

Print und Online, die Erfolgskombi

Eine Studie im Auftrag des SÜDKURIER

(Auszug aus der Studie)

SÜDKURIER

Mehr Werbewirkung

Keyfacts

Bei crossmedialer Werbung bewirken die Synergien von Print und Online eine...

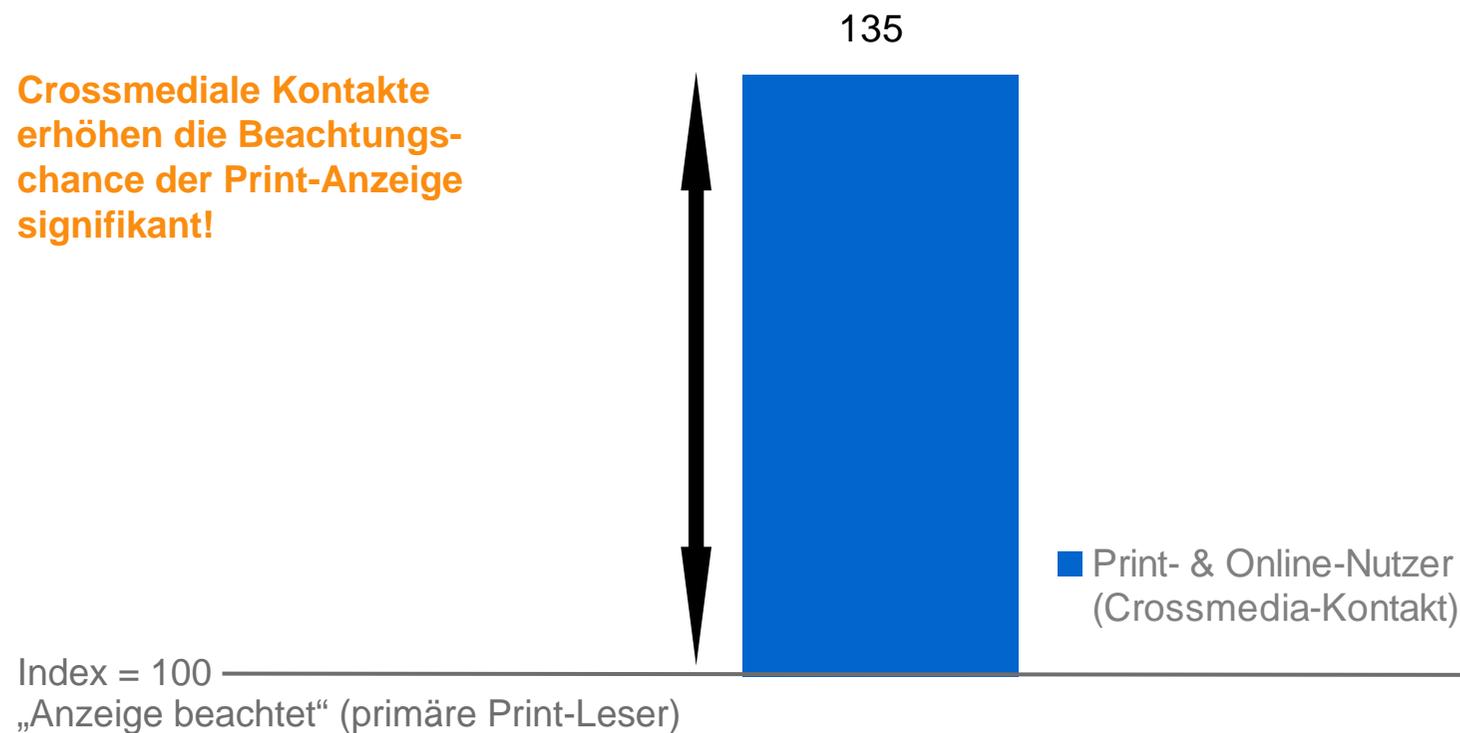
- › **höhere Beachtungschance der Print-Anzeige**
- › **stärkere Aktivierungskraft der Online-Werbung**
- › **allgemein positivere Wahrnehmung gegenüber dem Werbungtreibenden (bessere Einstellung)**

Bewertungen des gedruckten SÜDKURIER und des zugehörigen Onlineportals suedkurier.de zeigen...

