

## PRESSEINFORMATION

### **ZMG veröffentlicht Benchmark-Daten**

**Die ZMG stellt aktuelle Branchendaten aus der Werbetracking-Studie ZMG Media Monitor ab sofort online zur Verfügung.**

Frankfurt am Main, den 1. November 2016 - Seit März 2016 haben die deutschen Zeitungen mit der Erweiterung ihrer Werbetracking-Studie ZMG Media Monitor die Werbewirkungsforschung ausgebaut. Nun stellt die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft der Werbebranche laufend aktualisierte Awareness-Daten online zur Verfügung.

### **Media Monitor Benchmarking zeigt Werbeerinnerung**

Ab sofort können Nutzer auf der Website [www.die-zeitungen.de](http://www.die-zeitungen.de) frei auf Trackingdaten zur Werbeerinnerung zugreifen. Das neue Tool Media Monitor Benchmarking stellt die Daten auf Branchenebene grafisch dar und blendet zusätzlich die Gesamt-Spendings der Branche ein. Die Visualisierung erfolgt mit einem interaktiven Chart. Nutzer können sich die Werbeerinnerung im Zeitverlauf und für unterschiedliche Zielgruppen (Geschlecht und Alter) nach Wahl anzeigen lassen.

Im ersten Schritt veröffentlicht die ZMG Daten zur Automobilbranche. Weitere Branchen sollen folgen. Die User wählen selbst, für welche Zielgruppe oder Kombination von Zielgruppen die Werbeerinnerung von Zeitungslesern im Vergleich zur Gesamtbevölkerung dargestellt wird.

Im gesamten Zeitverlauf zeigt sich, dass Zeitungsleser eine überdurchschnittliche Werbeerinnerung in allen Zielgruppen haben, sich also besser an Kampagnen erinnern als der Durchschnitt der Bevölkerung.

ZMG ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT MBH & CO. KG

...2

„Media Monitor Benchmarking macht Werbe-Awareness transparent. Nutzer können auf einen Blick sehen, wie gut Autowerbung im Branchendurchschnitt erinnert wird. Und dass Zeitung sich rechnet: Zeitungsleser haben durch die Bank eine überdurchschnittliche Werbeerinnerung“, so Alexander Potgeter, Leiter Forschung und Mitglied der Geschäftsleitung der ZMG.

## **Werbeeffizienz in der Autobranche**

Mit einem Branchenmodeling zur Automobilbranche hatte die ZMG erst jüngst eine Studie zur Werbewirkung in der Autobranche vorgelegt und untersucht, wie effektiv Werbemaßnahmen sind. Das Modeling zeigt, dass die Medienkanäle mit ihrem jeweiligen Anteil an den Werbeinvestitionen sehr unterschiedliche Wirkungen beim Kunden erzielen. So entfällt zwar auf die Zeitungen weniger Werbebudget als auf TV. Sie haben aber den höchsten Anteil an der Werbewirkung. Zeitung und Internet sind die effizientesten Werbeträger für Autohersteller.

Der neue Media Monitor Benchmarking steht auf:

[www.die-zeitungen.de/forschung-studien/zmg-media-monitor.html](http://www.die-zeitungen.de/forschung-studien/zmg-media-monitor.html).

Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft zeigt die Kraft der Zeitung. Das Medium erreicht mit seinen gedruckten und digitalen Ausgaben über 60 Millionen Leser. Die ZMG bietet Werbekunden und Agenturen Orientierung im Zeitungsmarkt. Sie unterstützt diese mit Werbewirkungsforschung sowie Planungs- und Buchungssystemen. Zudem ist sie Marketingdienstleister für Zeitungshäuser.

### **Ansprechpartnerin PR:**

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft  
Dr. Andrea Gourd  
Pressekoordination  
Tel. 069/97 38 22 – 46  
Fax 069/97 38 22 – 51  
E-Mail: [gourd@zmg.de](mailto:gourd@zmg.de)

### **Ansprechpartner Forschung:**

ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft  
Alexander Potgeter  
Leiter Forschung  
Tel. 069/97 38 22 – 24  
Fax 069/97 38 22 – 51  
E-Mail: [potgeter@zmg.de](mailto:potgeter@zmg.de)