

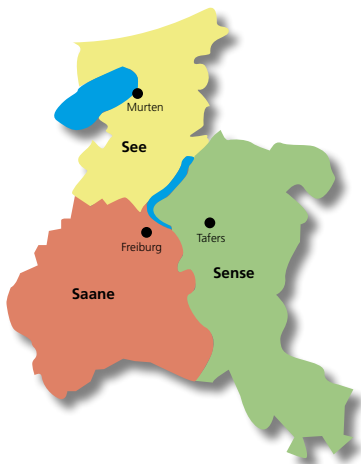
Freiburger Nachrichten

Der Murtenbieter

Anzeiger von Kerzers



Mediendokumentation
der Freiburger Nachrichten AG



Inhalt

Werbewahrnehmung	3
Wie stark wird die Inserate-Werbung beachtet?	3
Wie wird die Werbung von den Kundinnen/Kunden wahrgenommen?	4
Wie glaubwürdig erscheint die Werbung den Kundinnen/Kunden?	5
Wird die Werbung von den Kundinnen/Kunden als störend wahrgenommen?	6
Prospektbeilagen: Mehr als nur Beilage!	7
Reichweiten in den Bezirken	8
Verbreitungsdaten	10
Freiburger Nachrichten	10
Der Murtenbieter	12
Anzeiger von Kerzers	13
Kombination aller drei Titel	14
Kombination von Murtenbieter und Anzeiger von Kerzers	16
Seelandcombi (Der Murtenbieter, Anzeiger von Kerzers und Anzeiger Region Erlach)	17
Verbreitungsdaten der Schweizer Presse 2023	18
Die Leserinnen und Leser der Freiburger Nachrichten	19
Haushaltseinkommen	19
Interessen	20
Soziodemografische Merkmale	21
Kontakt	22
Inserieren Sie bei uns. Wir beraten Sie gerne.	22
Impressum	23



Werbewahrnehmung

Wie stark wird die Inserate-Werbung beachtet?

- Werbung in Zeitungen findet die meiste Beachtung: 78,9 % der Befragten geben an, Inserate zu beachten.
- Im Gegensatz dazu wird Radio-, Plakat- und Internetwerbung viel weniger stark beachtet.
- Wenig beachtet wird Werbung in sozialen Netzwerken (45,0 %)

**Inserate
sind die stärkste
Werbeform!**

Beachterkreis von Werbung nach Medien:	
in Zeitungen	78,9 %
im Fernsehen	76,6 %
in Zeitschriften	73,5 %
sonstige Prospekte/Kataloge	68,9 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	67,6 %
auf Plakaten	66,0 %
in Fachzeitschriften	61,8 %
im Radio	59,9 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	59,1 %
in/an Verkehrsmitteln	59,0 %
per E-Mail	57,5 %
im Kino	51,3 %
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	51,2 %
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	50,9 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	46,3 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	45,0 %

Quelle: MACH Consumer 2024

**Inserate finden
die grösste
Beachtung!**



Wie wird die Werbung von den Kundinnen/Kunden wahrgenommen?

- Inserate werden nicht nur beachtet, sondern auch als informativ wahrgenommen. 40,9 % der Befragten haben dies in der Studie angegeben.
- Im Vergleich dazu finden nur 7,5 % der potenziellen Kunden Werbung in mobilen Applikationen informativ.

Inserate sind informativ und glaubwürdig!

Die Werbung wird als informativ wahrgenommen	
in Zeitungen	51,6 %
in Zeitschriften	50,5 %
in Fachzeitschriften	47,9 %
in/an Verkehrsmitteln	39,0 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	34,9 %
im Radio	33,7 %
adressierte Werbesendungen/Werbebriefe/Kataloge mit persönlicher Anschrift im Briefkasten	33,0 %
im Fernsehen	31,0 %
Prospektbeilagen	28,9 %
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	28,7 %
auf Plakaten	27,9 %
sonstige Prospekte/Kataloge	26,8 %
in E-Mail	25,9 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	21,2 %
unadressierte Werbesendungen/Prospekte/Kataloge ohne Anschrift im Briefkasten	20,7 %
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	18,5 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	13,0 %
im Kino	11,5 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	10,4 %

Quelle: MACH Consumer 2024



Wie glaubwürdig erscheint die Werbung den Kundinnen/Kunden?

- Auch bei der Glaubwürdigkeit erzielen Inserate Bestnoten: 26,5 % bewerten die Werbung in Zeitungen als glaubwürdig.

Die Werbung wird als glaubwürdig wahrgenommen	
Fachzeitschriften	29,5 %
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	28,2 %
in Zeitungen	26,5 %
Zeitschriften	25,3 %
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	21,6 %
Prospektbeilagen	21,4 %
per E-Mail	18,6 %
im Radio	18,1 %
im Fernsehen	18,0 %
auf Plakaten	17,2 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	17,0 %
in/an Verkehrsmitteln	16,4 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	13,6 %
sonstige Prospekte/Kataloge	12,1 %
im Kino	11,4 %
adressierte Werbesendungen/Werbebriefe/Kataloge mit persönlicher Anschrift im Briefkasten	10,8 %
unadressierte Werbesendungen/Prospekte/Kataloge ohne Anschrift im Briefkasten	8,5 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	8,4 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	5,0 %

Quelle: MACH Consumer 2024



Wird die Werbung von den Kundinnen/Kunden als störend wahrgenommen?

- Im Gegensatz zu anderen Werbeformen stören Inserate nicht.



Die Werbung wird als störend wahrgenommen	
in Fachzeitschriften	16,2 %
in Zeitungen	16,7 %
in Zeitschriften	20,4 %
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	22,9 %
auf Plakaten	26,2 %
in/an Verkehrsmitteln	33,2 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	35,2 %
Prospektbeilagen	41,6 %
sonstige Prospekte/Kataloge	45,7 %
im Radio	47,4 %
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	48,3 %
adressierte Werbesendungen/Werbebriefe/Kataloge mit persönlicher Anschrift im Briefkasten	48,4 %
im Kino	52,5 %
im Fernsehen	56,2 %
per E-Mail	57,1 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	58,0 %
unadressierte Werbesendungen/Prospekte/Kataloge ohne Anschrift im Briefkasten	67,4 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	68,6 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	79,9 %

Quelle: MACH Consumer 2024



Prospektbeilagen: Mehr als nur Beilage!

✓ Die ideale Lösung:

48,48 % der Briefkästen im Kanton Freiburg haben einen Stopp-Kleber.

Diese Haushalte sind mit unadressierten Postsendungen nicht erreichbar!
Die Prospektbeilage in der Tageszeitung bietet hier die ideale Lösung.
(Quelle: die Schweizerische Post)

✓ Starke Werbeform:

78 % der Leserinnen und Leser beachten die Prospektbeilagen in ihrer Tageszeitung. (Quelle: WEMF Ad-Hoc-Leserbefragung 2015)

✓ Grosse Reichweite:

Mit einer Prospektbeilage in der Grossauflage der Freiburger Nachrichten erreichen Sie donnerstags 55.000 Leserinnen und Leser.
(Quelle: MACH Basic 2024-1)

Prospektbeilagen
kommen an –
trotz Stopp-
Werbung Kleber!





