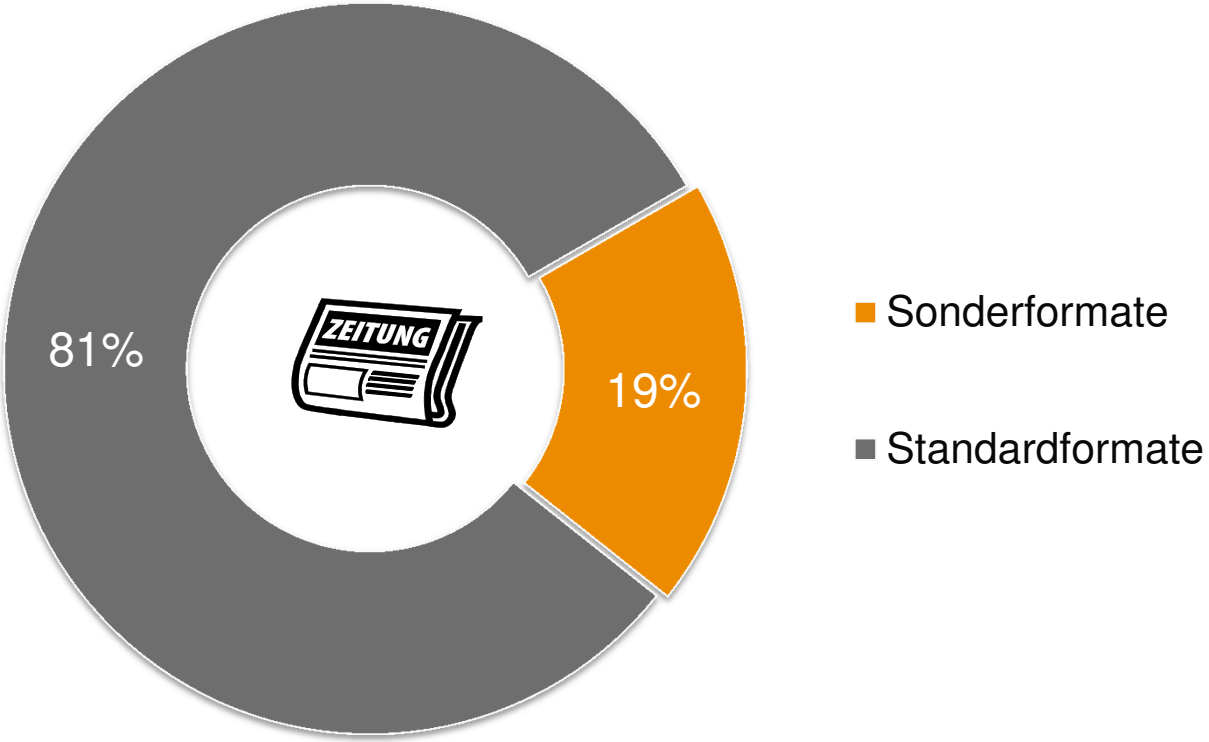
Jede fünfte Zeitungsanzeige wird als Sonderformat gestaltet. Grundlage sind alle in der ZMG-Anzeigenbeobachtung erfassten Anzeigen von Januar bis Dezember 2014.

Banken und Sparkassen liegen im Branchenranking – gemessen nach der Anzahl der geschalteten Sonderformate – auf Platz eins, gefolgt von der Branche FMCG und dem Lebensmitteleinzelhandel.

„Advertorials“ sind bei Anzeigenkunden besonders beliebt. „Sponsoring-Anzeigen“ liegen und auf Platz zwei, an dritter Stelle folgen „Teaser“.

Mit „Advertorials“ haben vor allem die Branchen FMCG, Gesundheit/Wellness, Banken und Sparkassen und die Automarken und Autohändler geworben. „Sponsoring-Anzeigen“ kamen vor allem bei den Banken und Sparkassen zum Einsatz. Die Werbeform „Teaser“ nutzte am häufigsten der LEH und die Elektrofachmärkte/–geschäfte.

