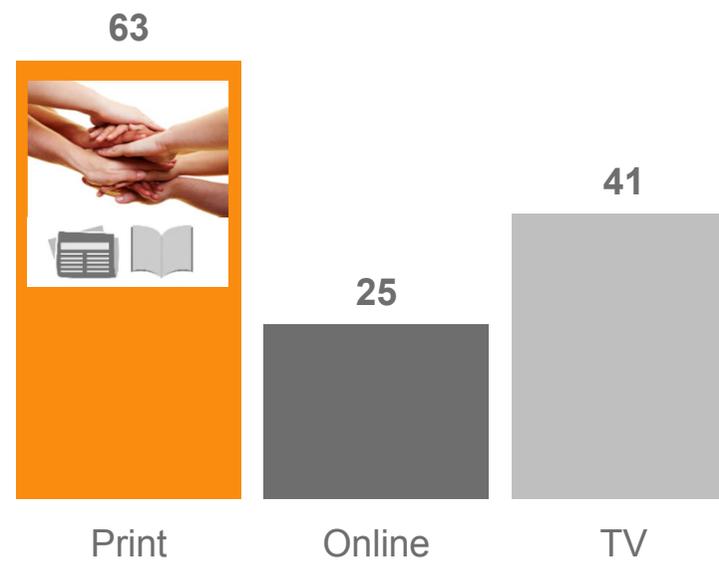


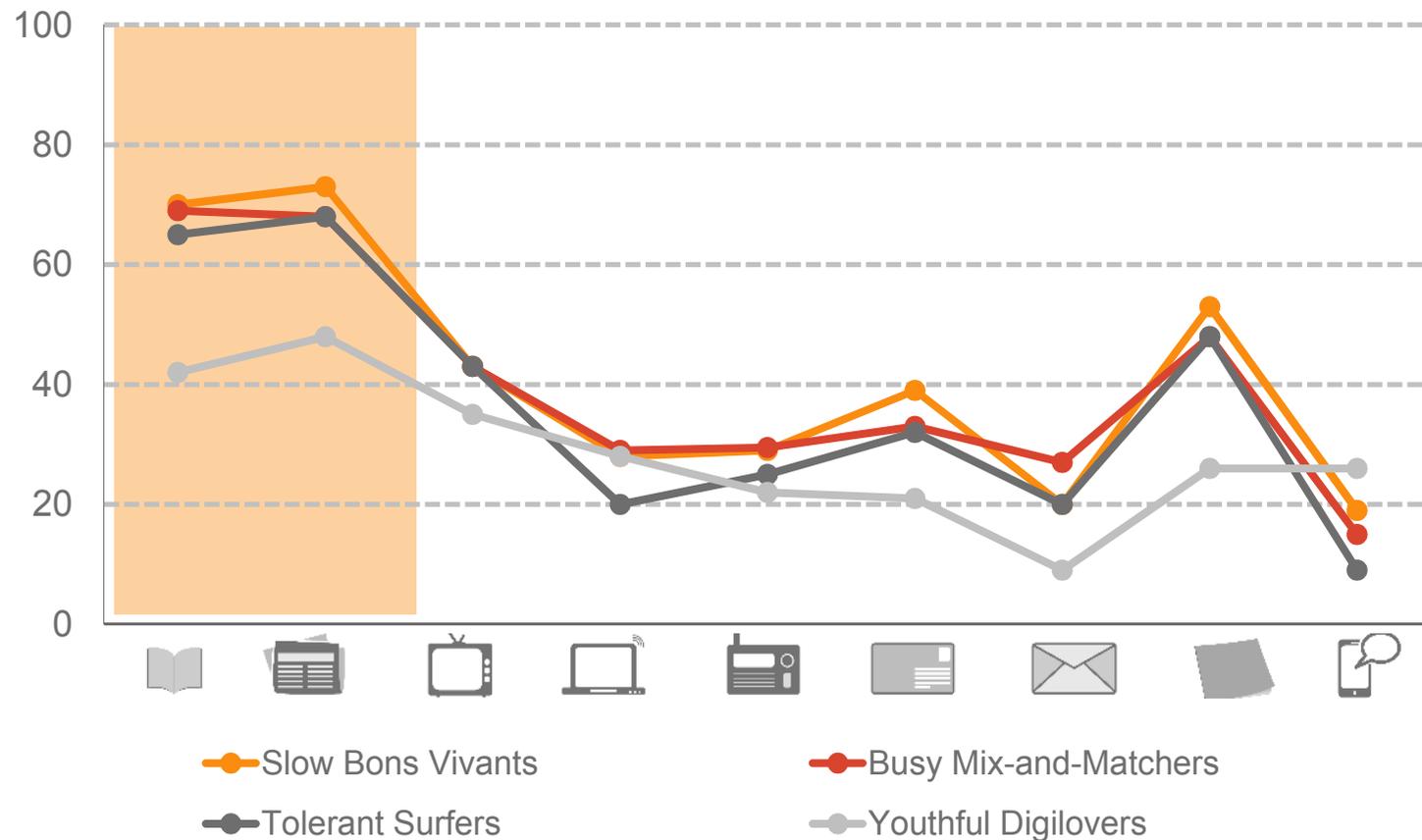
Vertrauen in Print-Werbung

63% der Konsumenten vertrauen Print-Werbung (in Zeitung/Zeitschrift),
 41% TV-Werbung und nur 25% Internet-Werbung.



Vier Gruppen von Konsumenten

Slow Bons Vivants, Busy Mix-and-Matchers, Tolerant Surfer und Youthful Digilovers vertrauen der Werbung in Zeitungen mehr als in allen anderen Medien.



Vier Gruppen von Konsumenten

Der Gruppe der „Busy Mix-and-Matchers“ entsprechen 46% der Befragten (wohlhabend, Haushalt mit Kindern). Sie nennen Printanzeigen als erste Informationsquelle in ihrem Entscheidungsprozess.