Reichweiten in den Bezirken

- Die Reichweite gibt den Anteil der Zielpersonen an, die durch einen Werbeträger erreicht werden.
- Mit einem Inserat in der Normalauflage der «Freiburger Nachrichten» erreichen Sie im Sensebezirk 57,4 %, mit der Grossauflage donnerstags 70,6 %.
- Im zweisprachigen Seebezirk werden mit der Normalauflage der «Freiburger Nachrichten» 23,2 % der Menschen erreicht, mit der Grossauflage 53,2 %.
- **Im Sense- und Seebezirk sind die «Freiburger Nachrichten» der reichweitenstärkste Titel.**



Titel	Sensebezirk	Seebezirk	Saanebezirk
Freiburger Nachrichten Grossauflage	75,6 %	53,2 %	3,6 %
Freiburger Nachrichten Normalauflage	64,4 %	23,2 %	3,6 %
20 Minuten Deutschschweiz	19,2 %	22,5 %	1,7 %
Blick	8,1 %	8,2 %	0,4 %
BZ/Bund GES	8,0 %	13,3 %	0,0 %
La Liberté	4,6 %	11,5 %	45,2 %
La Gruyère	0,0 %	0,0 %	8,5 %

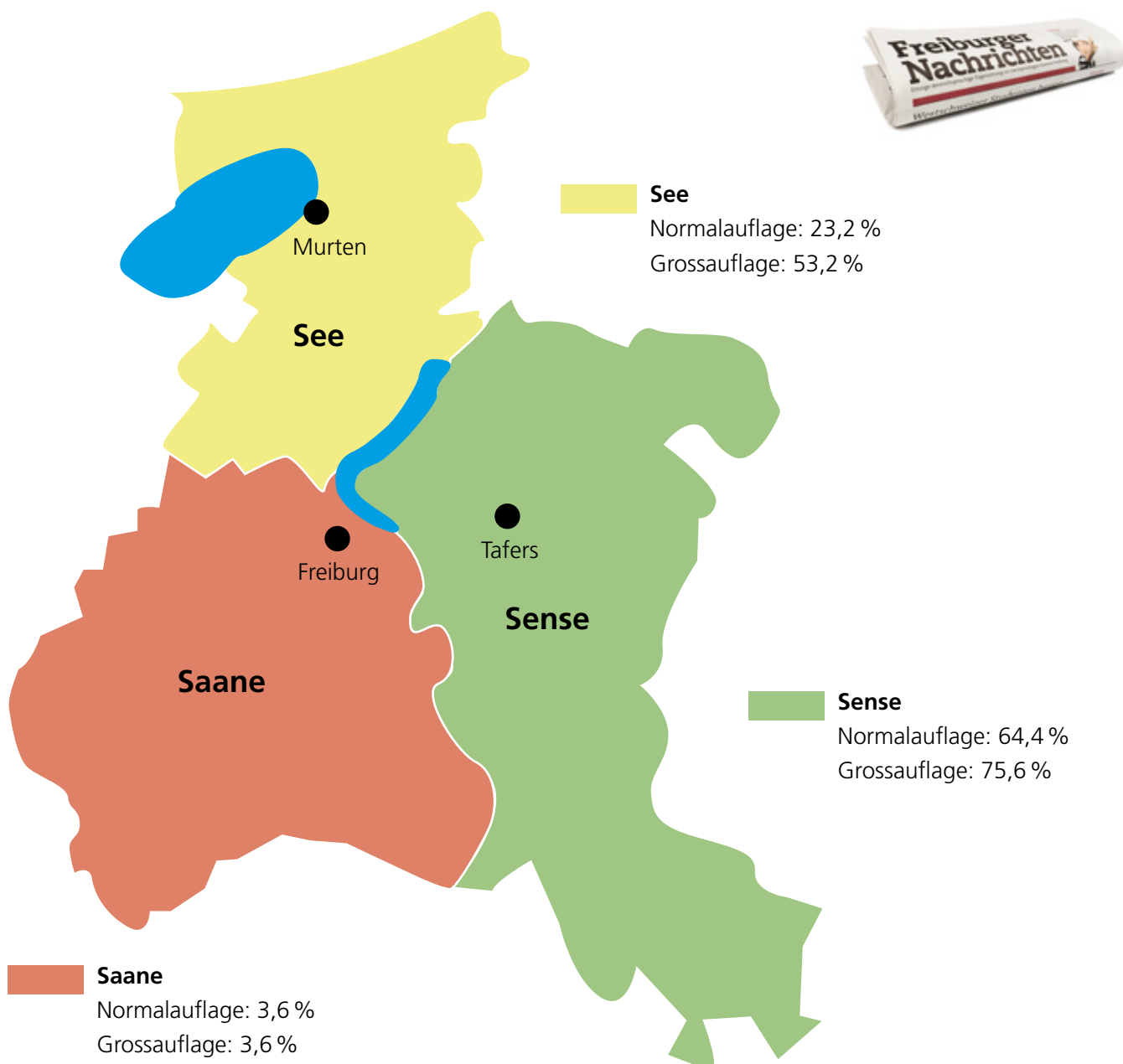
Quelle: MACH Basic 2024-1



Freiburger Nachrichten, Normalauflage: **33 000 Leser**

Freiburger Nachrichten, Grossauflage: **55 000 Leser**

Quelle: MACH Basic 2023-2



Quelle: MACH Basic 2024-1

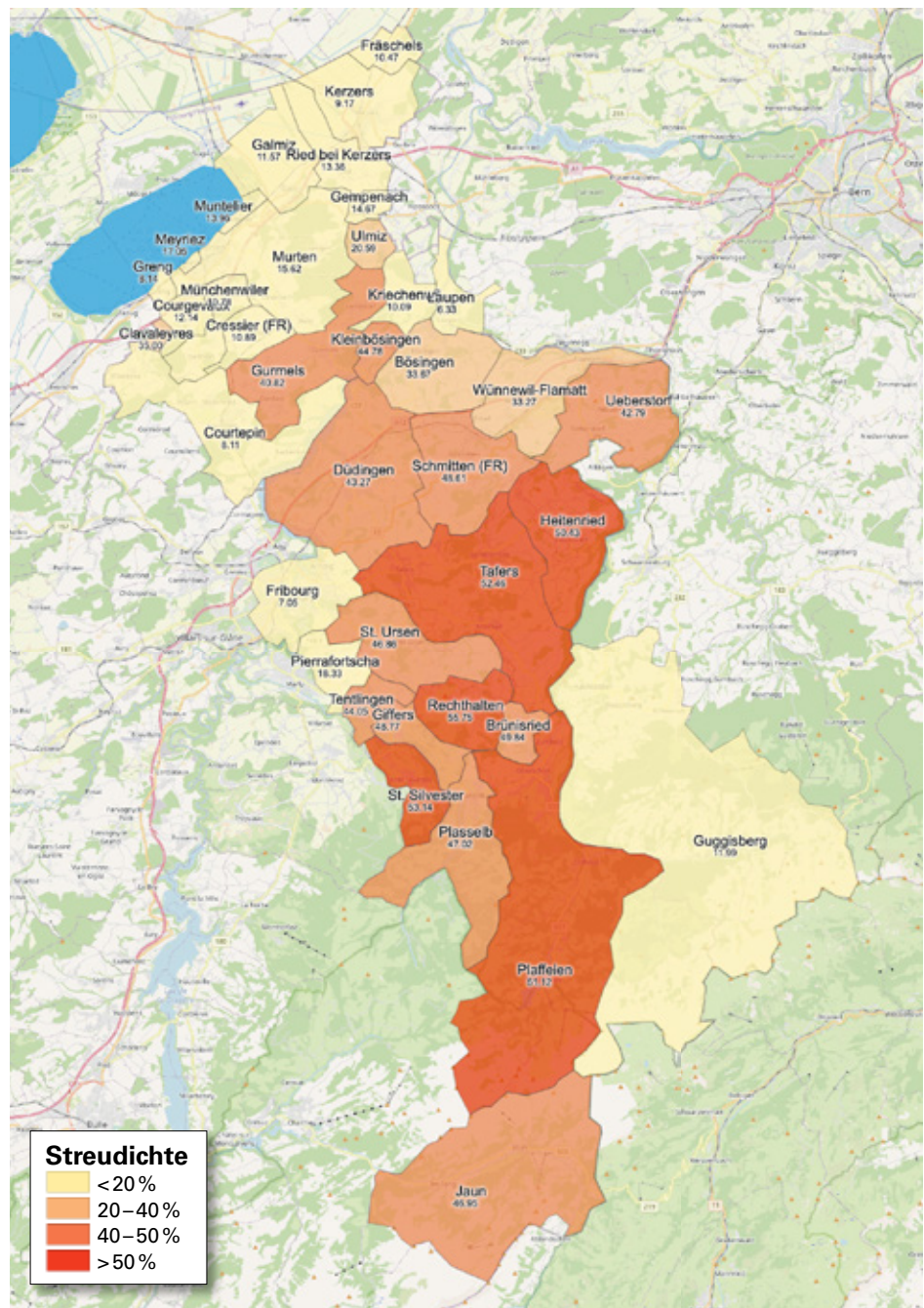


Verbreitungsdaten

Die Verbreitung bezeichnet die Anzahl der Haushalte, die ein Werbeträger in einem Gebiet erreicht.

Freiburger Nachrichten

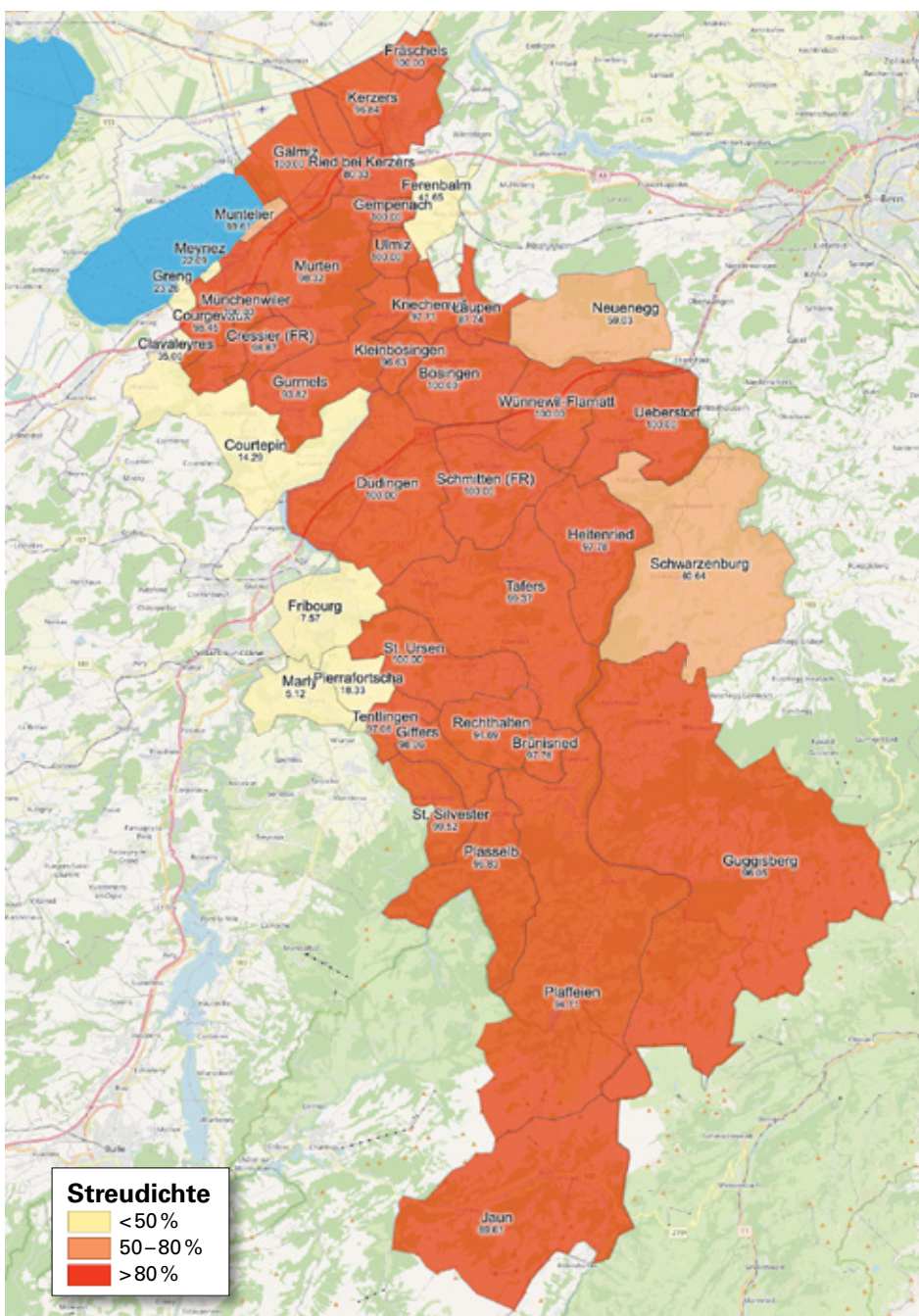
- Die abonnierte **Normalauflage** der «Freiburger Nachrichten» erreicht in Deutschfreiburg bis zu 60 % der Haushalte und hat eine verbreitete Auflage von **16 195** Exemplaren und wird von **33 000** Leserinnen und Leser gelesen (*WEMF-beglaubigt*).



