

# 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 2024 .....	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 grösste Beachtung: 78,1 % der Befragten geben an, Inserate zu beachten.
- Im Gegensatz dazu wird Werbung im Radio, in sozialen Netzwerken und Videos viel weniger stark beachtet.
- Wenig beachtet wird SMS-Werbung (37,4 %).



Beachterkreis von Werbung nach Medien:	
auf Plakaten	84,1 %
im Fernsehen	78,6 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	78,1 %
<b>in Zeitungen</b>	<b>78,1 %</b>
sonstige Prospekte/Kataloge	76,5 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	75,8 %
per E-Mail	75,1 %
in Zeitschriften	74,1 %
in/an Verkehrsmitteln	73,8 %
in Fachzeitschriften	68,6 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	68,1 %
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	67,1 %
im Radio	66,5 %
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	63,5 %
im Kino	59,3 %
in Video- oder Fernsehstreamingdiensten (z.B. YouTube, Zattoo)	58,7 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	58,5 %
in Musik- oder Radiostreamingdiensten (Spotify, Swiss, Radioplayer)	46,6 %
per SMS	37,4 %



Quelle: MACH Consumer 2024

## Wie wird die Werbung von den Kundinnen/Kunden wahrgenommen?

- Inserate werden nicht nur beachtet, sondern auch als informativ wahrgenommen. 33,1 % der Befragten haben dies in der Studie angegeben.
- Im Vergleich dazu finden nur 4,6 % der potenziellen Kunden Werbung in mobilen Applikationen informativ.

**Inserate sind informativ und glaubwürdig!**

Die Werbung wird als informativ wahrgenommen	
<b>in Zeitungen</b>	<b>33,1 %</b>
in Fachzeitschriften	30,7 %
in Zeitschriften	29,1 %
in/an Verkehrsmitteln	28,4 %
adressierte Werbesendungen/Werbebriefe/Kataloge mit persönlicher Anschrift im Briefkasten	27,0 %
auf Plakaten	26,4 %
Prospektbeilagen	25,6 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	24,9 %
sonstige Prospekte/Kataloge	21,3 %
im Radio	20,8 %
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	20,7 %
in E-Mails	19,7 %
im Fernsehen	16,6 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	16,1 %
unadressierte Werbesendungen/Prospekte/Kataloge ohne Anschrift im Briefkasten	16,0 %
im Kino	15,7 %
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	15,3 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	8,7 %
in Video- oder Fernsehstreamingdiensten (z.B. YouTube, Zattoo)	4,9 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	4,6 %
per SMS	4,4 %
in Musik- oder Radiostreamingdiensten (Spotify, Swiss Radioplayer)	3,6 %

Quelle: MACH Consumer 2024



## Wie glaubwürdig erscheint die Werbung den Kundinnen/Kunden?

- Auch bei der Glaubwürdigkeit erzielen Inserate Bestnoten: 21,6 % bewerten die Werbung in Zeitungen als glaubwürdig.

Die Werbung wird als glaubwürdig wahrgenommen	
Fachzeitschriften	23,6 %
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	22,7 %
<b>in Zeitungen</b>	<b>21,6 %</b>
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	16,6 %
Zeitschriften	16,3 %
im Radio	15,3 %
in/an Verkehrsmitteln	13,9 %
adressierte Werbesendungen/Werbebriefe/Kataloge mit persönlicher Anschrift im Briefkasten	12,7 %
Prospektbeilagen	11,8 %
im Fernsehen	11,3 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	11,1 %
auf Plakaten	10,4 %
im Kino	8,2 %
per E-Mail	6,5 %
sonstige Prospekte/Kataloge	6,5 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	5,6 %
unadressierte Werbesendungen/Prospekte/Kataloge ohne Anschrift im Briefkasten	4,9 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	3,9 %
in Video- oder Fernsehstreamingdiensten (z.B. YouTube, Zattoo)	2,4 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	2,3 %
in Musik- oder Radiostreamingdiensten (Spotify, Swiss Radioplayer)	2,0 %
per SMS	1,9 %

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	
per SMS	82,6 %
in mobilen Applikationen (Apps auf Smartphone/Tablet-PC, z.B. iPad)	75,2 %
in Video- oder Fernsehstreamingdiensten (z.B. YouTube, Zattoo)	72,6 %
im Internet (z.B. Websites, Suchmaschinen, Portale)	68,7 %
in Musik- oder Radiostreamingdiensten (Spotify, Swiss Radioplayer)	67,2 %
unadressierte Werbesendungen/Prospekte/Kataloge ohne Anschrift im Briefkasten	66,4 %
per E-Mail	64,0 %
im Fernsehen	63,3 %
in sozialen Netzwerken, Community-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)	59,8 %
im Radio	51,8 %
sonstige Prospekte/Kataloge	50,0 %
adressierte Werbesendungen/Werbebriefe/Kataloge mit persönlicher Anschrift im Briefkasten	48,6 %
im Kino	40,6 %
TV-Sponsoring (z.B. von Sportübertragungen, Serien oder anderen Sendungen)	39,1 %
Prospektbeilagen	36,5 %
Bildschirmwerbung an öffentlichen Orten oder in Geschäften	35,1 %
in/an Verkehrsmitteln	27,2 %
auf Plakaten	25,4 %
in Zeitschriften	24,0 %
<b>in Zeitungen</b>	<b>23,2 %</b>
Sponsoring im Rahmen von (Sport-)Veranstaltungen (z.B. Trikot- oder Bandenwerbung)	22,2 %
in Fachzeitschriften	22,1 %

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 60 000 Leserinnen und Leser.  
(Quelle: MACH Basic 2024-2)

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 55,5 %, mit der Grossauflage donnerstags 68,2 %.
- Im zweisprachigen Seebezirk werden mit der Normalauflage der Freiburger Nachrichten 25,2 % der Menschen erreicht, mit der Grossauflage 51,1 %.
- **Im Sense- und Seebezirk sind die Freiburger Nachrichten der reichweitenstärkste Titel.**



