



# SONDERFORMATE IN ZEITUNGEN

Eine Analyse der Anzeigenbeobachtung  
der ZMG

# WICHTIGSTE ERGEBNISSE

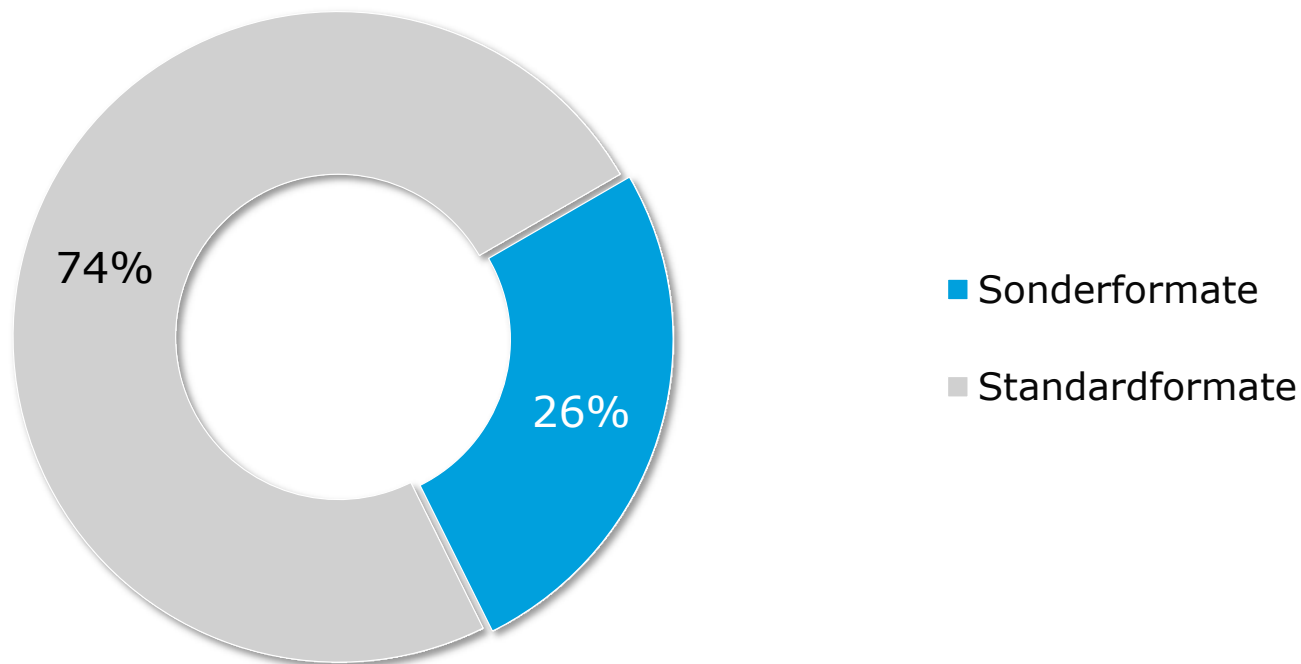
Grundlage für diese Analyse sind alle in der ZMG-Anzeigenbeobachtung erfassten Anzeigen von Januar bis Dezember 2020.

Die Branche **Handel** liegt im Branchenranking – gemessen nach der Anzahl der geschalteten Sonderformate – auf Platz eins, gefolgt von den Branche **Dienstleistungen**.