Quelle: Verbreitungsdaten 2024



- Die **Grossauflage** der «Freiburger Nachrichten» hat eine verbreitete Auflage von **43 987** Exemplaren. Sie erscheint am Donnerstag und wird in praktisch alle Haushalte in Deutschfreiburg gestreut. Somit erreichen wir **55 000** Leserinnen und Leser (*WEMF-beglaubigt*).

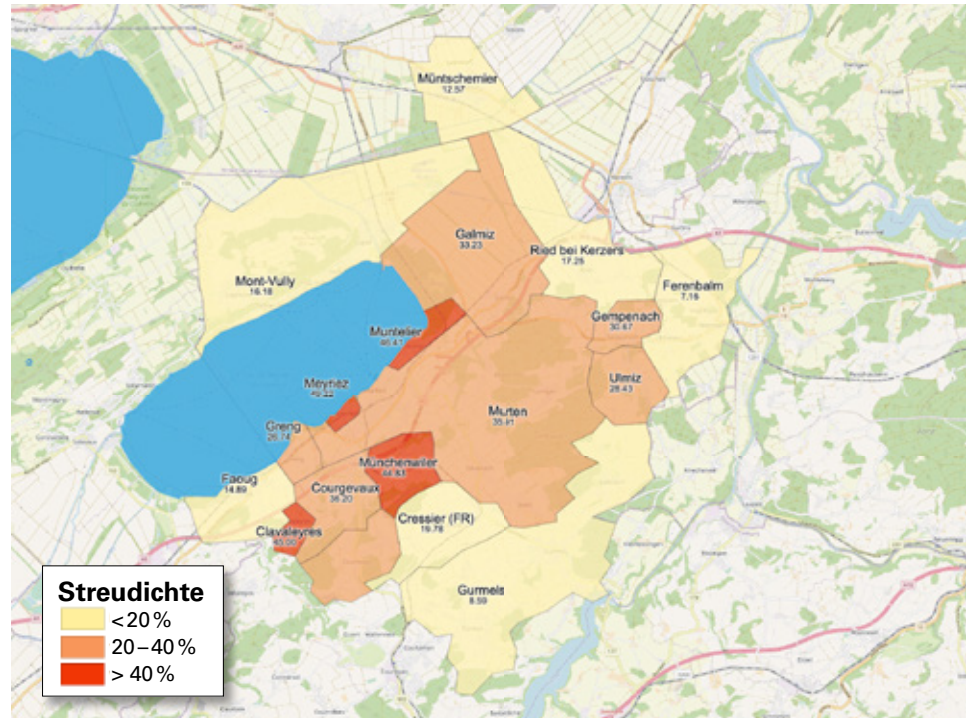


Quelle: Verbreitungsdaten 2023



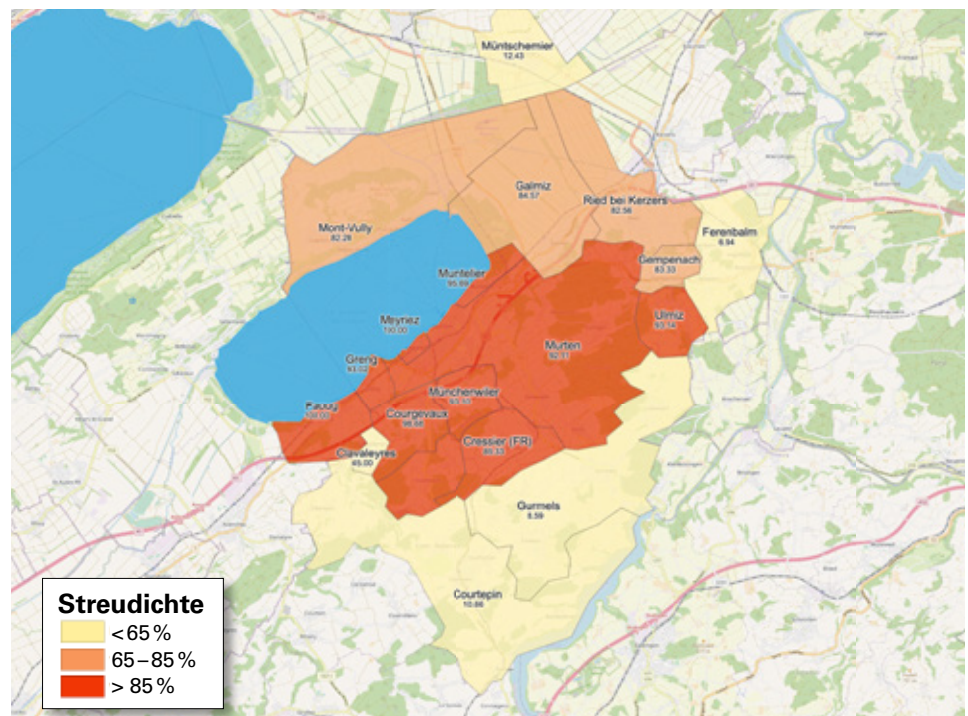
Der Murtenbieter

- Die **Normalauflage** des «Murtenbieters» hat eine verbreitete Auflage von **4014** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*) und erscheint am Dienstag und Freitag.



Quelle: Verbreitungsdaten 2024

- Die **Grossauflage** des «Murtenbieters» erscheint am letzten Dienstag im Monat und hat eine verbreitete Auflage von **10587** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).