Titel	Sensebezirk	Seebezirk	Saanebezirk
<b>Freiburger Nachrichten Grossauflage</b>	<b>68,3 %</b>	<b>51,1 %</b>	<b>6,2 %</b>
<b>Freiburger Nachrichten Normalauflage</b>	<b>55,5 %</b>	<b>25,2 %</b>	<b>6,2 %</b>
20 Minuten Deutschschweiz	20,3 %	13 %	3,2 %
Blick	5,6 %	5,3 %	0,6 %
BZ/Bund GES	6,9 %	13 %	0,0 %
La Liberté	3,1 %	15,3 %	46,1 %

Quelle: MACH Basic 2024-2

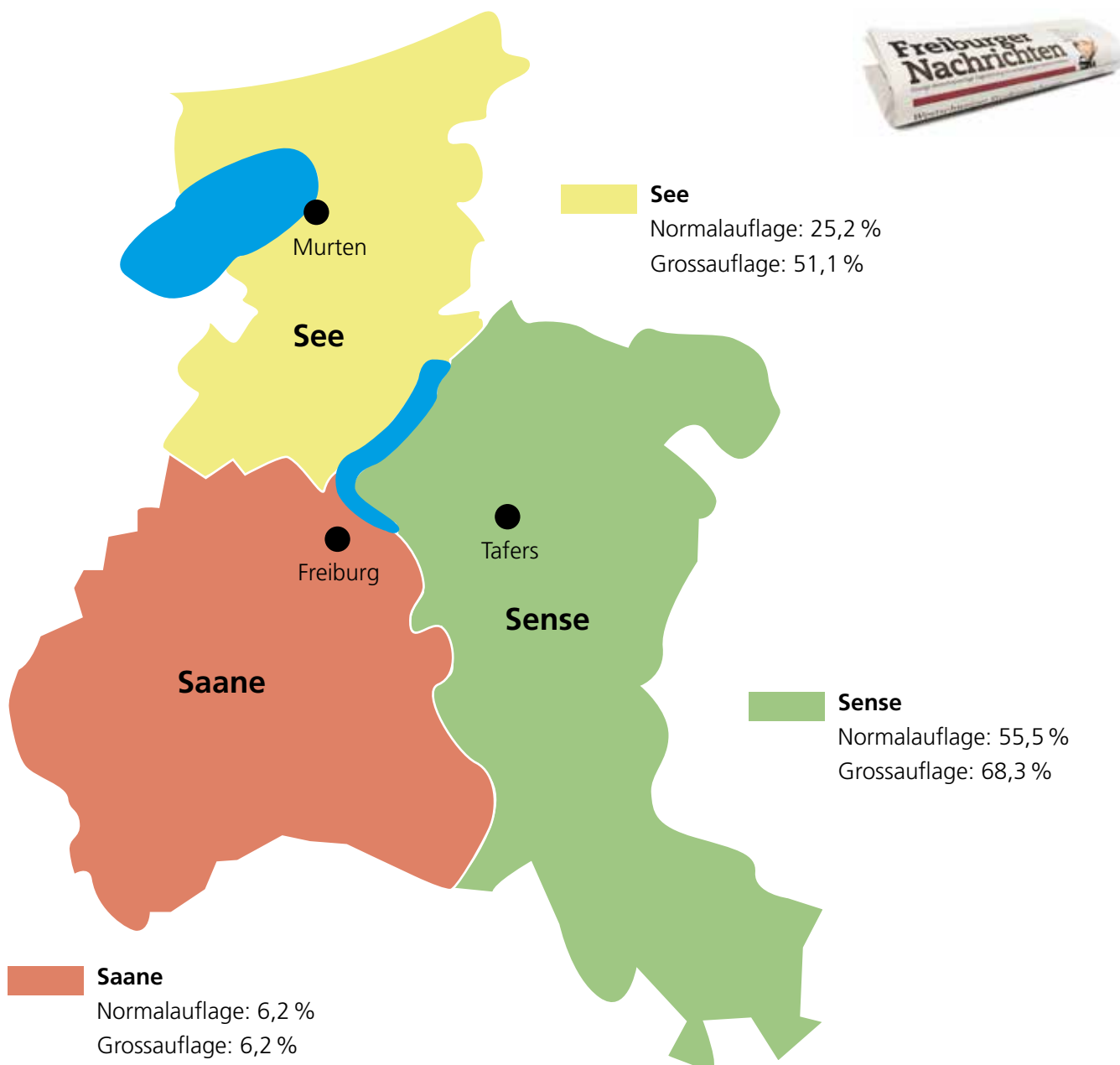




Freiburger Nachrichten, Normalauflage: **37 000 Leser**

Freiburger Nachrichten, Grossauflage: **60 000 Leser**