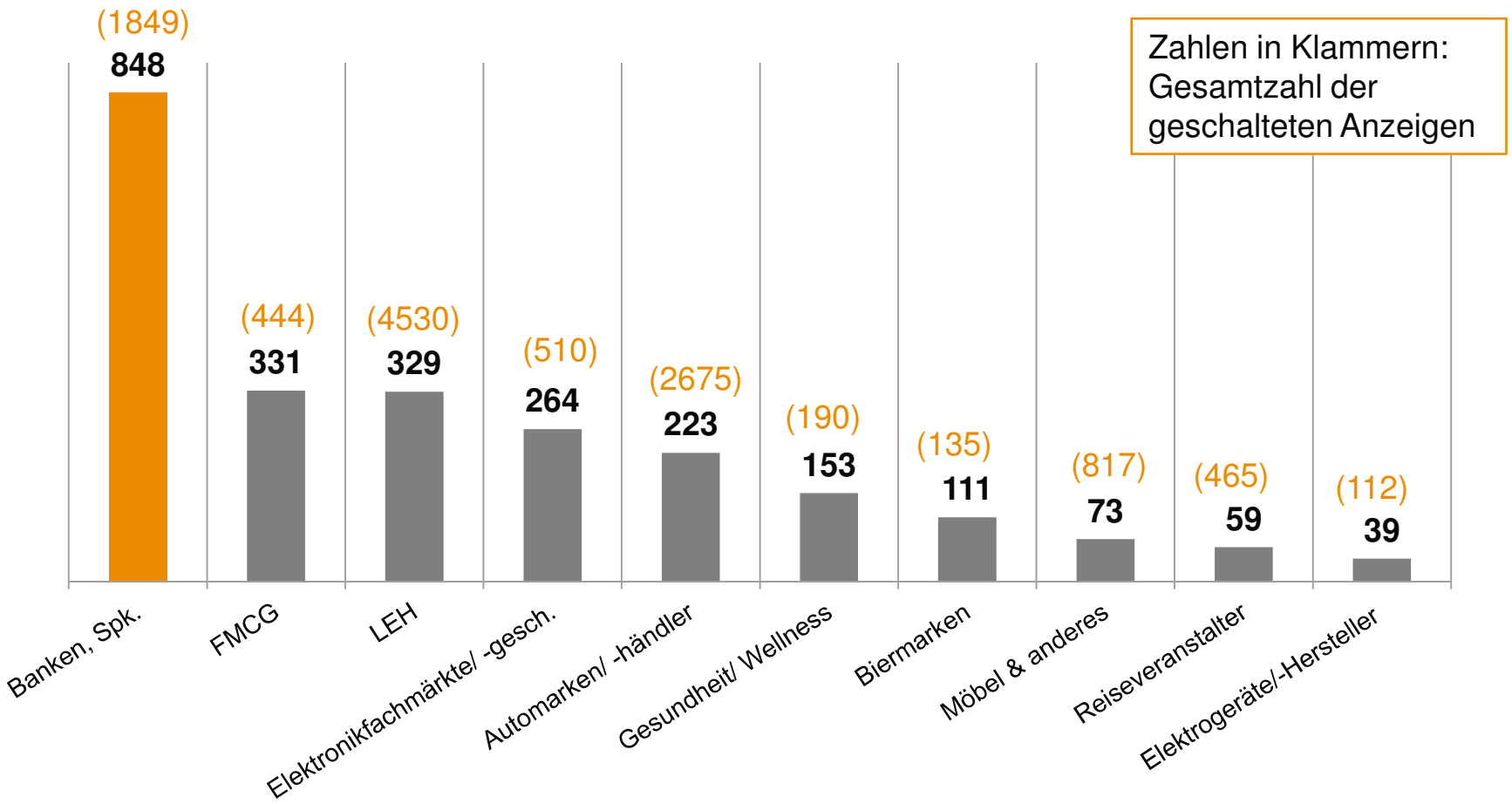
Zeitungsanzeigen in der gedruckten Zeitung



Basis: Anzeigenschaltungen mit Sonderformat 2014 (15656 Anzeigen gesamt davon 2990 Sonderformate) – Quelle: ZMG-Anzeigenbeobachtung 2014

Anzahl Sonderformate nach Branchen (Top 10)

2014



Basis: Anzeigenschaltungen mit Sonderformat 2014 (15656 Anzeigen gesamt davon 2990 Sonderformate) – Quelle: ZMG-Anzeigenbeobachtung 2014

Genutzte Sonderformate (TOP 5)