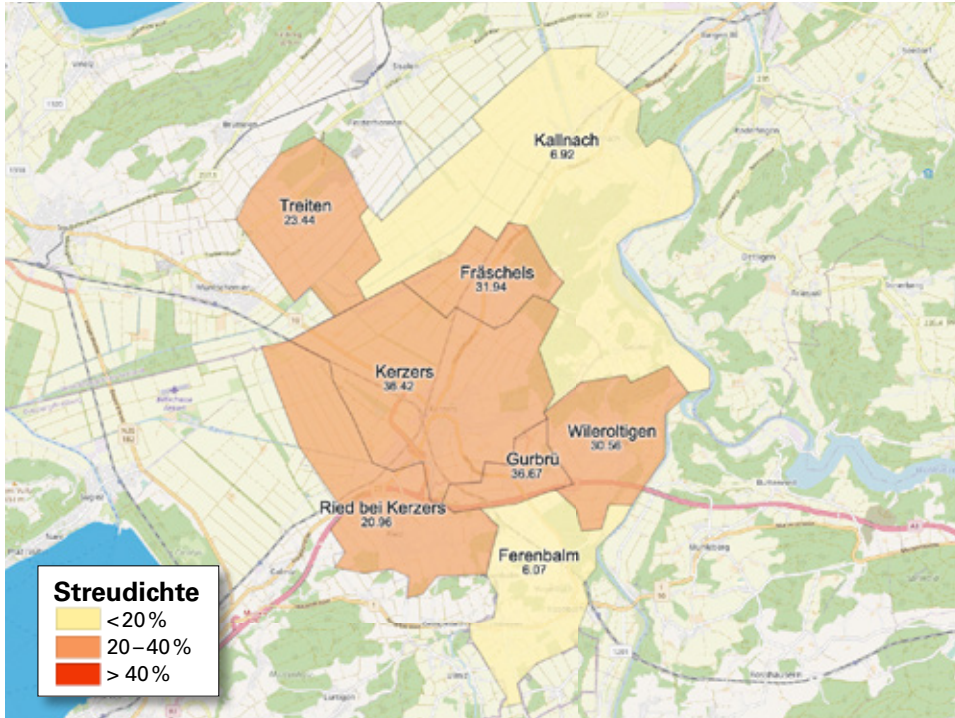


Quelle: Verbreitungsdaten 2024



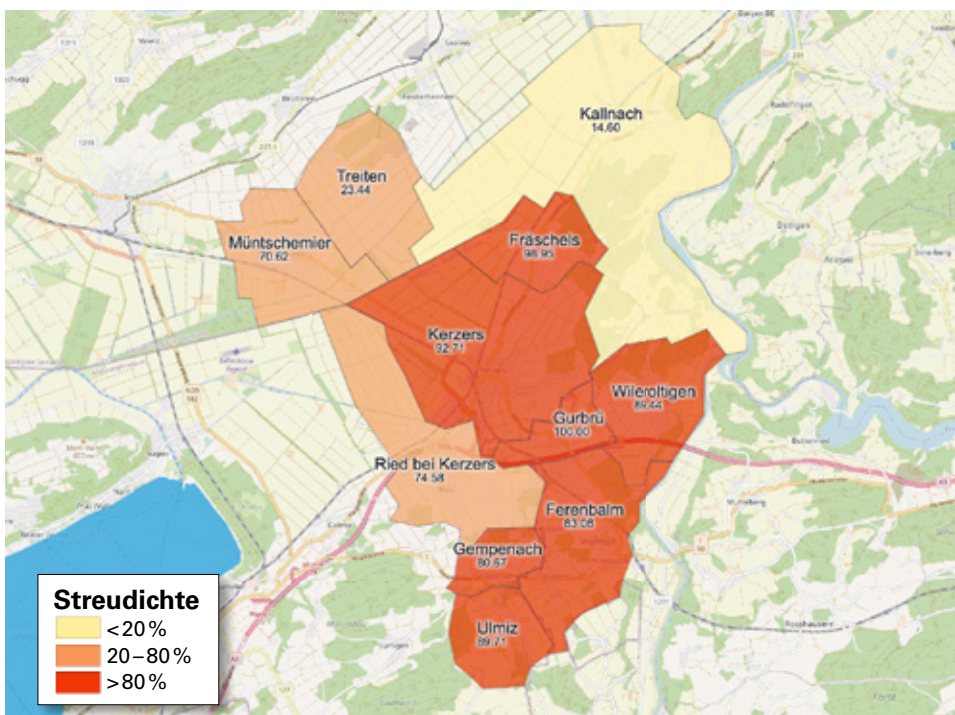
Anzeiger von Kerzers

- Die **Normalauflage** des «Anzeigers von Kerzers» erscheint mittwochs und erzielt eine verbreitete Auflage von **1519** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).



Quelle: Verbreitungsdaten 2024

- Die **Grossauflage** des «Anzeigers von Kerzers» erscheint 4-mal pro Jahr und hat eine verbreitete Auflage von **4877** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).



Quelle: Verbreitungsdaten 2024



Kombination aller drei Titel

Die abonnierte **Normalauflage** hat eine verbreitete Auflage von **21 728** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).

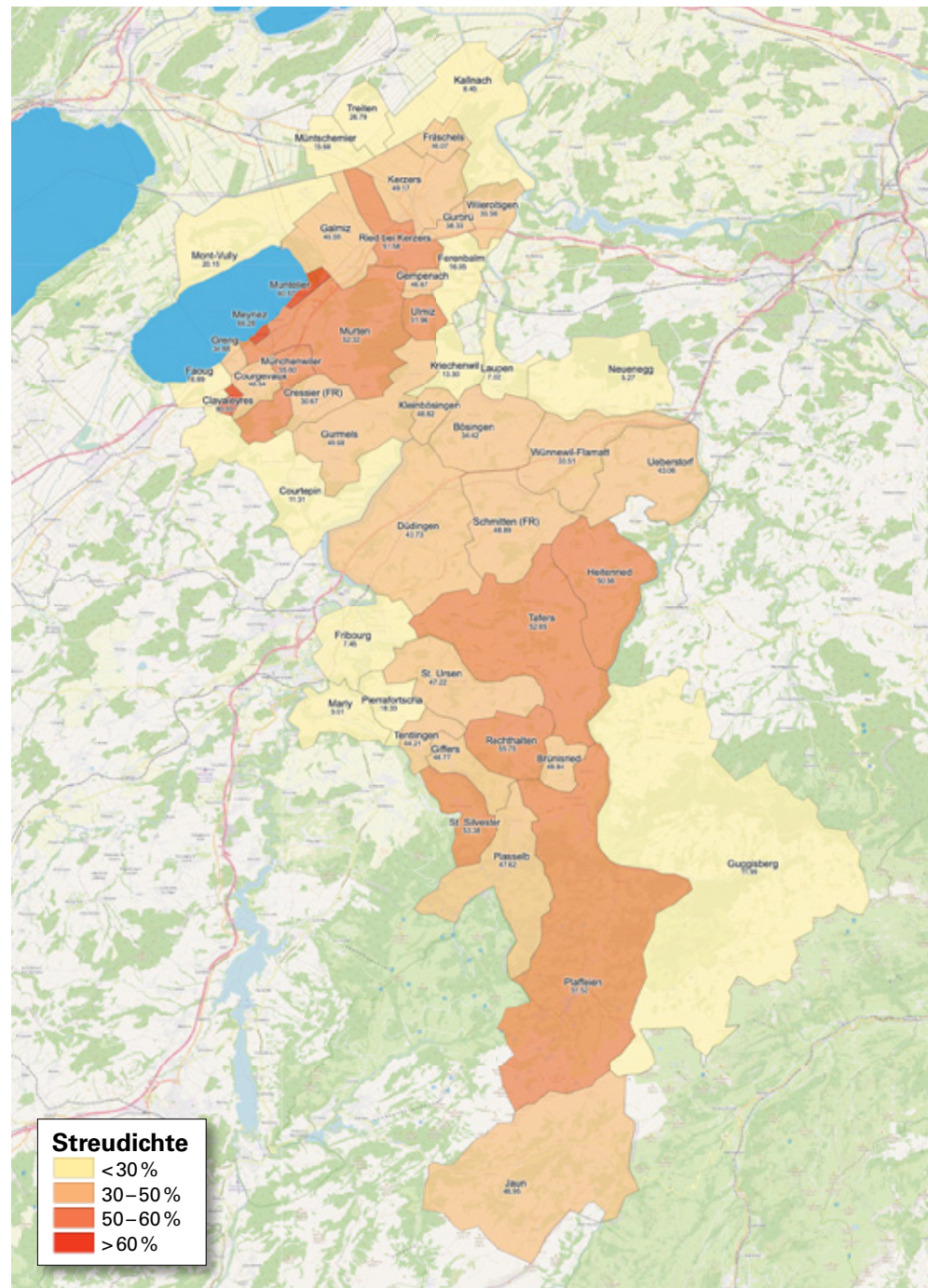
Die **«Freiburger Nachrichten» Normalauflage** erreicht zudem **33 000 Leserinnen und Leser**, die Kombination **«Murtenbieter»/«Anzeiger von Kerzers»** erreicht **8 000** Personen (*MACH Basic 2024-1*).