- › **die Zeitung ist eine regionale Marke, deren Qualität sich auf das Onlineportal überträgt**
- › **Werbung auf dem Onlineportal der Zeitung profitiert von der Markenqualität! So liegen beispielsweise Glaubwürdigkeit und vermutete Seriosität der Werbenden fast auf hohem Zeitungs-Niveau.**

Höhere Beachtungschance der Print-Anzeige durch Crossmedia!

Print-Leser vs. crossmediale Nutzer

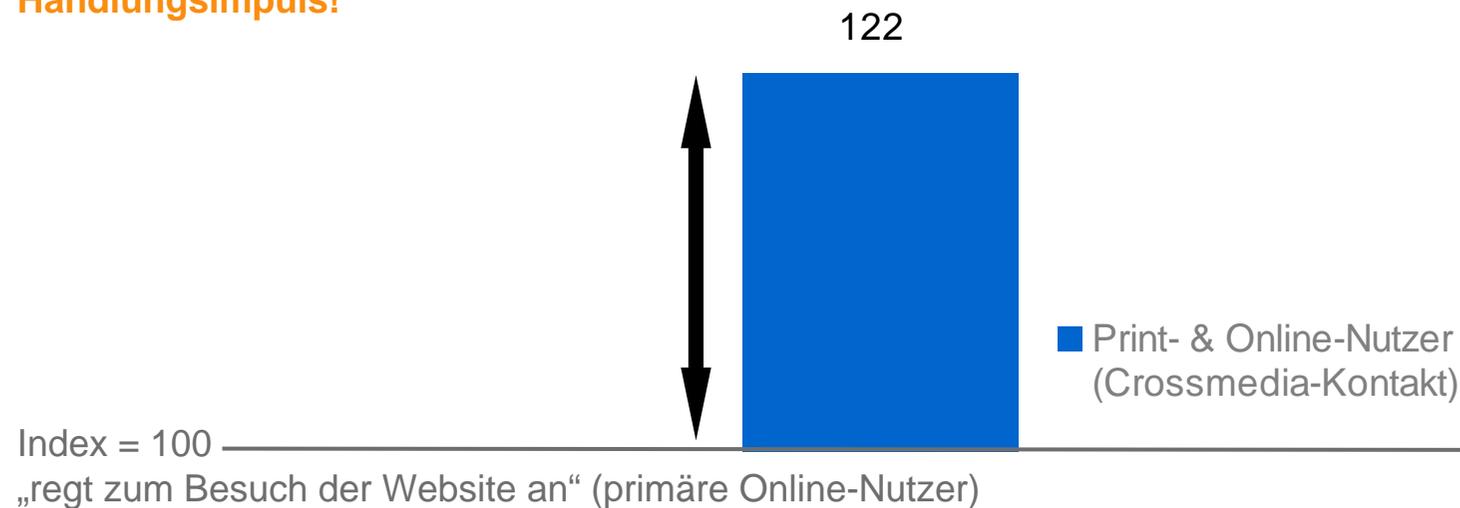


Basis: Prim. Print- und Crossmed. Nutzer 18.12. (192) – **Angaben:** Index – Test von Anzeigen- und Online-Werbung der Volksbank Überlingen – **Quelle:** Crossmediastudie SÜDKURIER 2010

Stärkere Aktivierungskraft der Online-Werbung durch Crossmedia!

Online-Nutzer vs. crossmediale Nutzer

Crossmediale Kontakte bewirken eine größere Aktivierung der Online-Nutzer und verstärken den Handlungsimpuls!

