



PRINT UND ONLINE, DIE ERFOLGSKOMBI.

SÜDKURIER

# Crossmedia – Die Eckdaten

**Die crossmediale Zielgruppenansprache einer regionalen Werbemaßnahme ist deutlich wirkungsvoller gegenüber klassischen Einzelkampagnen.**

Dies bestätigt eine im Auftrag des SÜDKURIER Medienhaus durchgeführte Untersuchung der ZMG Frankfurt und Dima Marktforschung Mannheim.

## Eckdaten der Studie

Zielgruppe:	Leser einer Print Ausgabe des Südkuriers oder Nutzer der Online Seite oder Nutzer beider Medien.
Adressen / Teilnehmer	RAM-Adressen: 422 Online-Adressen: 435
Untersuchungszeitraum:	18. – 23.Dezember 2009
Feldarbeit:	Dima Marktforschung, Mannheim

# Crossmedia - Ein voller Erfolg!

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

- > **höhere Beachtungschance der Print-Anzeige**
- > **stärkere Aktivierungskraft der Online-Werbung**
- > **allgemein positivere Wahrnehmung des werbenden Unternehmens (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.**

# Crossmediale Werbung wirkt!

„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.

Gerade in schwierigen Zeiten, wie heute mit den Auswirkungen der Wirtschaftskrise, kann man auf Werbung nicht verzichten!“



Karl Spiegel  
Leiter Werbung / PR  
Volksbank eG Überlingen  
Landungsplatz 11,  
88662 Überlingen



Volksbank eG - Überlingen - Immenstaad - Markdorf - Stockach

# 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-ueberlingen.de  
JETZT mit großem Online-  
**Volksbank-Adventskalender-Gewinnspiel**

Volksbank eG  
Überlingen - Immenstaad - Markdorf - Stockach

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

**ÜBERLINGEN**

Kita und Touristik: Welt-Gaststättendeckel 2008 mit Rekord-Gaststättendeckelung

**Stadt zieht Urlauber in Scharen an**

**Redaktionelles Umfeld je nach Lokalausgabe abweichend**

**Tief betroffen von den Schicksalen**

**„Jeden Tag ein Türchen öffnen.“**

Volksbank-Adventskalender-Gewinnspiel

Schaltung 18.12.2009 im SÜDKURIER

Lokalausgaben Überlingen, Markdorf, Friedrichshafen, Stockach

# Getestete Online-Werbung

Täglich die Preisfrage beantworten und gewinnen.

Anzeige 2  
(Rectangle) ↓



Täglich die Preisfrage beantworten und gewinnen.

„Jeden Tag ein Türchen öffnen.“

volksbank-ueberlingen.de  
JETZT mit großem Online-  
**Volksbank-Adventskalender-Gewinnspiel**

**Volksbank eG**  
Überlingen · Immenstaad · Markdorf · Stockach

Volksbank eG Überlingen · Tel. (0 75 51) 93 00

Anzeige 1  
(Wallpaper) ↑ →



„Jeden Tag ein Türchen öffnen.“

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

volksbank-ueberlingen.de  
JETZT mit großem Online-  
**Volksbank-Adventskalender-Gewinnspiel**