Quelle: MACH Basic 2024-2



Quelle: MACH Basic 2024-2

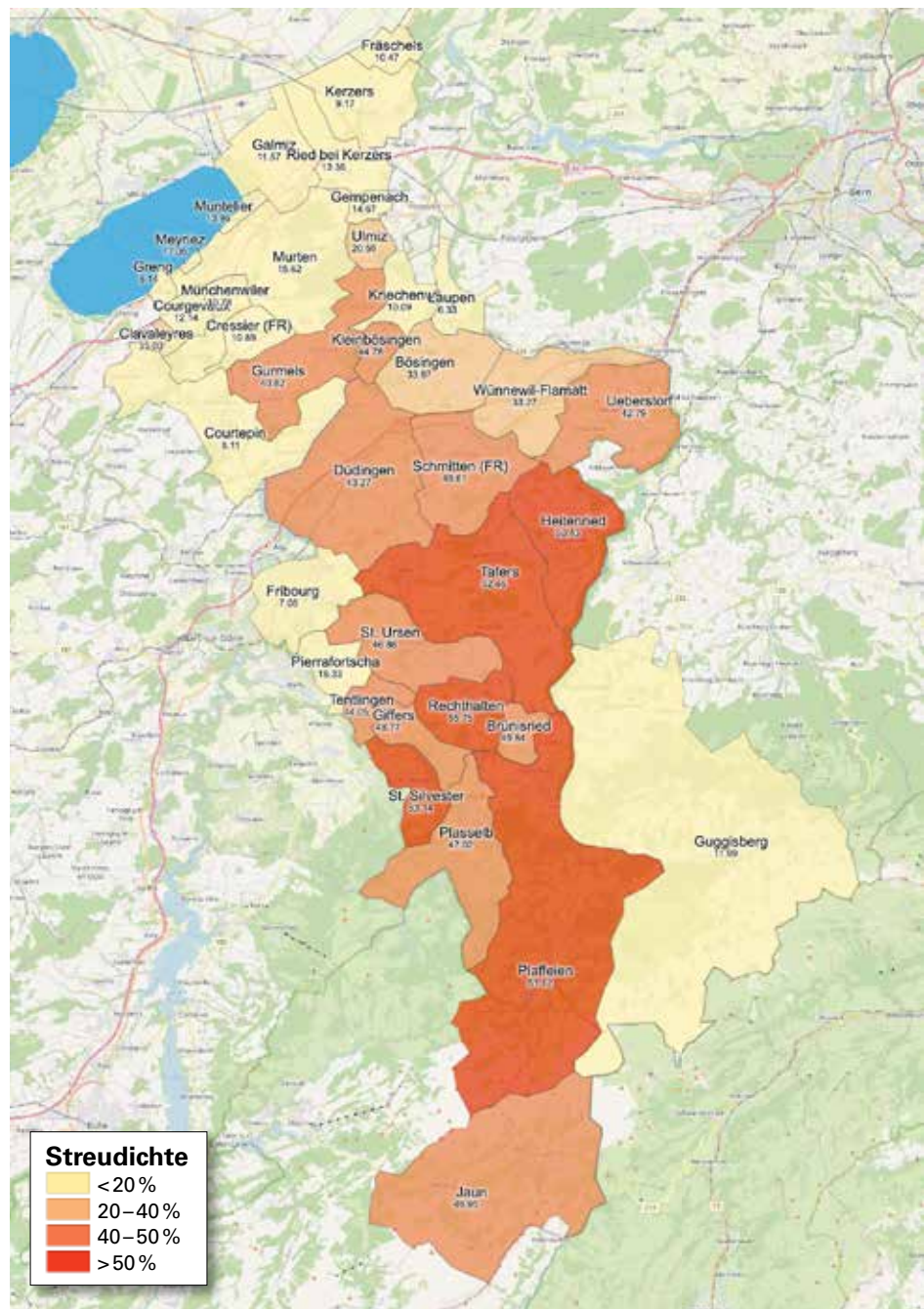


## Verbreitungsdaten

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

### Freiburger Nachrichten

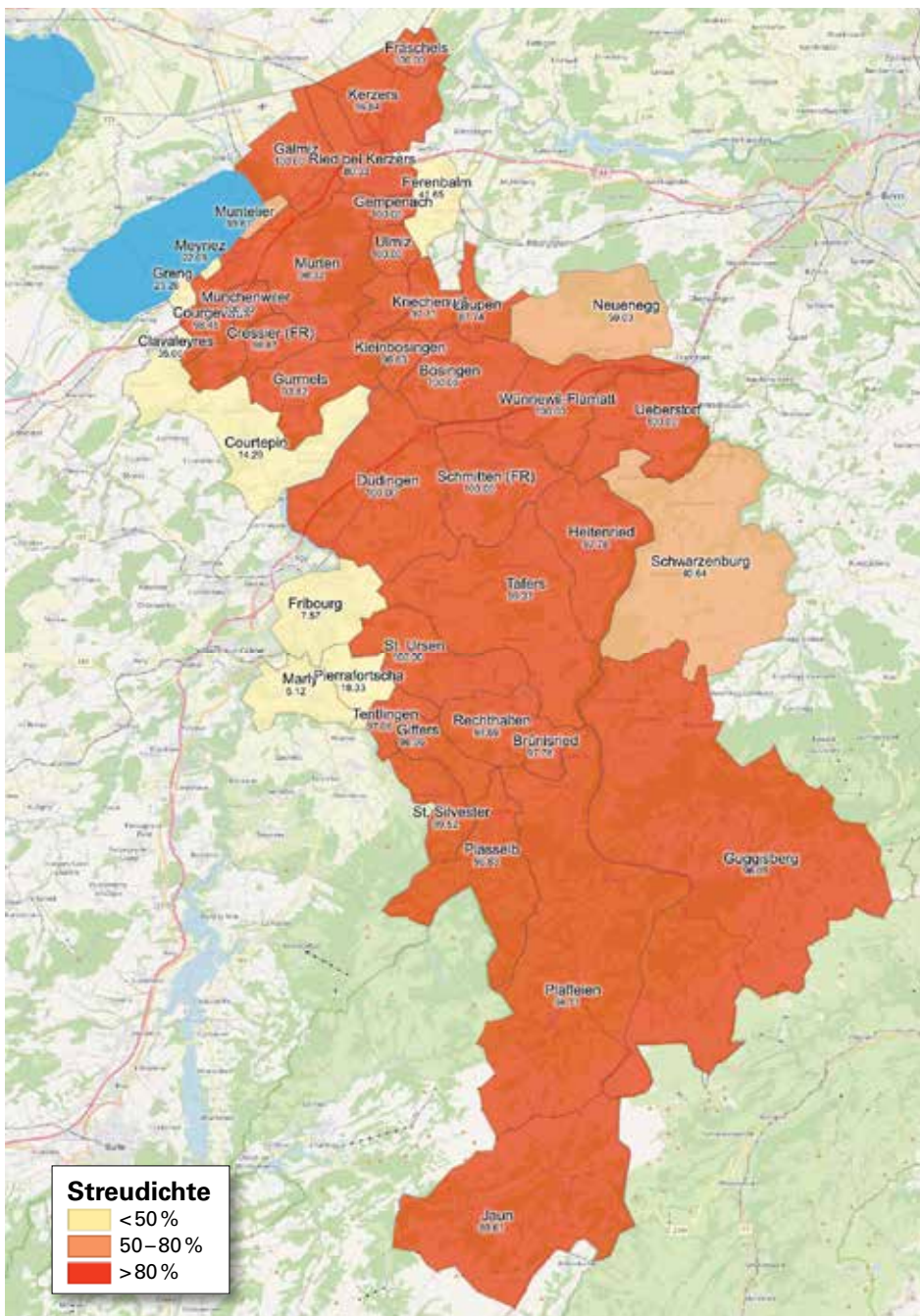
- Die abonnierte **Normalauflage** der Freiburger Nachrichten erreicht in Deutschfreiburg bis zu 60 % der Haushalte, hat eine verbreitete Auflage von **16 045** Exemplaren und wird von **37 000** Leserinnen und Leser gelesen (*WEMF-beglaubigt*).



