



Die Zeitung wird im Grunde von fast allen gelesen.
Aber es geht auch etwas genauer:

45,5 Millionen Leser lesen eine Print-Ausgabe der Tageszeitung.

Quelle: ma 2013 Tageszeitungen.

29,1 Millionen Deutsche lesen die Zeitung online. Quelle: AGOF internet facts 2013-5.

6,2 Millionen Menschen nutzen die mobilen Angebote der Zeitung. Quelle: AGOF mobile facts 2012-II.



Z M G GESELLSCHA

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft mbH & Co. KG · Darmstädter Landstraße 125 · 60598 Frankfurt am Main www.zmg.de · www.die-zeitungen.de · E-Mail: sek@zmg.de



Obama gegen Osama, Angela Merkel gegen den Rest Europas, die NSA in der BRD, der Sturz Mubaraks und der tiefe Fall Berlusconis - die spannendsten Geschichten schreibt

spannendsten Geschichte das Weltgeschehen. Jeden Tag. Und jeden Tag animiert es Millionen Deutsche, sie in der Zeitung zu lesen und zu vertiefen. Weil diese Geschichten für uns von Bedeutung sind. Weil sie unser Leben verändern könnten.

jemals relevanter sein als die Befürche tung, etwas Wichtiges zu verpassen. s

Deshalb lesen die Menschen Zeitung. Egal ob gedruckt oder digital,

bb gedruckt oder digital, man liest sie immer aufmerksam und fokussiert. Sie ist ein allmorgendliches Ritual. Eine innige Zweierbeziehung zwischen Konsument und Medium. Werbung hat in diesem Raum die vielleicht besten Chancen

leicht be überhaupt, zu wirken.

Kein medialer Content und erst recht keine werbliche Maßnahme kann

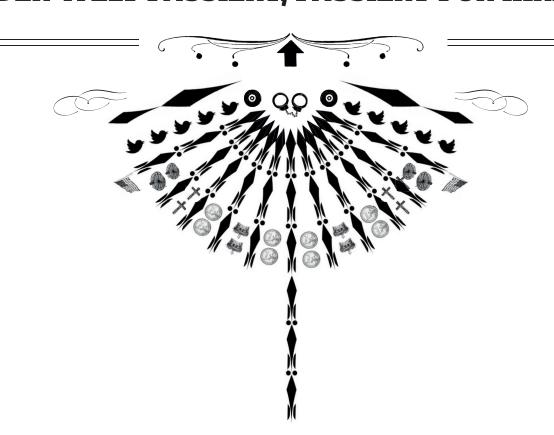
Jeden Tag passiert so viel auf der Welt. Zum Beispiel Werbung, die wirkt.

= Weiter zur Kampagnenseite: =====

www.die-zeitungen.de/weltgeschehen



WAS AUF DER WELT PASSIERT, PASSIERT FÜR IHRE WERBUNG.



DAS WELTGESCHEHEN SCHENKT IHNEN DIE VOLLE AUFMERKSAMKEIT VON WON WON WON KONSUMENTEN.

Für Zukunftsforscher ist die Welt einfach: Es gibt zwei Arten von Medien: Diffusions- und Fokusmedien. Warum? Weil Nutzer auch nur zwei Grundmotivationen bei der Nutzung haben: Zerstreuung oder

Konzentration.

TV, Radio, Social Media und Entertainmentangebote im Web sind Diffusionsmedien. Von ihnen verspricht sich der Nutzer Unterhaltung. Sie fordern nicht die volle Aufmerksamkeit, sondern man kann nebenbei auch noch andere Dinge tun.

Fokusmedien, wie die Zeitung eines ist, funktionieren ganz anders:

Quelle: "Zukunft der Medien", Zukunftsinstitut, 2012.

Wer Zeitung liest, will etwas sehr Konkretes: Informationen – über das Weltgeschehen oder über seine direkte Umwelt. Er hat meist Geld dafür ausgegeben, weil die Inhalte einen

Wert für ihn haben. Er weiß, dass er Konzentration und Zeit aufbringen muss, um den Content zu nutzen, und investiert sie gerne. Weil lesen nun mal Aufmerksamkeit erfordert. Zu viel Aufmerksamkeit, um nebenbei anderes zu tun.