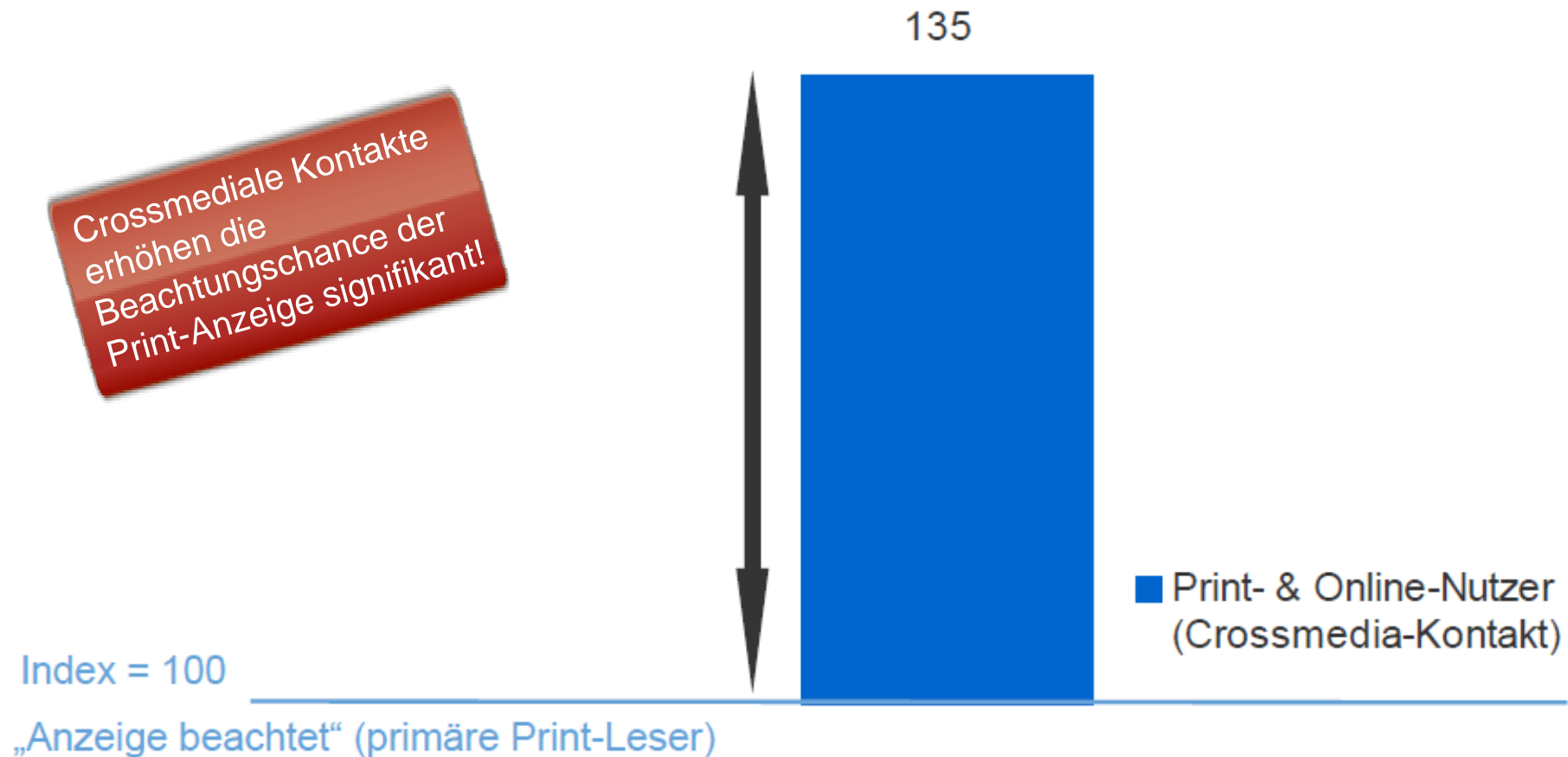
**Volksbank eG**

Volksbank eG Überlingen · Tel. (0 75 51) 93 00

Schaltung kw 51 + kw 52  
auf [www.suedkurier.de](http://www.suedkurier.de)