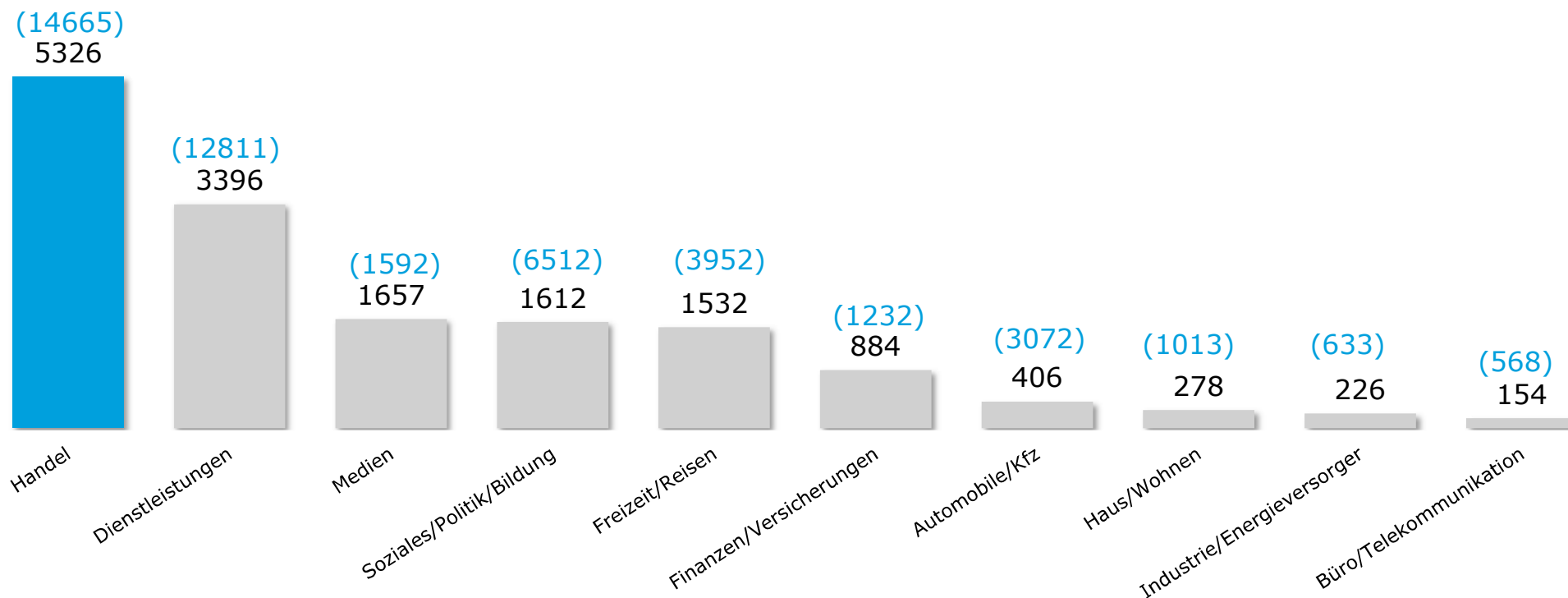
„**Textteil-Anzeigen**“ sind bei Anzeigenkunden besonders beliebt. „**Sponsoring**“ liegt auf Platz zwei, danach folgen die Sonderformate „**Griffecke/Titelfuß/Titelstreifen**“ und „**Advertorial**“.

Mit „**Textteil-Anzeigen**“ sowie „**Griffecke/Titelfuß/Titelstreifen**“ hat vor allem der Handel geworben. Die Werbeform „**Sponsoring**“ kam vor allem bei Medien zum Einsatz. „**Advertorial**“ haben am häufigsten die Branche Pharmazie und Handel eingesetzt.