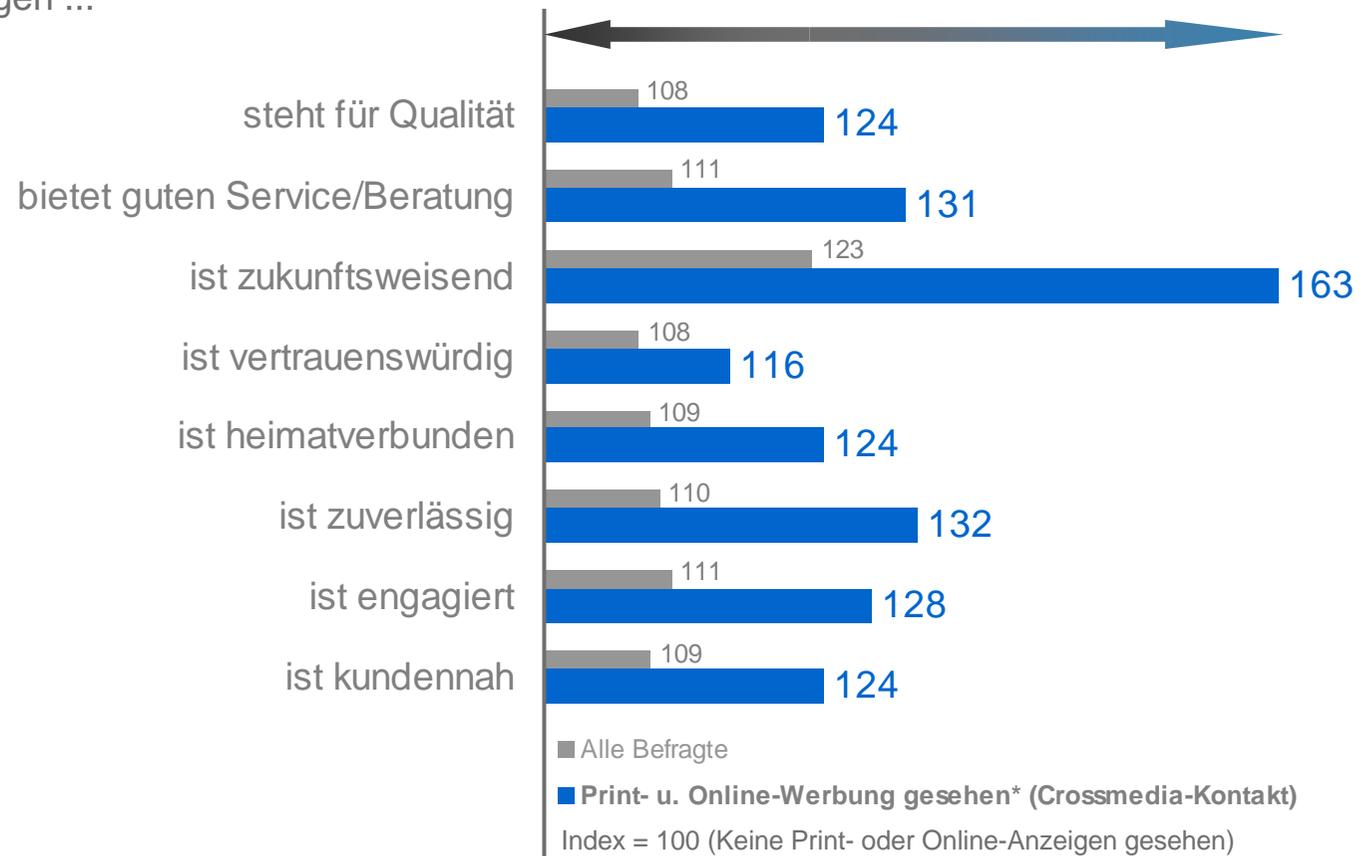


Basis: Prim. Online- & Crossmed. Nutzer (199) – **Angaben:** Index – Test von Anzeigen- und Online-Werbung der Volksbank Überlingen – **Quelle:** Crossmediastudie SÜDKURIER 2010

Positivere Wahrnehmung des Unternehmens nach Crossmedia-Kontakten!

Die Volksbank/ VB Überlingen ...

Crossmediale Werbung wirkt sich positiv auf die Wahrnehmung des Unternehmens aus!