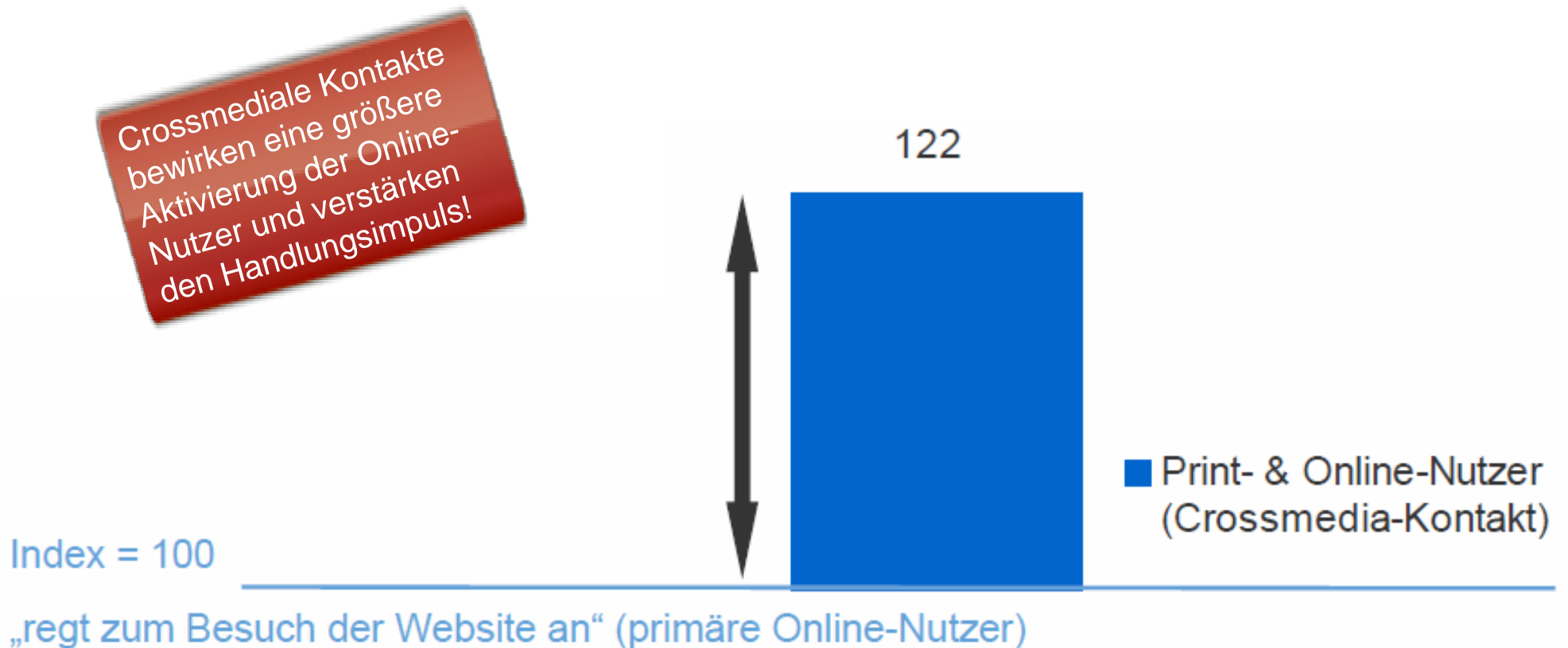
# Höhere Beachtungschance der Print-Anzeige durch Crossmedia!