Quelle: Verbreitungsdaten 2024



- Die **Grossauflage** der Freiburger Nachrichten hat eine verbreitete Auflage von **44 117** Exemplaren. Sie erscheint am Donnerstag und wird in praktisch alle Haushalte in Deutschfreiburg gestreut. Somit erreichen wir **60 000** Leserinnen und Leser (*WEMF-beglaubigt*).



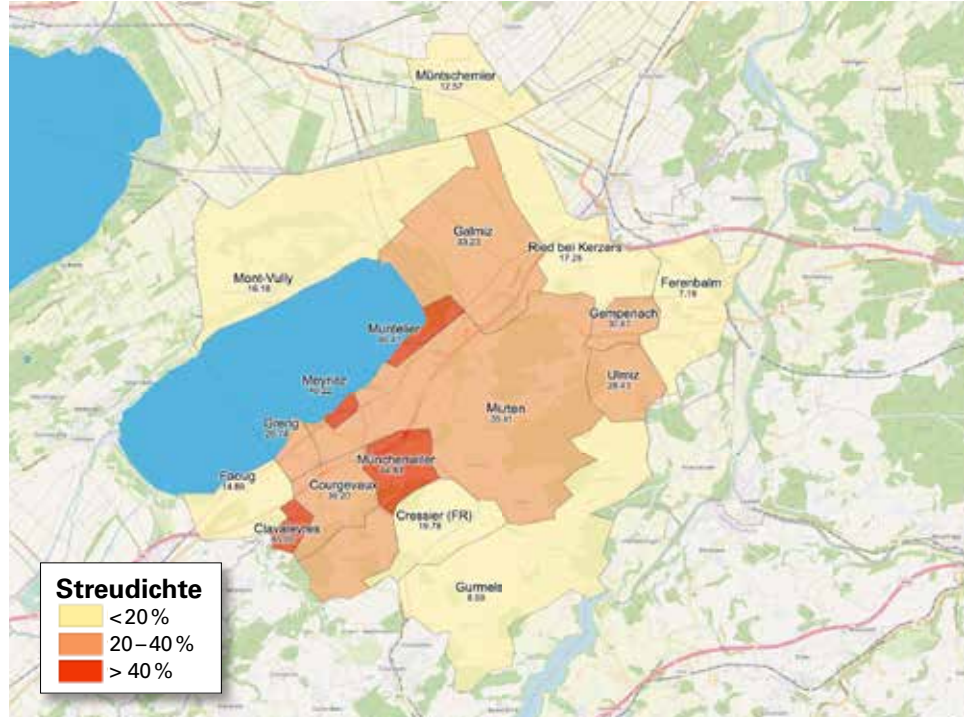
Quelle: Verbreitungsdaten 2024





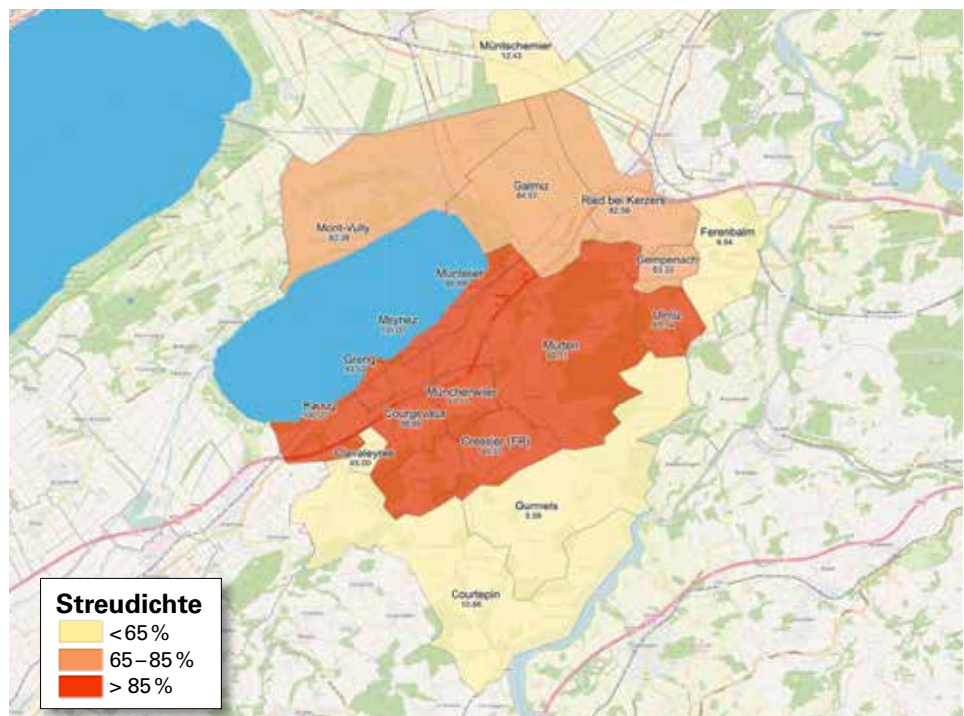
## Der Murtenbieter

- Die **Normalauflage** des Murtenbieters hat eine verbreitete Auflage von **3803** 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 **10518** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).