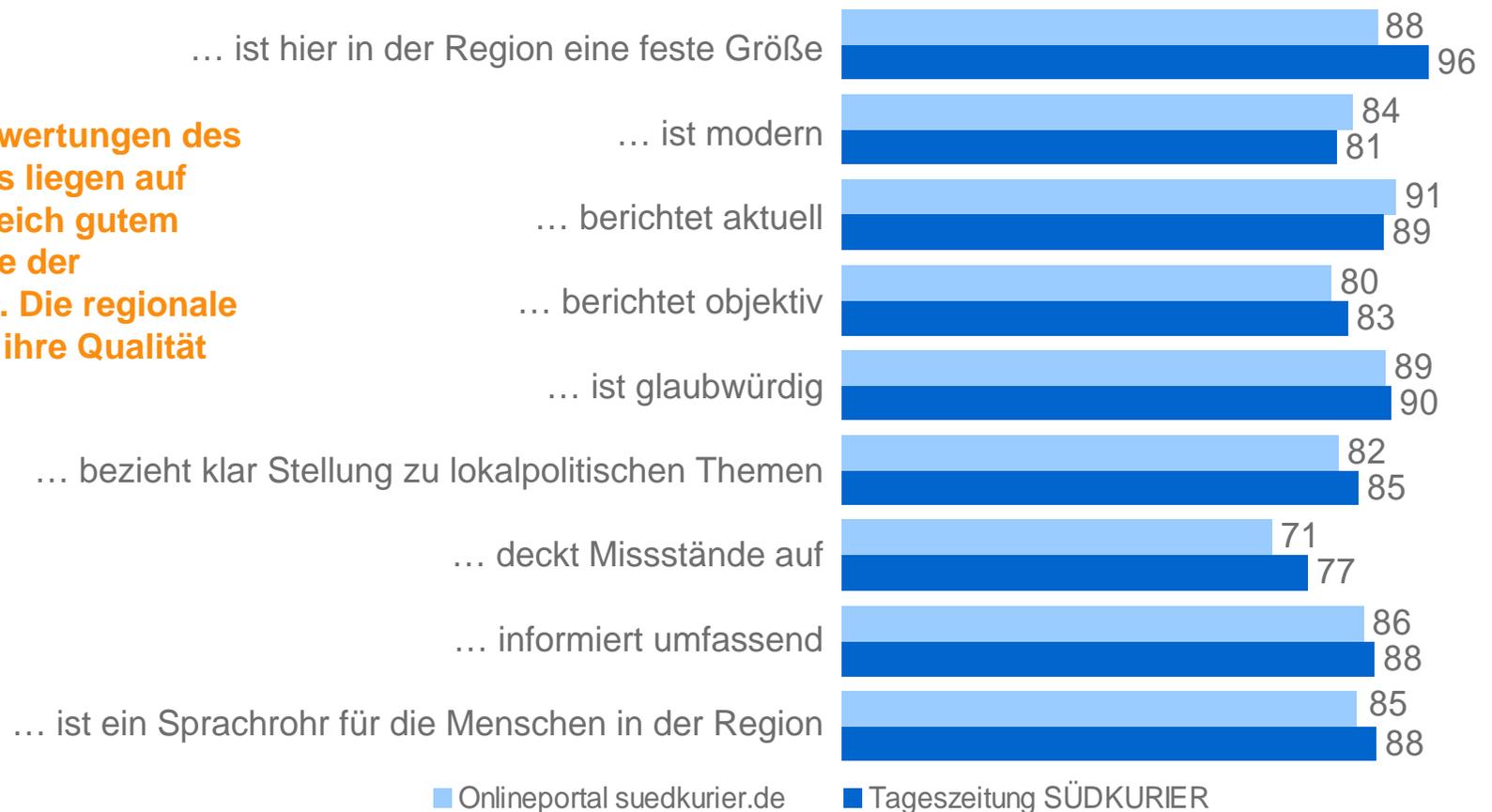


Basis: Print u. Online (36) keine beachtet (130) – **Angaben:** Index – *Tendenzwerte – Test von Anzeigen- und Online-Werbung der Volksbank Überlingen – **Quelle:** Crossmediastudie SÜDKURIER 2010