Print-Leser vs. Crossmediale Nutzer



# Stärkere Aktivierungskraft der Online-Werbung durch Crossmedia

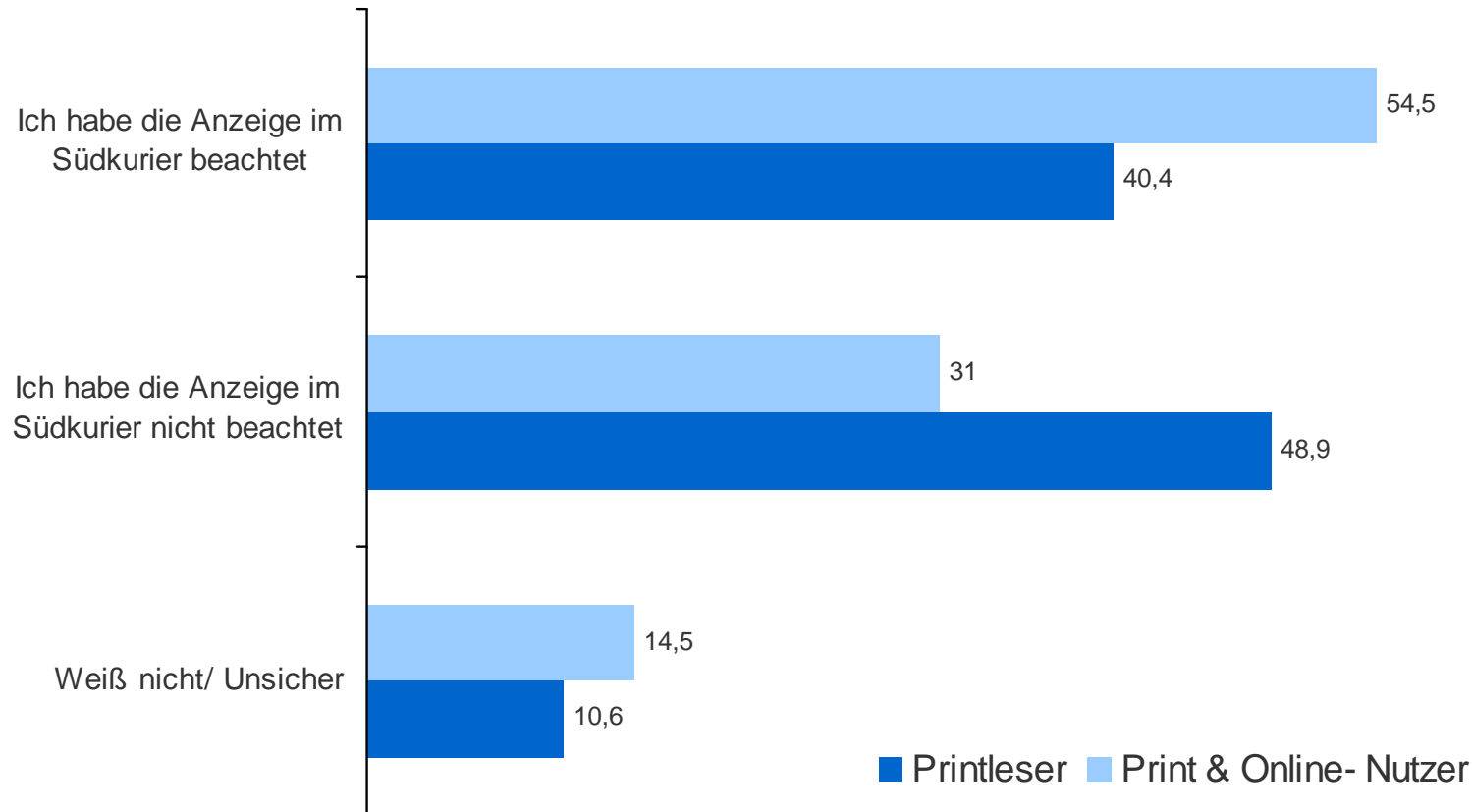
Online-Nutzer vs. Crossmediale Nutzer





# Erinnerung einer Zeitungsanzeige

Erinnerungswerte  