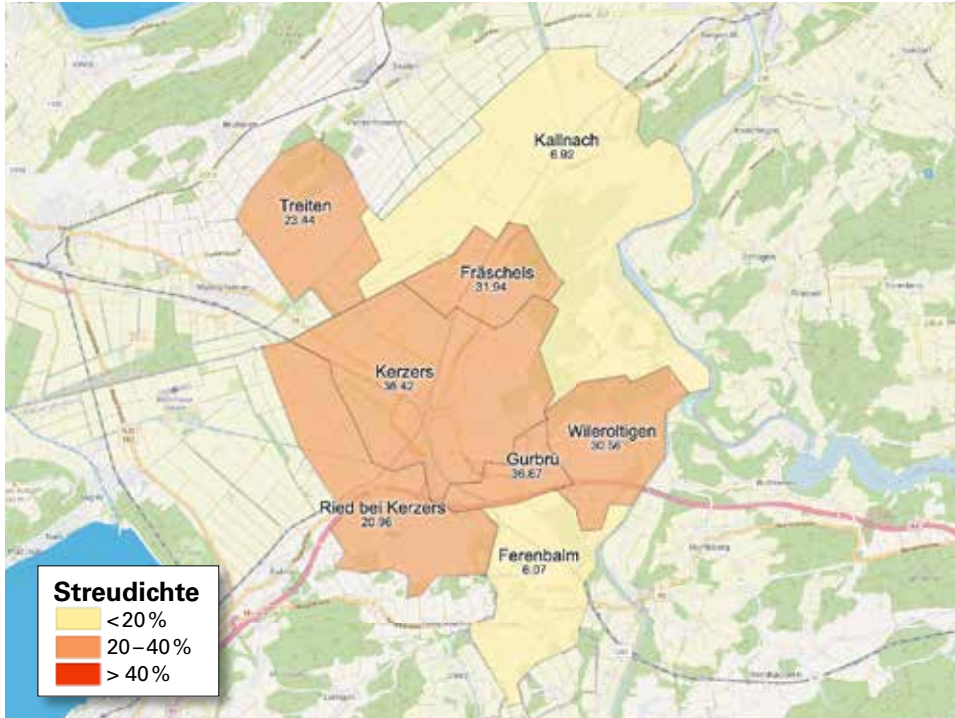


Quelle: Verbreitungsdaten 2024



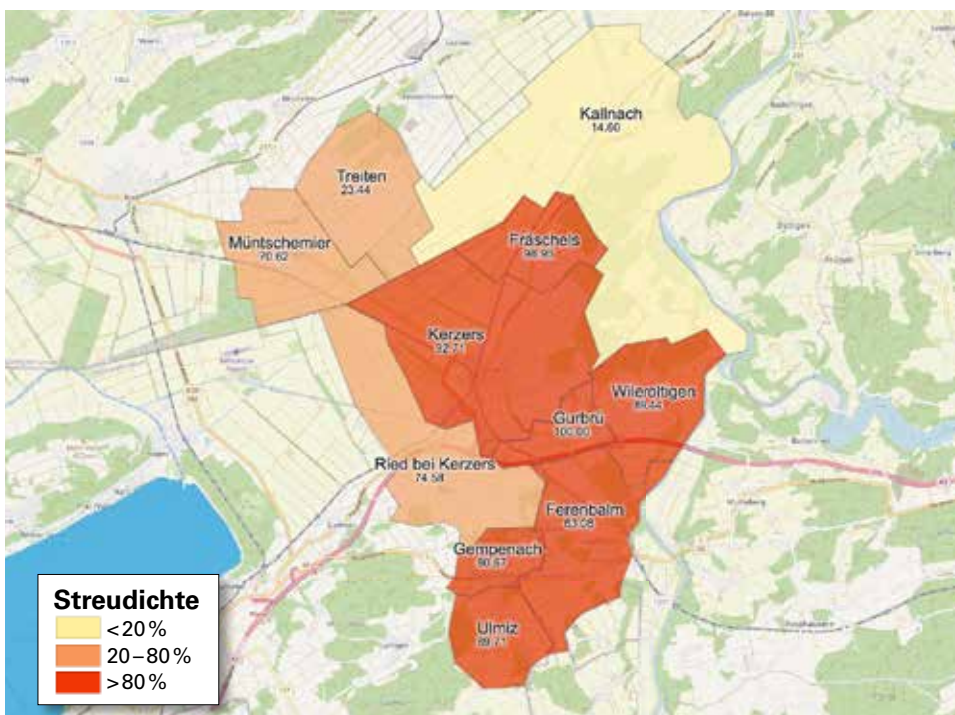
## Anzeiger von Kerzers

- Die **Normalauflage** des Anzeigers von Kerzers erscheint mittwochs und erzielt eine verbreitete Auflage von **1427** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).



Quelle: Verbreitungsdaten 2024

- Die **Grossauflage** des Anzeigers von Kerzers erscheint 4-mal pro Jahr und hat eine verbreitete Auflage von **4834** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).



Quelle: Verbreitungsdaten 2024





## Kombination aller drei Titel

Die abonnierte **Normalauflage** hat eine verbreitete Auflage von **21 275** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*).

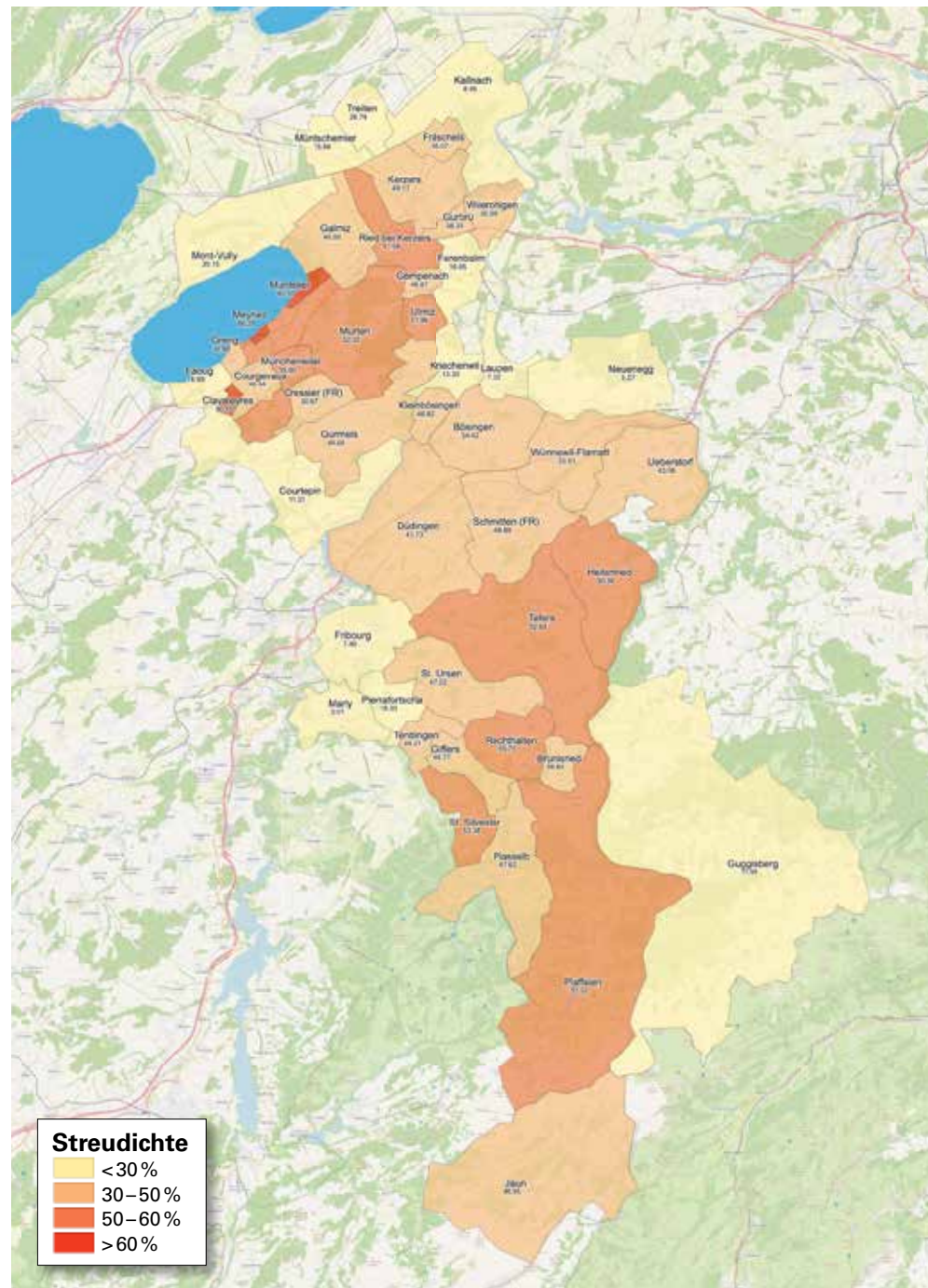
Die **Normalauflage der Freiburger Nachrichten** erreicht zudem **37 000 Leserinnen und Leser**, die Kombination **Murtenbieter/Anzeiger von Kerzers** erreicht **10 000** Personen (*MACH Basic 2024-2*).