Das Fokusmedium Zeitung liest man ausschließlich. So entsteht eine enge, fokussierte Beziehung. Auch zu Ihrer Anzeige, Ihrem Banner.



Zeitungskonsum ist für die meisten Leser ein Moment der Ruhe. Man taucht ein, informiert sich, bildet sich, bereichert seine Welt mit interessanten und wichtigen Inhalten.

Ihre Werbung fällt hier auf den vielleicht fruchtbarsten Boden überhaupt. Weil sie von dieser Nähe zwischen Zeitung und Konsument profitiert. Auch weil

Zeitungswerbung eine freiwillige Veranstaltung ist, die den Medienkonsum nicht unterbricht. Diese Wahlfreiheit sorgt unter anderem dafür, dass sie vom Konsumenten als weniger störend empfunden wird als etwa Werbung im TV. In der Zeitung findet der Leser Werbung sogar nützlich und interessant. Kein Wunder also, dass Zeitungswerbung auch besser erinnert wird. Der Content selbst, sprich der Qualitätsjournalismus der Zeitung, gibt Ihrer Kampagne etwas noch Wert-

volleres: Glaubwürdigkeit. Sie ist der Grund,
warum Konsumenten
nicht nur der Zeitung,
sondern sogar den
Anzeigen oder Bannern viel mehr vertrauen als beispielsweise Werbung im

Privatfernsehen oder im Radio.

Und noch eine Qualität der Zeitung: Sie wird besonders von Menschen mit höherem Bildungsabschluss und Haushaltsnettoeinkommen gelesen. Leuten also, die auch das Geld haben, Ihre Produkte oder Services zu kaufen.

Quelle: Zeitungsqualitäten 2013.



Die Heimat ist zurück. Je flexibler, ortsungebundener und schnelllebiger das Leben wird, desto mehr sehnen

sich die Menschen nach dem Gefühl, aufgehoben und verwurzelt zu sein. Trendforscher haben längst Namen für den neuen "Heimattrend" gefunden: "The New Local" oder "Lokalismus".

Auch beim Konsum greift dieser Trend. Regionale Produkte und Anbieter werden den anonymen, internationalen Ketten vorgezogen. Wer als Händler oder auch als Marke Nähe zu seinen Konsumenten dokumentieren will, muss vor Ort präsent sein. Und vor Ort heißt: in

der Zeitung. Denn kein anderes Medium hat so viel Heimatkompetenz wie die Zeitung. Für 69% der Deutschen ist die Zeitung unverzichtbar, um sich über das Geschehen vor Ort zu informieren.

Neben dem großen Weltgeschehen gibt es eben auch ein "kleines", lokales, das für die Menschen zunehmend relevanter wird. Und damit auch für Sie.

Dazu muss man exakt steuern:
Der ZMG Media Monitor sagt Ihnen
jederzeit genau, wo Sie stehen. Die
Messung der Awareness vor und während der Kampagne liefert Ihnen auch
kurzfristig Aufschluss darüber, wie
erfolgreich Ihre Kampagne arbeitet.



Die Zeitung ist längst kein einzelnes Medium mehr. Sie ist viele. Und genauso viele Möglichkeiten bietet sie Ihnen, Ihre Werbung ins Ziel zu bringen. Durch die unterschiedlichen

Kanäle Print, Online, Tablet und Mobile können Sie nicht nur unterschiedliche Zielgruppensegmente ansprechen, sondern auch Mehrfachkontakte intelligent nutzen. Zum Beispiel um Kampagnen integriert oder mehrstufig zu planen.

Wie auch immer Sie die Zeitung einsetzen, Sie profitieren immer von der einzigartigen Kontaktqualität. Von der vollen Aufmerksamkeit für Ihre Werbung im Fokusmedium Zeitung.

Von der vertrauensvollen Nähe zum Nutzer. Von der regionalen Kompetenz der Zeitung. Von den crossmedialen Möglichkeiten. Und von der in der Summe gigantischen Reichweite.

Es gibt nur wenige Medien, in denen Werbung so effektiv arbeitet wie mitten im wichtigsten, spannendsten und vielfältigsten Werbeumfeld der Welt:

Mehr Informationen über Ihre Werbung in der Zeitung finden Sie auf die-zeitungen.de/weltgeschehen

dem Weltgeschehen.

Quelle: Zeitungsqualitäten 2013.