steigen bei  
Crossmedialer Nutzung

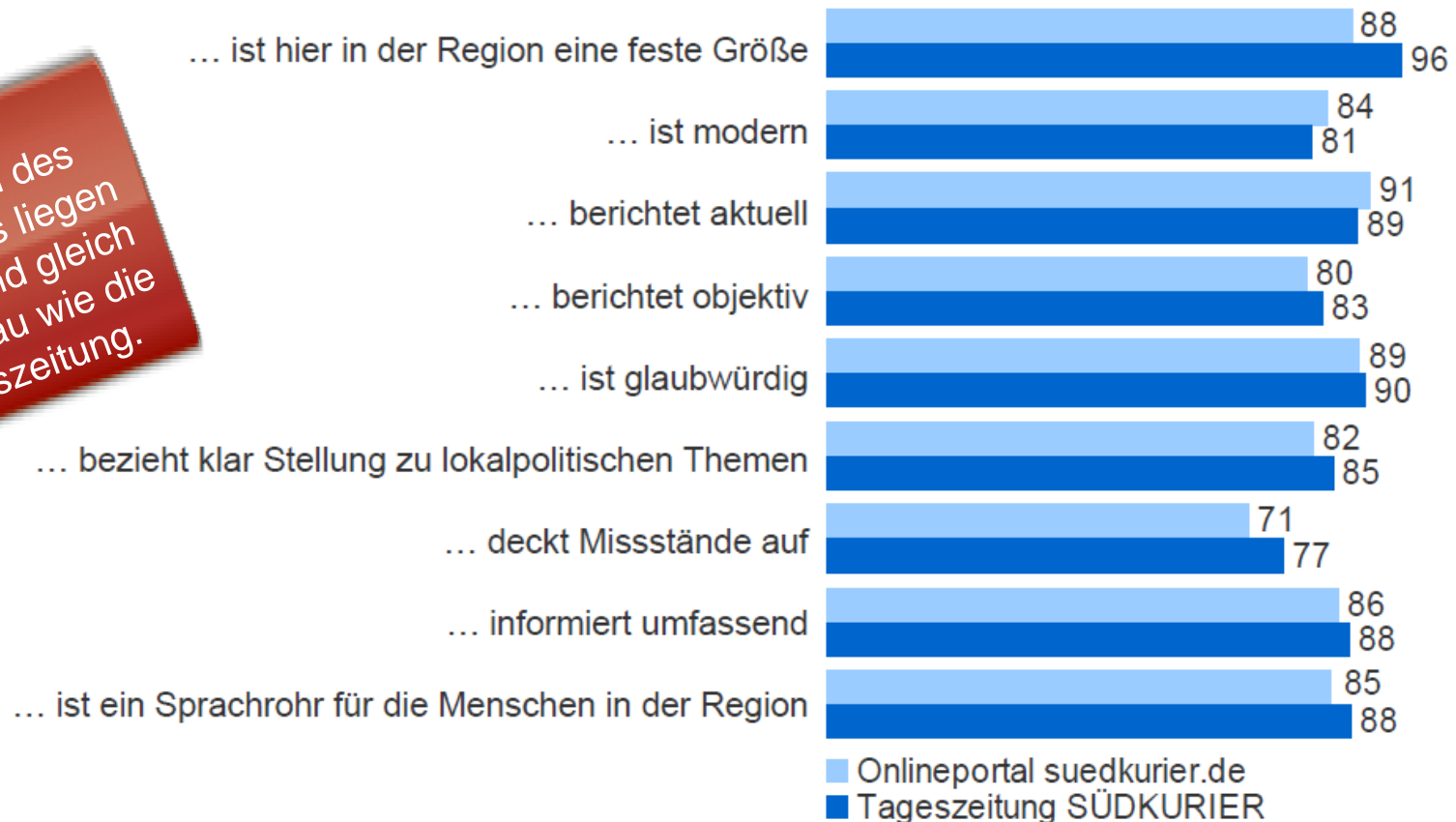


Ein deutlichen höheren Erinnerungswert erfährt eine Printanzeige, wenn sie nicht nur in der Tageszeitung, sondern auch auf suedkurier.de zu sehen war.