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.



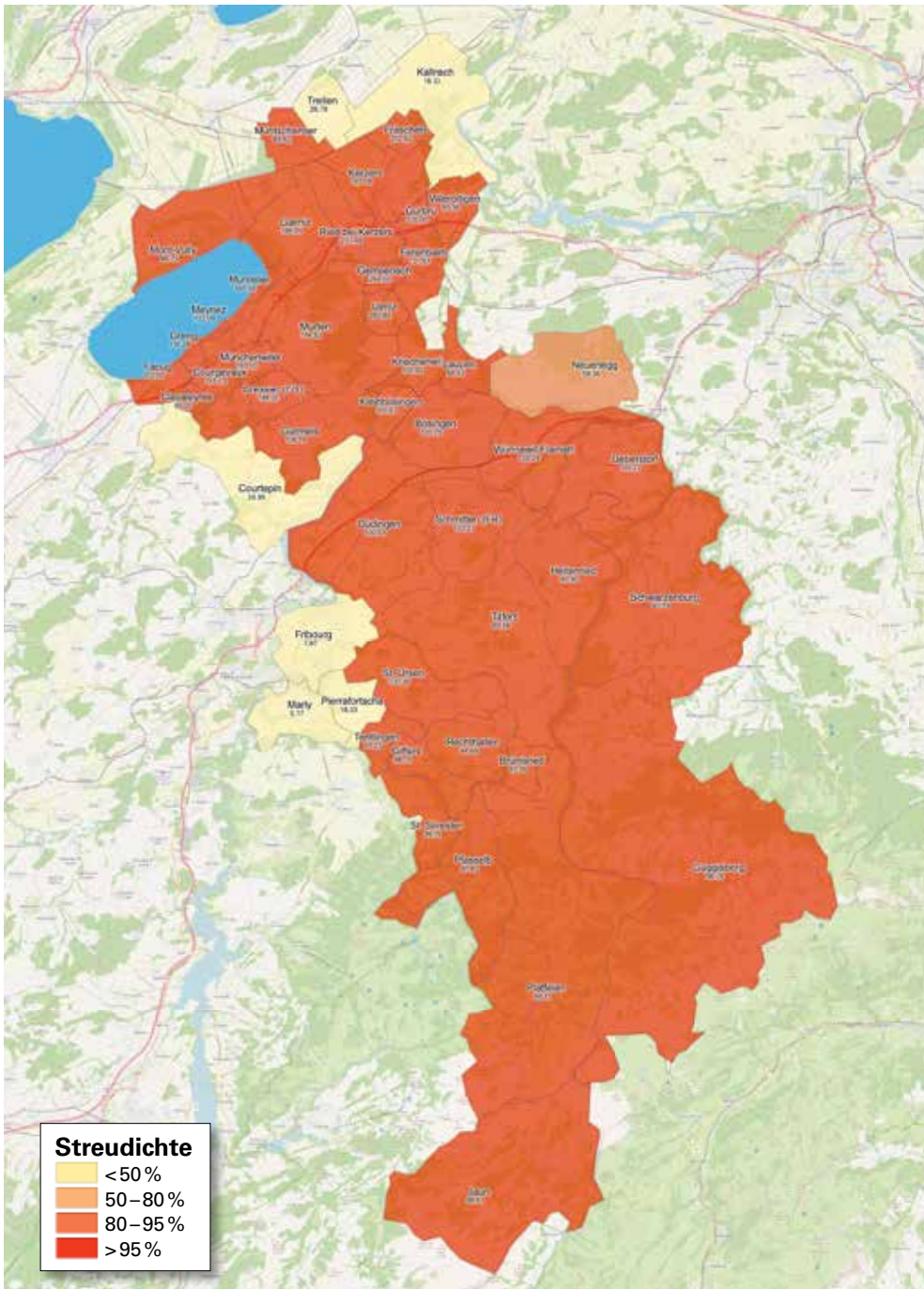
Quelle: Verbreitungsdaten 2024



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 **49 347** Exemplare (VEMF-beglaubigt).

Die **Grossauflage der Freiburger Nachrichten** erreicht **60 000 Leserinnen und Leser**, die Kombination **Murtenbieter/Anzeiger von Kerzers** erreicht **10 000** Personen mit den Normalauflagen. (Quelle: MACH Basic 2024-2).