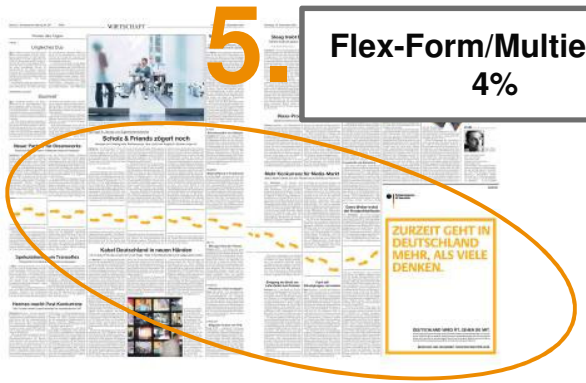
2014

Sponsoring
15%

Advertorials
33%

Teaser
14%

Textteil
13%



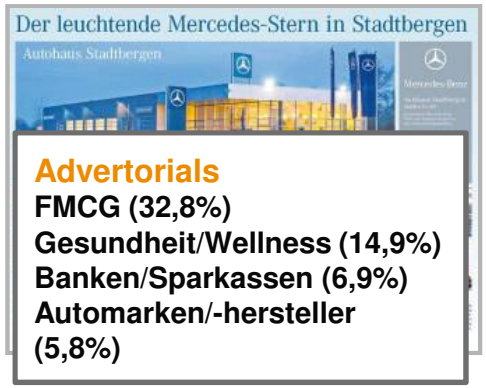
Flex-Form/Multiecken
4%

Basis: Anzeigenschaltungen mit Sonderformat 2014 (15656 Anzeigen gesamt davon 2990 Sonderformate) – Quelle: ZMG-Anzeigenbeobachtung 2014

Genutzte Sonderformate (TOP 5) nach Branchen

2014

Sponsoring
Banken/Sparkassen (61,2%)
Biermarken (23,8%)
Sonstige Branchen (15,0%)



Advertorials
FMCG (32,8%)
Gesundheit/Wellness (14,9%)
Banken/Sparkassen (6,9%)
Automarken/-hersteller (5,8%)

Teaser
LEH (62,3%)
Elektomärkte (36,1%)

Textteil
Banken/Sparkassen (85,3%)
Autohersteller (8,7%)
Stromanbieter (2,6%)

Flex-Form/Multiecken
Autohersteller (47,6%)
Sonstige (50,8%)

Basis: Anzeigenschaltungen mit Sonderformat 2014 (15656 Anzeigen gesamt davon 2990 Sonderformate) – Quelle: ZMG-Anzeigenbeobachtung 2014

Methodischer Überblick

- Die ZMG vercodet täglich Anzeigen aus zwanzig Tageszeitungen, dabei werden alle Anzeigen miteinbezogen, die mindestens ¼ Seite groß sind. Bei Sonderformaten, die häufig auch kleiner als ¼ Seite sind, bestehen Sonderregelungen. Rubrikenanzeigen, Sonderteile der Zeitungen sowie Anzeigen von lokalen/regionalen Anbietern werden nicht erfasst.

- Die in der Anzeigenbeobachtung erfassten Tageszeitungen bilden eine Stichprobe aus der deutschen Zeitungsvielfalt und setzen sich wie folgt zusammen: 1 Kaufzeitung, 2 überregionale Tageszeitungen und 17 regionale Tageszeitungen. Dabei verteilen sich die regionalen Tageszeitungen auf alle acht Nielsengebiete.

- In diese Sonderanalyse wurden 17 der 20 Titel einbezogen. Grundlage der Analyse bilden alle aus diesen 17 Titeln erfassten Anzeigen (ohne Sonderformat ≥¼ Seite, mit Sonderformat größenunabhängig) im Jahr 2014.

ZMG

ABC der Sonderformate

ABC der Sonderformate

Advertorial:

Ist eine Anzeige, die redaktionell aufgemacht ist.

ABC der Sonderformate

Doppelstreifen (auf einer Seite):

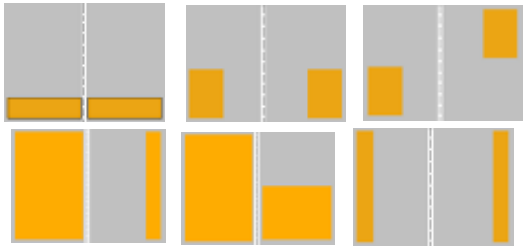
Zwei Anzeigen eines Kunden auf einer Seite, beide blattbreit, eine oben, eine unten.
Oder zwei Anzeigen eines Kunden auf einer Seite, beide blatthoch, eine rechts, eine links auf der Seite.