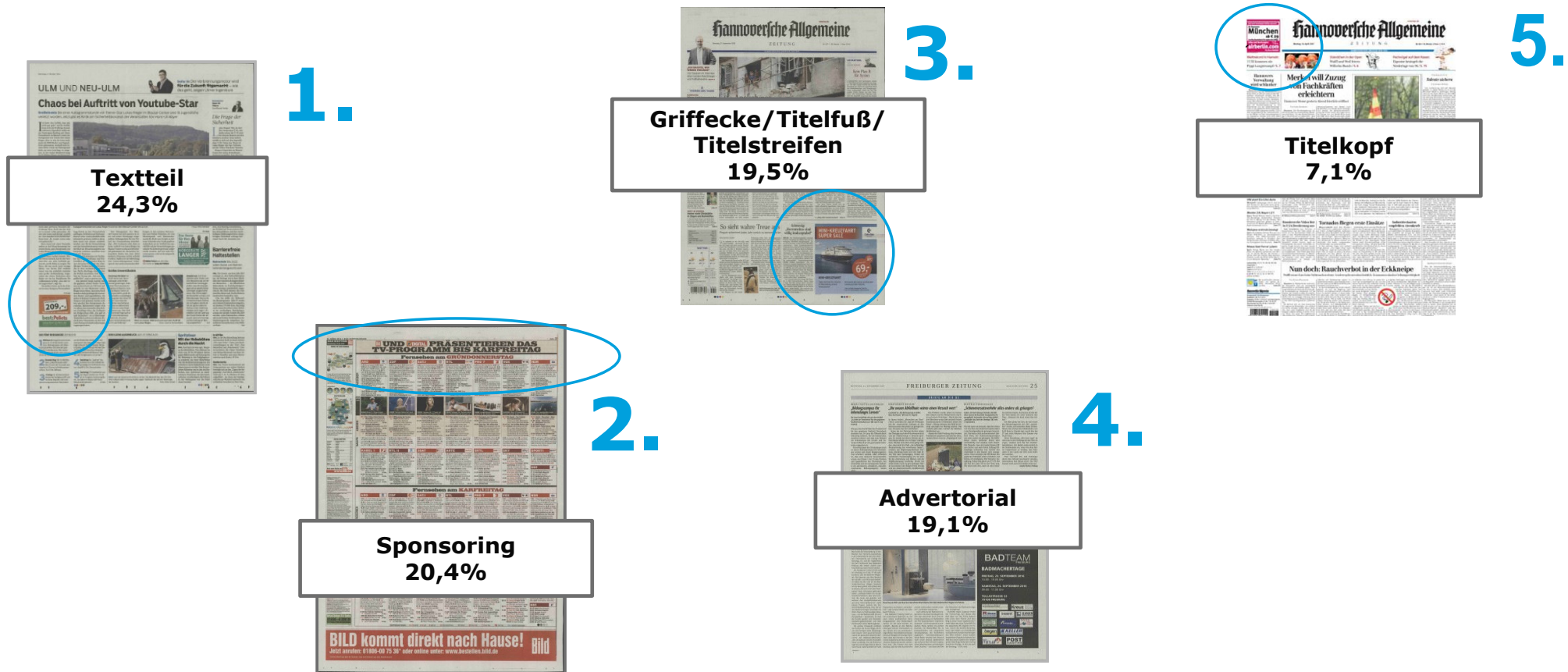
# ZEITUNGSANZEIGEN IN DER GEDRUCKTEN ZEITUNG 2020



# ANZAHL SONDERFORMATE NACH BRANCHEN (TOP 10) 2020



# GENUTZTE SONDERFORMATE (TOP 5) 2020



Seite 5 **Basis:** Anzeigenschaltungen mit Sonderformat 2020 (63.698 Anzeigen gesamt davon 16.775 Sonderformate)| **Quelle:** AdVision digital Anzeigenbeobachtung 2020

# GENUTZTE SONDERFORMATE (TOP 5) NACH BRANCHEN

2020



## Textteil



Handel (41,3%)  
 Dienstleistungen (28,7%)  
 Soziales/Politik/Bildung (7,8%)  
 Sonstige Branchen (22,2%)



## Sponsoring



Medien (35,1%)  
 Handel (15,8%)  
 Dienstleistungen (14,1%)  
 Sonstige Branchen (35%)



## Griffecke



Handel (40,7%)  
 Dienstleistungen (14,5%)  
 Soziales/Politik/Bildung (13,8%)  
 Sonstige Branchen (31,0%)



## Advertorial



Pharmazie (22,0%)  
 Handel (20,4%)  
 Dienstleistungen (16,2%)  
 Sonstige Branchen (41,4%)



## Titelkopf



Handel (46,2%)  
 Dienstleistungen (31,3%)  
 Soziales/Politik/Bildung (5,0%)  
 Sonstige Branchen (17,5%)

# METHODISCHER ÜBERBLICK

- /// Die Analyse der ZMG-Anzeigenbeobachtung gibt einen Überblick über den Einsatz von Sonderwerbformen in deutschen Tageszeitungen.
- /// In die Auswertung wurden zwanzig Tageszeitungen einbezogen, die AdVision digital täglich vercodet. Grundlage der Analyse bilden alle aus diesen Titeln erfassten Anzeigen von Januar bis Dezember 2020. Es wurden alle Anzeigen miteinbezogen, die mindestens ¼ Seite groß sind. Sonderwerbformen wurden größenunabhängig erfasst. Alle Anzeigen wurden in der AdZyklopädie-Datenbank ausgewertet.
- /// Die Tageszeitungen setzen sich wie folgt zusammen: 1 Kaufzeitung, 2 überregionale Tageszeitungen, 17 regionale Tageszeitungen.
- /// Dabei verteilen sich die regionalen Tageszeitungen auf alle acht Nielsegebiete.

# KONTAKT

Grit Rother  
Projektleitung Forschung

Telefon +49 69 / 97 38 22 - 66

Fax +49 69 / 97 38 22 - 51

E-Mail: [rother@zmg.de](mailto:rother@zmg.de)