Zusammen erreichen die drei Titel in der Normalauflage einen substantziellen Teil der Deutschfreiburger Bevölkerung.



**Unschlagbare
Verbreitung für
nur 25%
Aufpreis!**

Inserate können auch in allen drei Titeln gleichzeitig geschaltet werden. Dies kostet **lediglich einen Aufpreis von 25%** auf den Inseratetarif der Freiburger Nachrichten.



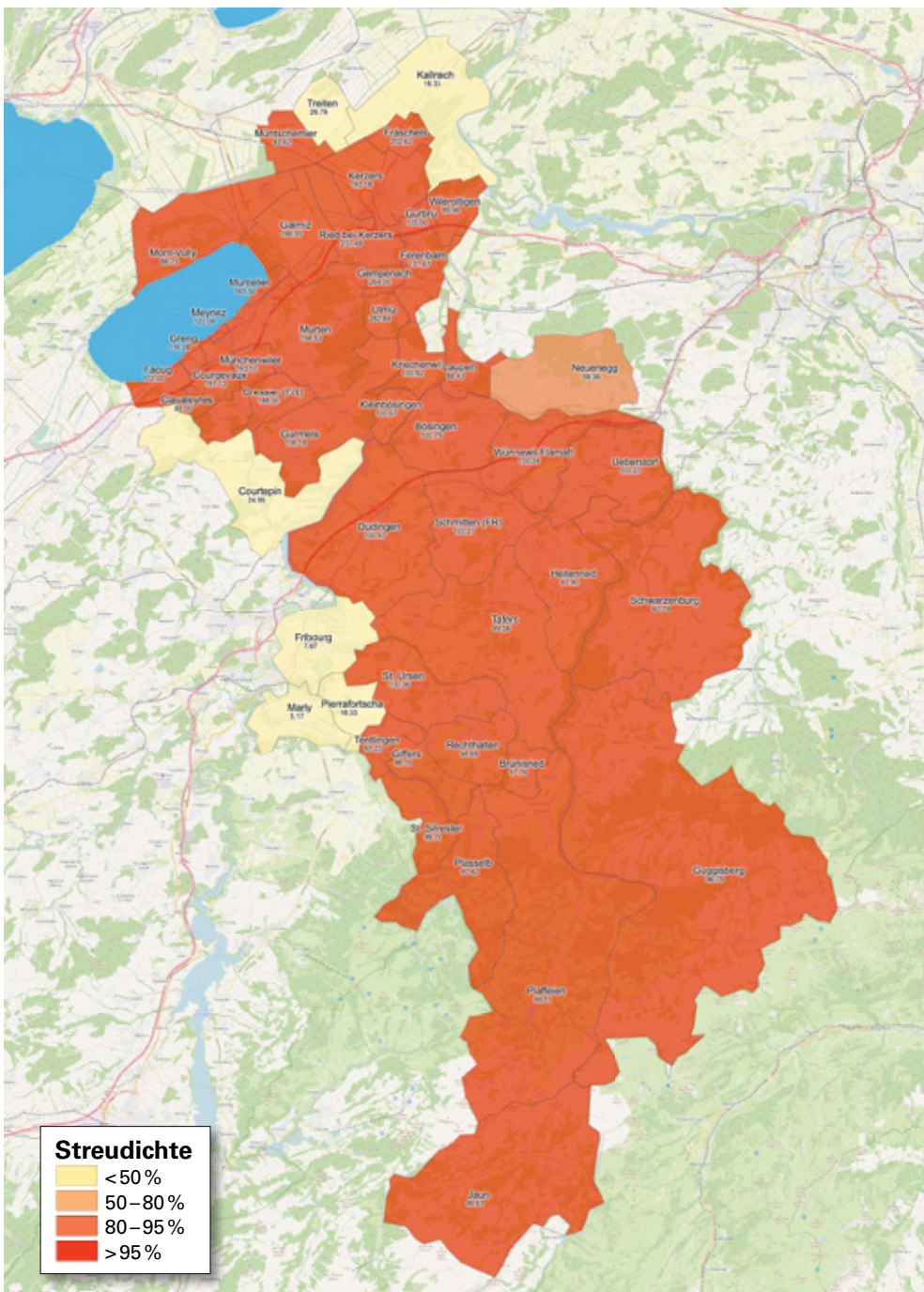
Quelle: Verbreitungsdaten 2024



Mit der **Grossauflage** der «Freiburger Nachrichten» und der Normalauflage des «Murtenbieters» und des «Anzeigers von Kerzers» werden praktisch alle Haushalte in Deutschfreiburg abgedeckt. Die verbreitete Auflage beträgt **49 520** Exemplare (VEMF-beglaubigt).

Die **«Freiburger Nachrichten»-Grossauflage** erreicht **57 000 Leserinnen und Leser**, die Kombination **«Murtenbieter»/«Anzeiger von Kerzers»** erreicht **9 000** Personen mit den Normalauflagen. (Quelle: MACH Basic 2024-1).

Zusammen erreichen die drei Titel einen grossen Teil der 80 005 Personen in den beiden deutschsprachigen Bezirken Sense und See des Kantons Freiburg (Quelle: Statistisches Jahrbuch des Staates Freiburg 2019).