ABC der Sonderformate

Gegenüberliegende Anzeigen:

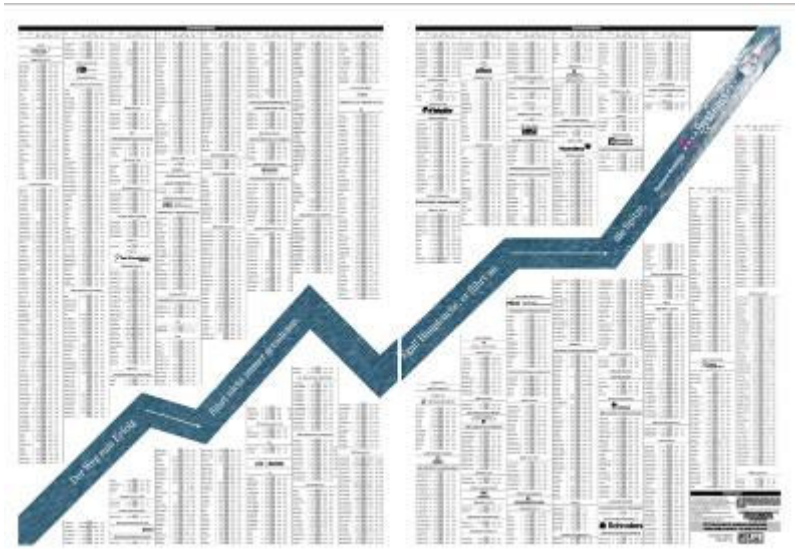
Zwei Anzeigen, die auf gegenüberliegenden Seiten platziert sind. Die Anzeigen gehören inhaltlich und von der Gestaltung her zusammen.

Platzierungsbsp.:



ABC der Sonderformate

Flex-Form/ Multi-Ecken:



Anzeige mit flexiblem Format, das nicht mit den normalerweise angebotenen Standardformaten vergleichbar ist (sternförmig, kreisförmig, blumenförmig, aber auch Multi-Eckenformate/ Anzeigen, die mehr als vier Ecken aufweisen; dreieckige Anzeigen; rechteckige Anzeigen, die nicht waagerecht platziert werden etc.).

ABC der Sonderformate

Flying Page/ Cover Page:

Anzeige, die halb- oder viertelseitig die Titelseite ummantelt (Flying Page) bzw. halbseitig- oder viertelseitig ein Buch oder eine Strecke ummantelt (Cover-Page).

ABC der Sonderformate

Griffecke:

Anzeige auf der Titelseite einer Zeitung oder auf der ersten Aufschlag-Seite eines Ressorts (Lokales o. ä.), die rechts unten in der Ecke, ein bis zwei Spalten breit und in beschränkter Höhe platziert ist. *(Es gibt hierfür ein vorgegebenes Format, das weder unter- noch überschritten werden darf.)*

ABC der Sonderformate

Inselanzeige:

Anzeige, die auf vier Seiten von redaktionellem Text umschlossen ist.

ABC der Sonderformate

Kombinierte Sonderformen:

Anzeigen, die aus einer Kombination von Sonderformaten bestehen.

ABC der Sonderformate

L-Form/ Winkel-Form:

Anzeige in L-Form. Der breitlaufende "Streifenteil" der Anzeige steht immer am Fuß der Seite, der nach oben laufende Teil immer in den Außenspalten (also bei einer linken Seite links und bei der rechten Seite rechts).

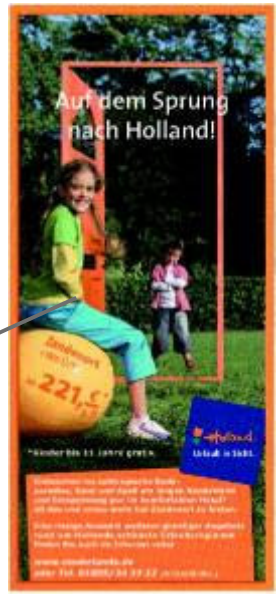
ABC der Sonderformate

Mittelfalz-Anzeige:

Ein blattbreiter Streifen auf Höhe der Mittelfalz.