SÜDKURIER – eine regionale Marke, die das Online-Portal mit einschließt

Einstellung zum Internetangebot und zur Tageszeitung

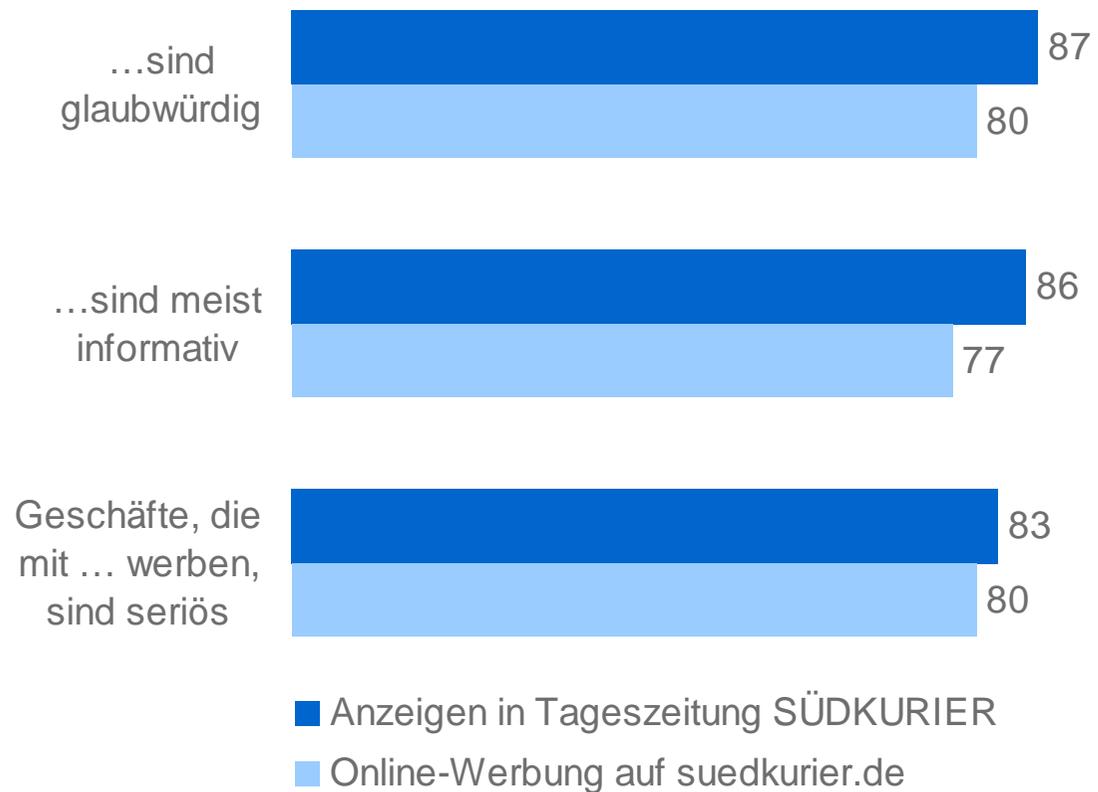
Sämtliche Bewertungen des Online-Portals liegen auf annähernd gleichem Niveau wie die der Tageszeitung. Die regionale Marke strahlt ihre Qualität positiv aus!



WERBEUMFELDER MIT MARKENQUALITÄT

Einstellung zu Anzeigen im SÜDKURIER, Online-Werbung auf suedkurier.de

Vom Wert der regionalen Marke profitieren auch die Werbungtreibenden. Dies gilt besonders für Werbung auf dem Onlineportal der Zeitung.