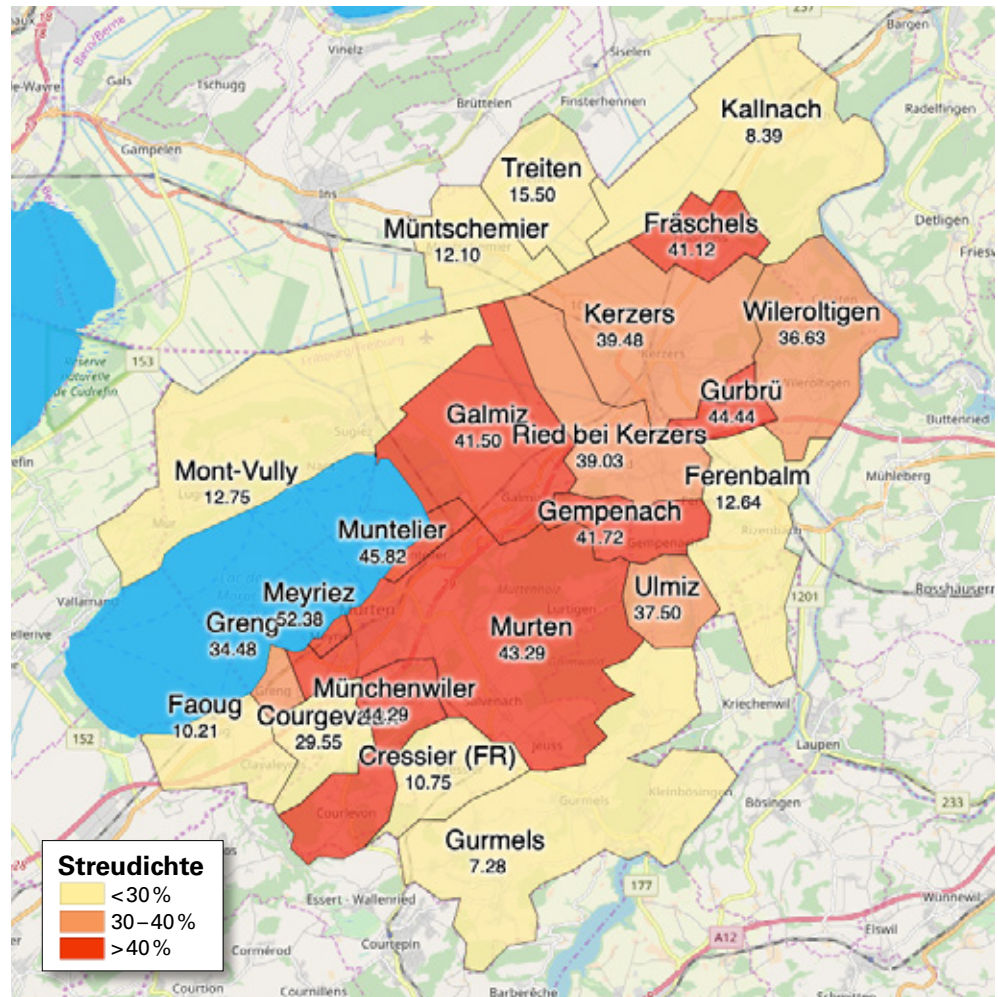


Quelle: Verbreitungsdaten 2024



Kombination von Murtenbieter und Anzeiger von Kerzers

Die **Normalauflagen** des «Murtenbieters» und des «Anzeigers von Kerzers» erreichen zusammen eine verbreitete Auflage von **5533** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*) und erreicht 8000 Leserinnen und Leser in den Regionen Murten und Kerzers. (*MACH Basic 2024-1*).

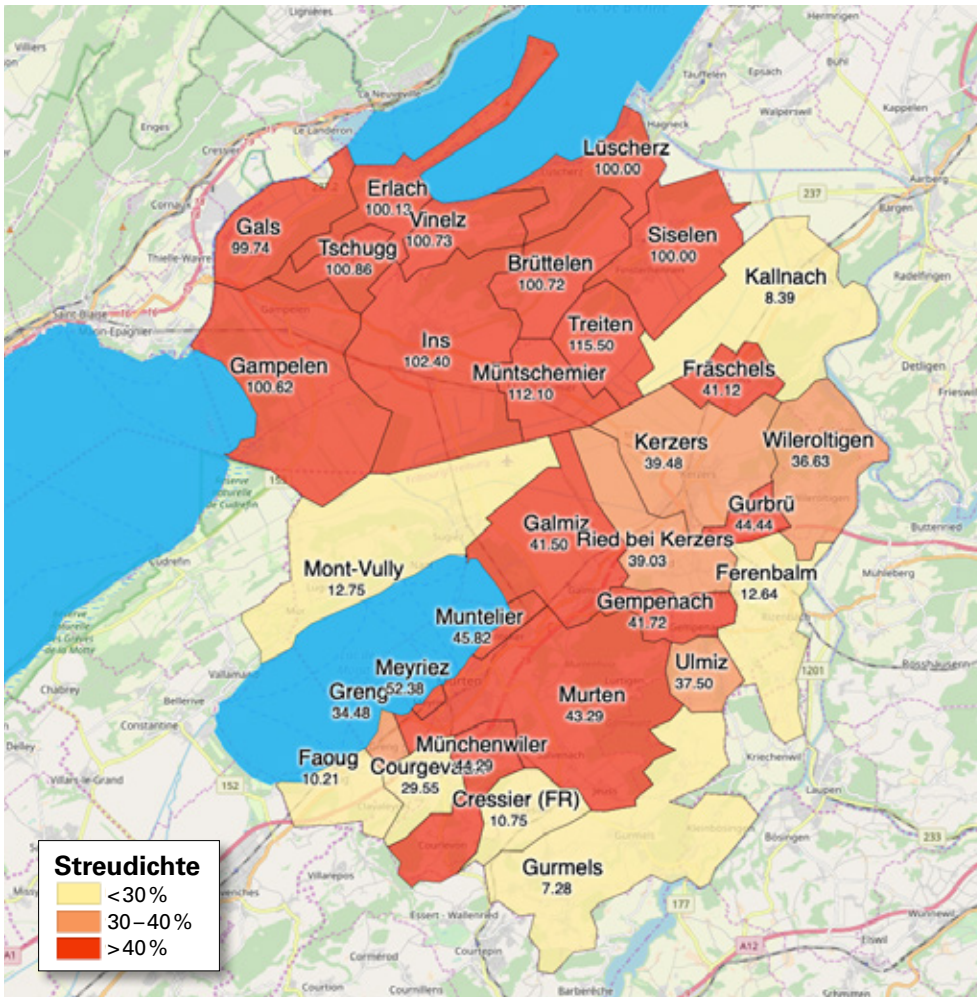


Quelle: WEMF Verbreitungsdaten 2024



Seelandcombi (Der Murtenbieter, Anzeiger von Kerzers und Anzeiger Region Erlach)

Der Seelandcombi besteht aus dem «Murtenbieter», dem «Anzeiger von Kerzers» und dem «Anzeiger Region Erlach» und erreicht eine verbreitete Auflage von **11832** Exemplaren (WEMF-beglaubigt).