ABC der Sonderformate

Pärchen-Anzeige:



Zwei Anzeigen eines Kunden, die auf einer Seite (nicht Doppelseite) i. d. R. gegenüberliegend platziert sind und optisch/inhaltlich zusammen gehören.
(Falls beide Anzeigen auf einer Doppelseite verteilt sind, handelt es sich um gegenüberliegende Anzeigen.)

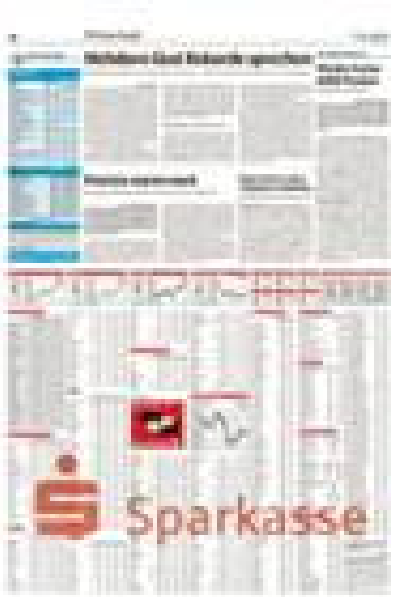
ABC der Sonderformate

Panorama:

Panorama-Anzeigen laufen über den Satzspiegel von zwei Seiten, inklusive des Mittelstegs. Gibt es in unterschiedlicher Höhe und Breite, eine 1/1 Panorama-Anzeige ist das größte Format.

ABC der Sonderformate

Shadow-Print-Anzeige:



Dabei wird eine aktuelle redaktionelle Seite mit Ihrem Werberaster unterlegt, wodurch sich der durchscheinende Effekt ergibt.

ABC der Sonderformate

Teaser:

Hinweis eines Kunden auf eine Beilage oder eine andere Anzeige desselben Kunden auf der Titelseite oder im Innenteil einer Zeitung.

ABC der Sonderformate

Textteil:

Anzeige, die an drei Seiten von Redaktionstext umgeben ist, und nicht an andere Anzeigen angrenzt.

ABC der Sonderformate

Tip-on-Card:

Auf die Zeitung geklebte Postkarte (Format und Gestaltung wie bei einer Postkarte).

ABC der Sonderformate

Tip-on-Sticker:

Anzeige, die auf eine Zeitungsseite aufgeklebt ist.

ABC der Sonderformate

Titelkopf:

Anzeige auf der ersten Seite einer Zeitung, die links und/oder rechts, neben deren Titel platziert ist.

ABC der Sonderformate

Tower (aufklappbares Panorama):

Panorama, das über die Zeitungsgröße hinaus ausgeklappt werden kann.

ABC der Sonderformate

Transparente Anzeige:

Durchsichtige Anzeige, die halb- oder ganzseitig die Zeitung ummantelt.