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).



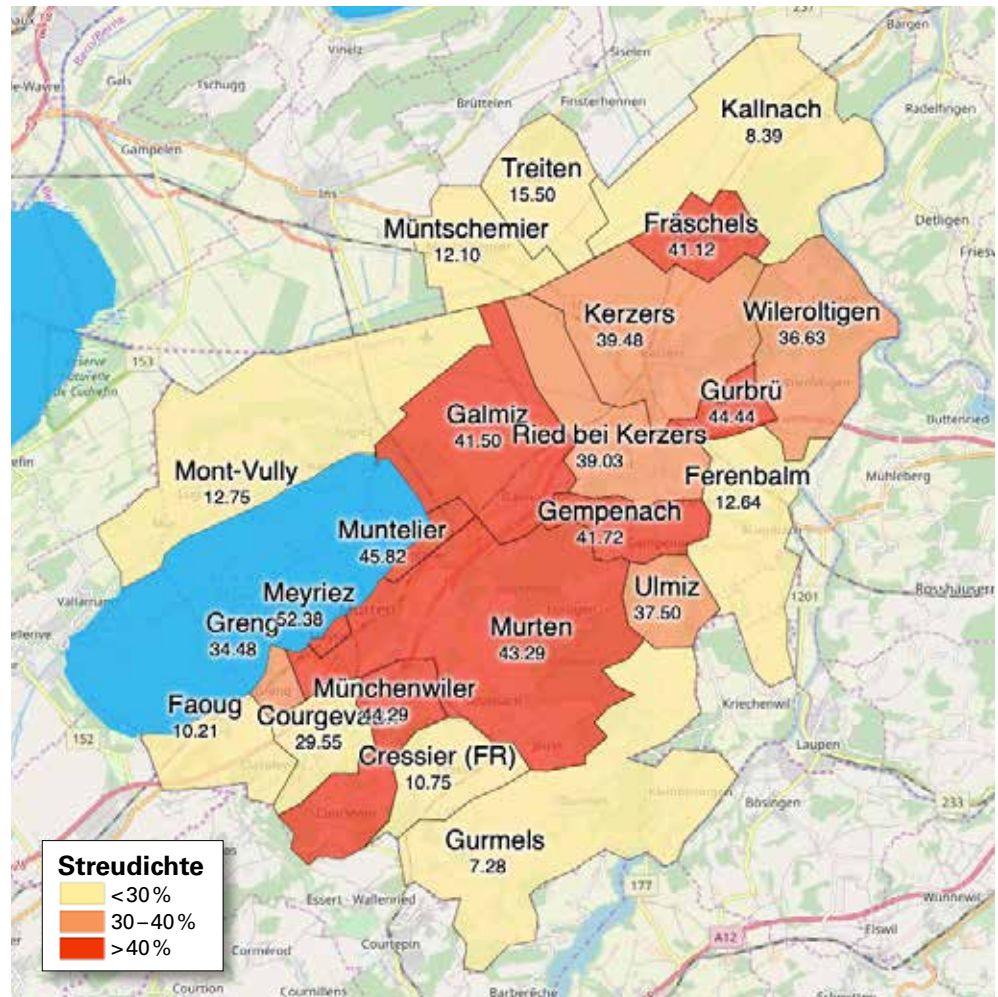
Quelle: Verbreitungsdaten 2024





## Kombination von Murtenbieter und Anzeiger von Kerzers

Die **Normalauflagen** des Murtenbieters und des Anzeigers von Kerzers erreichen zusammen eine verbreitete Auflage von **5230** Exemplaren (*WEMF-beglaubigt*) und erreichten 10 000 Leserinnen und Leser in den Regionen Murten und Kerzers. (*MACH Basic 2024-2*).