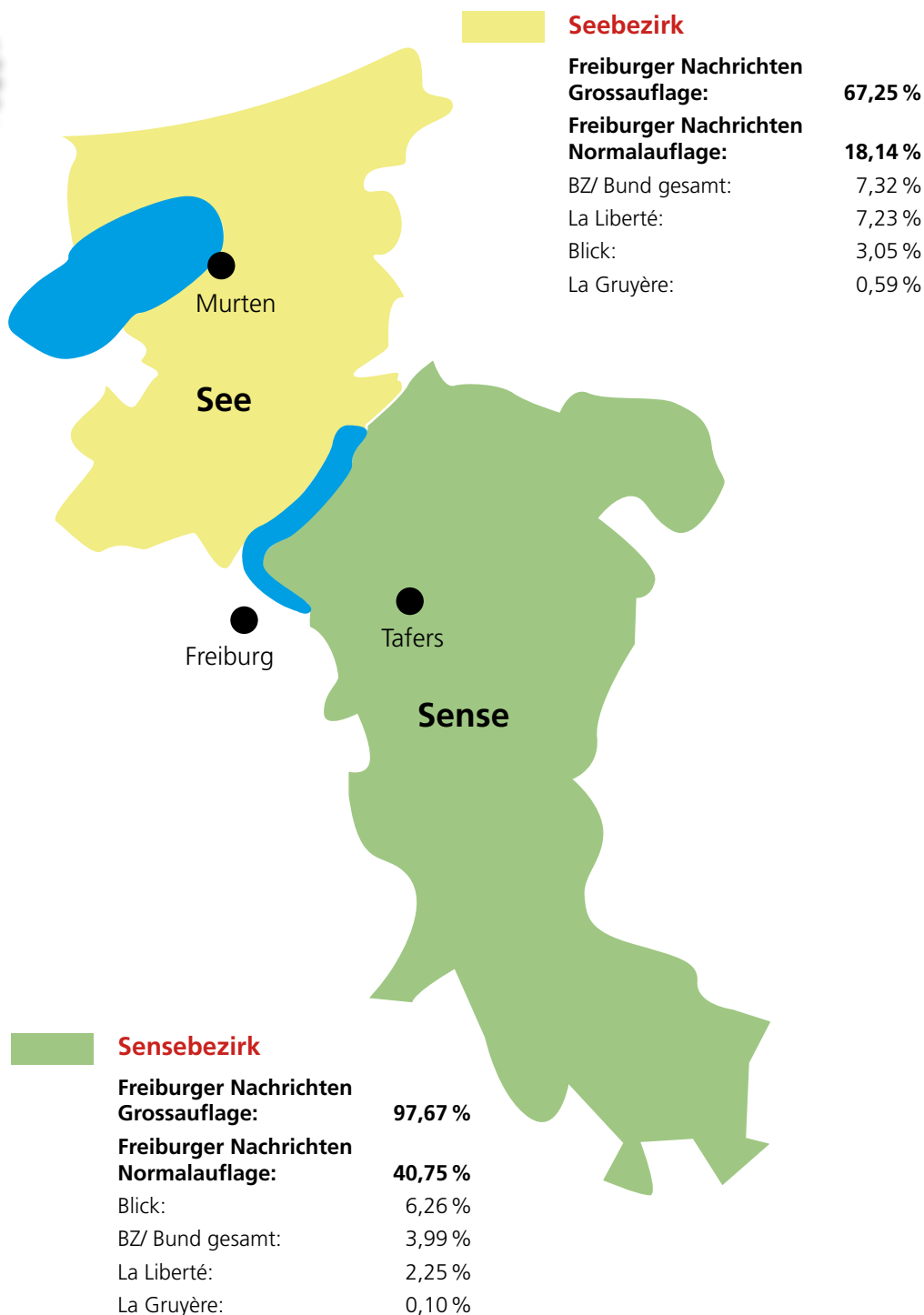


Quelle: WEMF Verbreitungsdaten 2024



Verbreitungsdaten der Schweizer Presse 2024

Die höchste
Streudichte
im Sense- und
Seebezirk!



Quelle: Verbreitungsdaten 2024



Die Leserinnen und Leser der Freiburger Nachrichten

Freiburger Nachrichten, Normalauflage: **33 000 Leser**

Freiburger Nachrichten, Grossauflage: **55 000 Leser**

Haushaltseinkommen

Bruttoeinkommen pro Haushalt (k.A. ersetzt)	Freiburger Nachrichten Normalauflage	Freiburger Nachrichten Grossauflage
bis Fr. 1999.–	2,5 %	2,0 %
Fr. 2000.– bis Fr. 3999.–	12,4 %	12,3 %
Fr. 4000.– bis Fr. 5999.–	20,6 %	20,6 %
Fr. 6000.– bis Fr. 7999.–	23,0 %	25,4 %
Fr. 8000.– bis Fr. 9999.–	15,2 %	17,0 %
Fr. 10 000.– bis Fr. 14 999.–	19,2 %	17,7 %
über Fr. 15 000.–	7,1 %	4,9 %

Quelle: MACH Basic 2024-1





Interessen

Interessen (gruppiert) sehr stark/eher stark	Freiburger Nachrichten Normalauflage	Freiburger Nachrichten Grossauflage
Lokale und regionale Informationen und Themen	88,0 %	88,2 %
Tiere und Natur	74,2 %	77,6 %
Gesundheit und Ernährung	71,8 %	73,2 %
Nationale und internationale Politik und Themen	69,6 %	64,9 %
Umweltschutz	69,1 %	70,3 %
Unterhaltung, Humor	66,4 %	64,0 %
Gastronomie, Essen und Kochen	62,8 %	62,0 %
Sport	62,6 %	59,5 %
Reisen	59,1 %	57,5 %
Rock, Pop, R'n'B	56,4 %	56,9 %
Familie, Kinder und Partnerschaft	55,3 %	56,6 %
Ausbildung, Weiterbildung	44,2 %	43,5 %

Quelle: MACH Basic 2024-1





Soziodemografische Merkmale

Soziodemografische Merkmale	Freiburger Nachrichten Normalauflage	Freiburger Nachrichten Grossauflage
Geschlecht		
Mann	52,0 %	49,0 %
Frau	48,0 %	51,0 %
Alter		
14–19	6,5 %	5,6 %
20–29	6,2 %	8,5 %
30–39	5,0 %	11,1 %
40–49	17,8 %	15,6 %
50–59	31,6 %	26,2 %
60–69	16,9 %	16,8 %
70–79	11,3 %	11,6 %
80–89	4,1 %	4,1 %
Schulbildung		
obligatorisch	19,6 %	17,9 %
mittel	56,4 %	56,6 %
hoch	24,0 %	25,5 %
Berufliche Stellung		
selbstständig	11,3 %	7,7 %
angestellt mit Vorgesetztenfunktion	19,4 %	21,7 %
angestellt ohne Vorgesetztenfunktion	32,2 %	32,4 %
Lebenswelten		
In der Ausbildung	8,4 %	8,4 %
Junge ohne Kinder	5,0 %	7,0 %
Junge mit Kinder	4,3 %	8,3 %
Ohne Kinder	40,7 %	35,9 %
Mit Kindern	15,5 %	14,7 %
Pensionäre	26,1 %	25,7 %

Quelle: MACH Basic 2024-1



Kontakt

Inserieren Sie bei uns. Wir beraten Sie gerne.

Freiburger Nachrichten AG

Avenue de Tivoli 3, 1701 Freiburg

Tel. 026 347 30 01

www.freiburger-nachrichten.ch



Impressum

Auftraggeber: Freiburger Nachrichten AG

Konzept & Realisation: Freiburger Nachrichten AG

Text: Freiburger Nachrichten AG



Freiburger Nachrichten AG, Avenue de Tivoli 3, 1701 Freiburg, Tel. 026 347 30 01, www.freiburger-nachrichten.ch