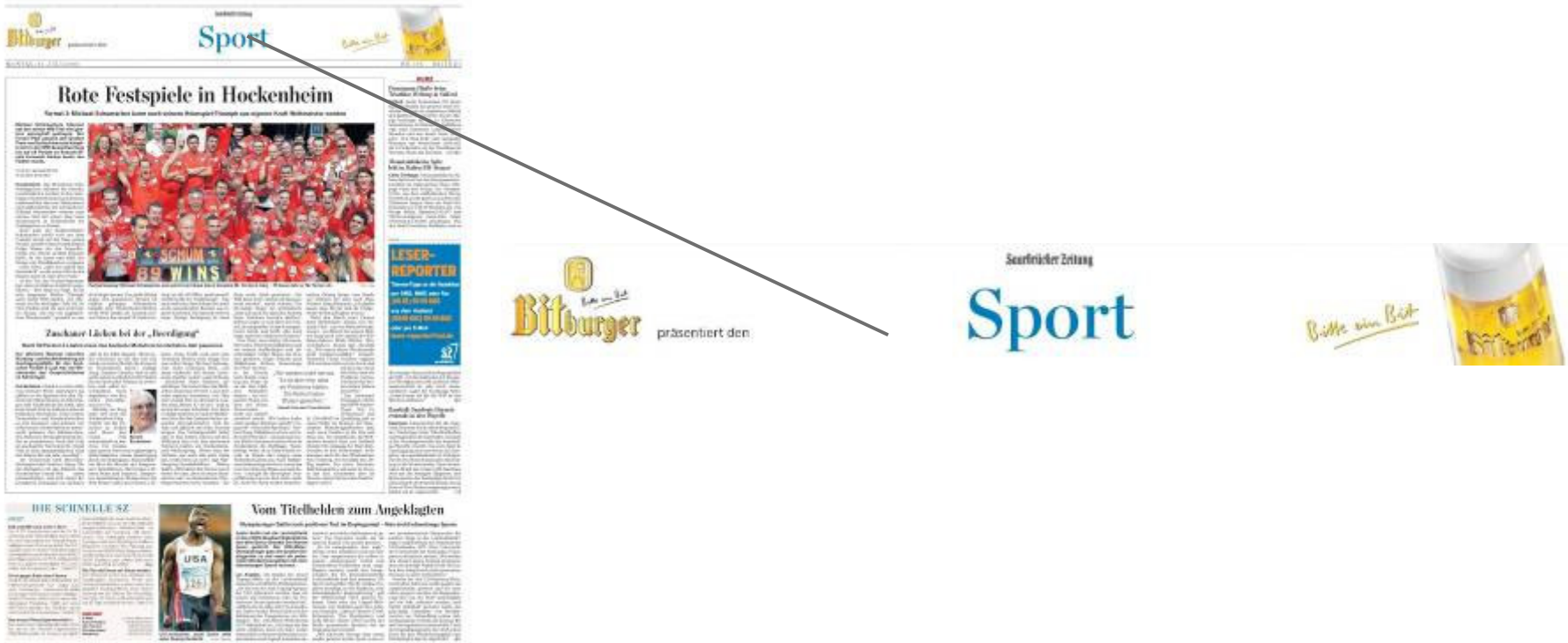
ABC der Sonderformate

Satellit/Treppenanzeigen:

Mehrere Anzeigen eines Kunden, die auf einer Seite verteilt sind. Es müssen mindestens drei Elemente auftauchen.

ABC der Sonderformate

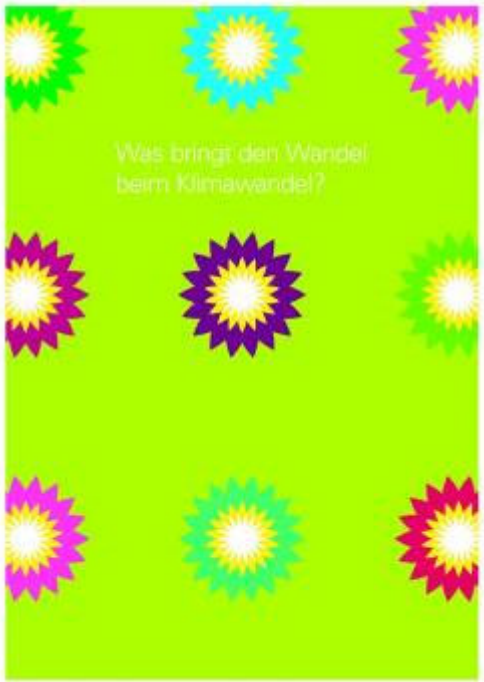
Sponsoring-Anzeige:



Anzeige, in der sich der Werbungtreibende als Sponsor des redaktionellen Inhalts - Teil der Zeitung oder einer Rubrik - präsentiert (z.B. im Börsenteil, beim Wetterkasten, im Sport, beim TV-Programm).

ABC der Sonderformate

Strecke:



Ganzseitige Anzeigen eines einzelnen Kunden ab drei zusammenhängenden Seiten.

ABC der Sonderformate

Verteilte Anzeigen:

Anzeigen eines einzelnen Kunden, die auf mehreren nicht zusammenhängenden Seiten platziert sind. Die Anzeigen müssen inhaltlich und gestalterisch zueinander gehören.

ABC der Sonderformate

Verteilte Strecke:

Ganzseitige Anzeigen eines einzelnen Kunden ab drei Seiten, die auf nicht zusammenhängenden Seiten platziert sind. Die Anzeigen müssen inhaltlich und von der Gestaltung zusammengehören.

ABC der Sonderformate

Zip n Buy:

Auf einer Seite vertikal angebrachte Perforation, mit der der Kunde ein Response-Element abtrennen kann.

Kontakt:

Grit Rother

Projektleitung Forschung

Telefon +49 69 / 97 38 22 - 66

Fax +49 69 / 97 38 22 - 51

E-Mail rother@zmg.de