Anlage der Untersuchung

- › **Zielgruppe** Leser einer Print-Ausgabe des SÜDKURIER oder Nutzer des Online-Portals suedkurier.de oder Nutzer beider Medien
- › **Auswahlverfahren** Leserpanel-Adressen, E-Mail-Adressen Online-Nutzer, Rekrutierung über Web-Site www.suedkurier.de (Onsite-Rekrutierung)
- › **Anzahl Befragte** 250
- › **Untersuchungszeitraum** 18. Dezember – 23. Dezember 2009
- › **Feldarbeit** Dima Marktforschung, Mannheim
- › **Design, Fragebogen, Datenanalyse und Bericht** ZMG Frankfurt am Main

Getestete Print-Anzeige

„Jeden Tag ein Türchen öffnen.“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Täglich gewinnen bei unserem Online-Adventskalender. Öffnen Sie jeden Tag ein Türchen und beantworten Sie die Preisfrage. Vielleicht gehört der Tages- oder auch Hauptgewinn bald Ihnen...?

Volksbank-Adventskalender-Gewinnspiel

volksbank-ueberlingen.de
JETZT mit großem Online-

Volksbank eG
Überlingen - Immenstaad - Markdorf - Stockach

Volksbank eG Überlingen · Telefon: (0 75 51) 93 00 · www.volksbank-ueberlingen.de

ÜBERLINGEN

Kar und Touristik stark. Geschäftsbilanz 2008 mit **Rekord-Gästebilanz**: von **Stadt zieht Urlauber in Scharen an**

Redaktionelles Umfeld je nach Lokalausgabe abweichend

Tief betroffen von den Schicksalen

Adventskalender

„Jeden Tag ein Türchen öffnen.“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Täglich gewinnen bei unserem Online-Adventskalender. Öffnen Sie jeden Tag ein Türchen und beantworten Sie die Preisfrage. Vielleicht gehört der Tages- oder auch Hauptgewinn bald Ihnen...?

Volksbank-Adventskalender-Gewinnspiel

volksbank-ueberlingen.de
JETZT mit großem Online-

Volksbank eG
Überlingen - Immenstaad - Markdorf - Stockach

Volksbank eG Überlingen · Telefon: (0 75 51) 93 00 · www.volksbank-ueberlingen.de

Schaltung 18.12.2009 im SÜDKURIER
Lokalausgaben Überlingen, Markdorf, Friedrichshafen, Stockach

Quelle: Crossmediastudie SÜDKURIER 2010

Getestete Online-Werbung

Täglich die Preisfrage beantworten und gewinnen.

Anzeige 2
(Rectangle)



Anzeige 1
(Wallpaper)



Schaltung kw 51 + kw 52
auf www.suedkurier.de

Print und Online, die Erfolgskombi

Fragen an Karl Spiegel, Leiter Werbung/PR der Volksbank Überlingen

Waren Sie von den Ergebnissen der Studie überrascht?

„Überrascht waren wir nicht, denn bekanntlich hat Mehrkanalwerbung einen deutlich höheren Effekt. Unsere strategische Ausrichtung war deshalb schon immer auf eine crossmediale Basis ausgerichtet. Die Studie des SÜDKURIER hat unsere bisherige Auffassung auf breiter Front nochmals untermauert.“

Warum setzen Sie bei der Werbung auf den SÜDKURIER?

„Der SÜDKURIER ist "das" Medium in der Region. In der Studie beschreiben ihn rund 90% der Befragten als aktuell berichtend, objektiv und glaubwürdig. Wir sind eine Bank für die Menschen der Region und der SÜDKURIER ist das Sprachrohr der Region.“

Lohnt sich eigentlich überhaupt eine Investition in Werbung?

„Gerade in schwierigen Zeiten, wie heute mit den Auswirkungen der Wirtschaftskrise, kann man auf Werbung nicht verzichten! Präsenz sollte aber natürlich jederzeit gezeigt werden, jedoch antizyklisch werben ist hier das wahre Zauberwort.“



Karl Spiegel
Leiter Werbung / PR
Volksbank eG Überlingen

Landungsplatz 11,
88662 Überlingen

SÜDKURIER GmbH, Medienhaus
Marketing-Service
Max-Stromeyer-Str. 178
78467 Konstanz