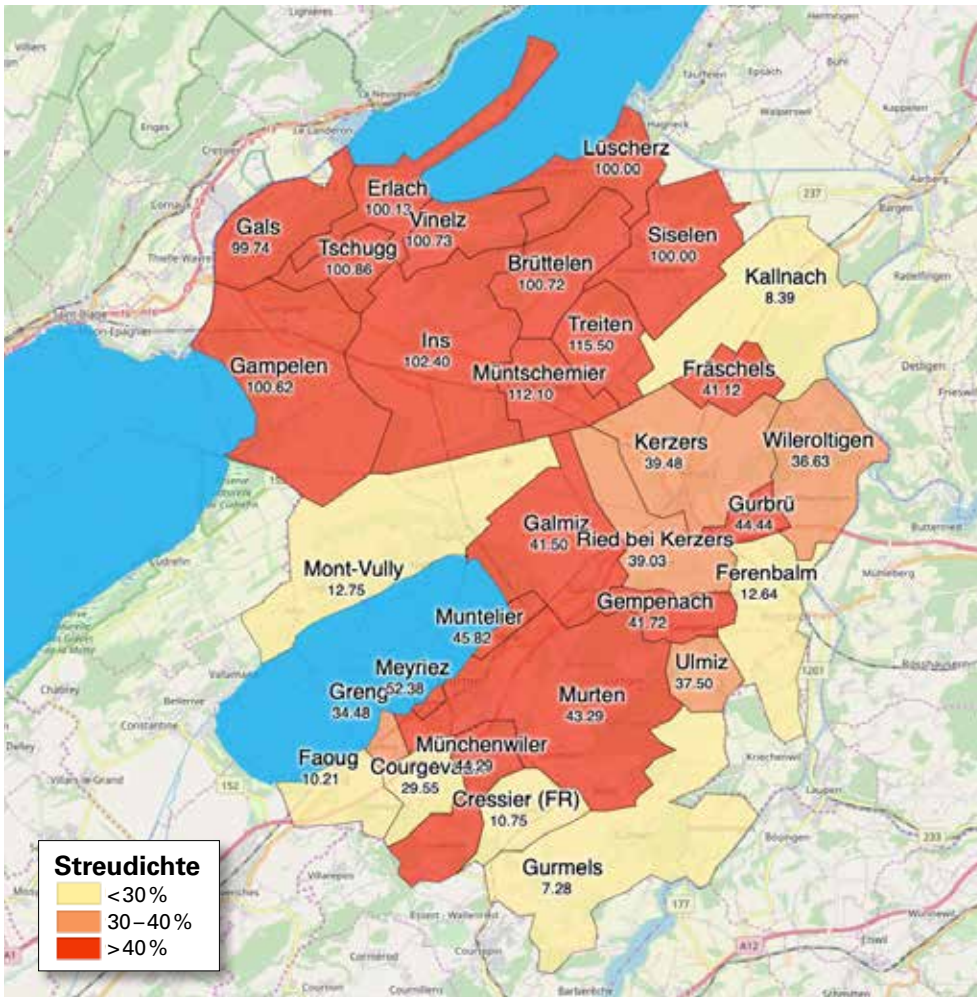


Quelle: WEMF Verbreitungsdaten 2024



## 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 **11 725** Exemplaren (WEMF-beglaubigt).

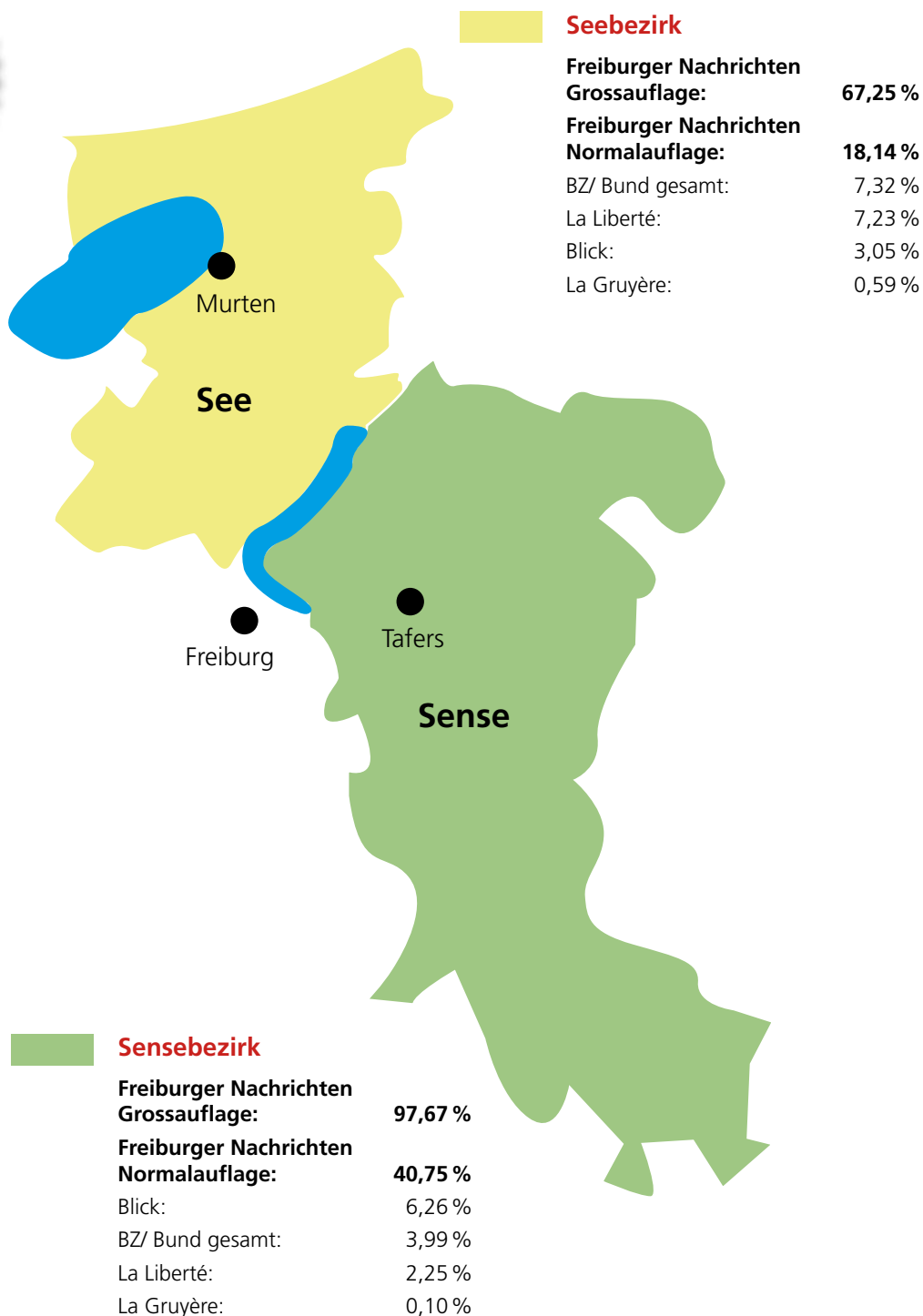


Quelle: WEMF Verbreitungsdaten 2024



## 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: **37 000 Leser**

Freiburger Nachrichten, Grossauflage: **60 000 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 2024-2



## 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 2024-2



## Soziodemografische Merkmale

Soziodemografische Merkmale	Freiburger Nachrichten Normalauflage	Freiburger Nachrichten Grossauflage
<b>Geschlecht</b>		
Mann	52,0 %	49,0 %
Frau	48,0 %	51,0 %
<b>Alter</b>		
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 %
<b>Schulbildung</b>		
obligatorisch	19,6 %	17,9 %
mittel	56,4 %	56,6 %
hoch	24,0 %	25,5 %
<b>Berufliche Stellung</b>		
selbstständig	11,3 %	7,7 %
angestellt mit Vorgesetztenfunktion	19,4 %	21,7 %
angestellt ohne Vorgesetztenfunktion	32,2 %	32,4 %
<b>Lebenswelten</b>		
In der Ausbildung	8,4 %	8,4 %
Junge ohne Kinder	5,0 %	7,0 %
Junge mit Kindern	4,3 %	8,3 %
Ohne Kinder	40,7 %	35,9 %
Mit Kindern	15,5 %	14,7 %
Pensionäre	26,1 %	25,7 %

Quelle: MACH Basic 2024-2



## Kontakt

**Inserieren Sie bei uns. Wir beraten Sie gerne.**

### **Freiburger Nachrichten AG**

Avenue de Tivoli 3, 1701 Freiburg

Tel. 026 347 30 01

**[www.wirfreiburg.ch](http://www.wirfreiburg.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.wirfreiburg.ch](http://www.wirfreiburg.ch)