# Die hohe Markenqualität der Zeitung SÜDKURIER überträgt sich auf das Online-Portal

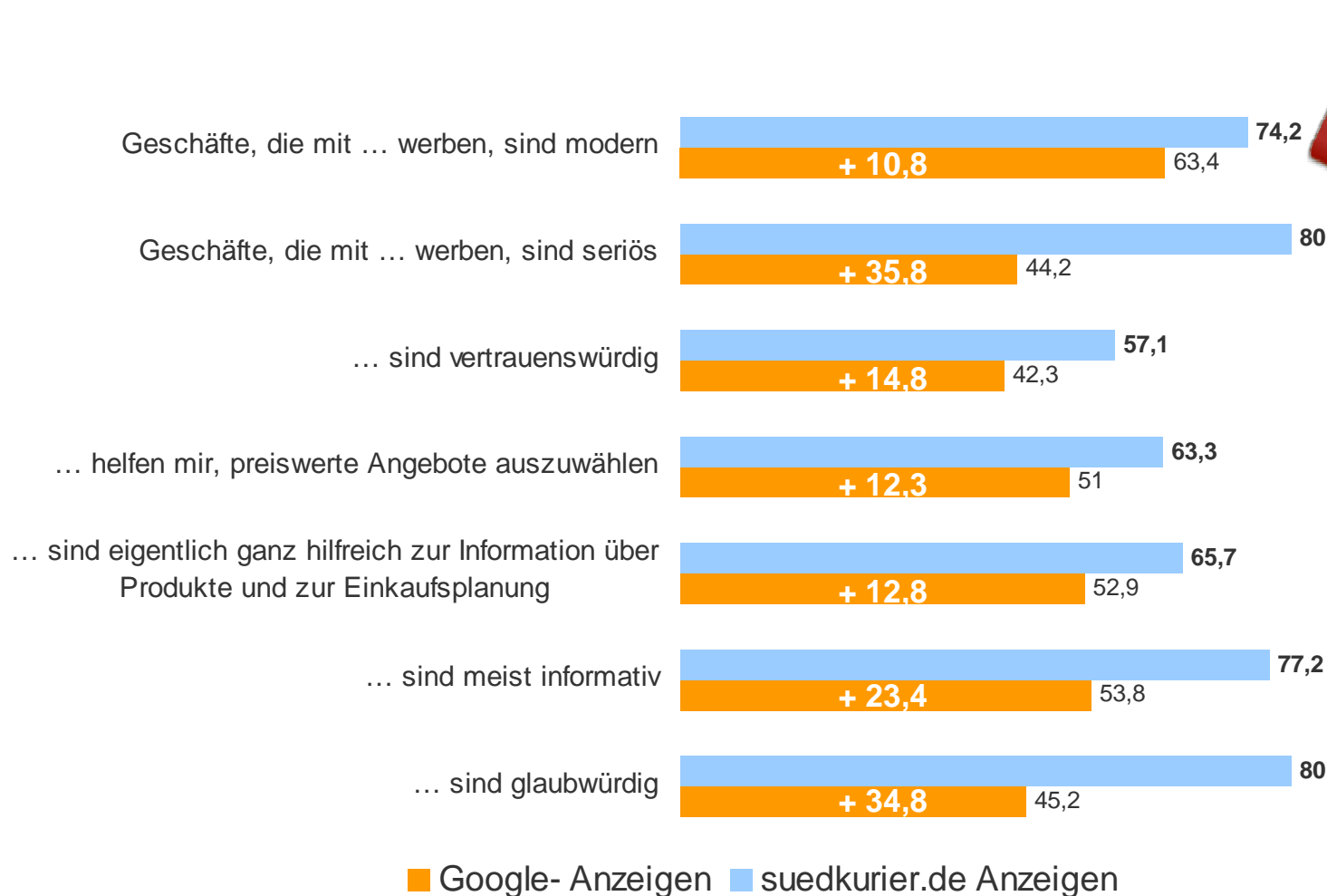
Einstellung zum Internetangebot und der Tageszeitung

Sämtliche Bewertungen des Online-Portals liegen auf annähernd gleich gutem Niveau wie die der Tageszeitung.



Die regionale Marke strahlt Ihre Qualität positiv aus.

# Vergleich Google Anzeigen und Anzeigen auf Suedkurier.de



Seriöser und moderner durch Anzeigen auf Suedkurier.de

Besonders in den Punkten Informationsgehalt, Seriosität und Glaubwürdigkeit übertrifft eine Anzeige auf Suedkurier.de eine Google Anzeige.