

“Die digitale Welt hat viele Vorteile, aber Vieles kann Print einfach besser”

STARKVITAL

DAS MAGAZIN FÜR EIGENVERANTWORTLICHE MENSCHEN AB 60

Printmedien bieten einen berechenbaren Mehrwert.

Zeitungen und Zeitschriften haben einen grossen Vorteil gegenüber anderen Medien: Sie werden vom Nutzer mehrmals zur Hand genommen. Das bringt zusätzliche Kontakte, erhöht die Beachtung und steigert die Werbewirkung. Anzeigen in Printmedien wirken mehrfach. Mit einem Inserat erreichen Werbebotschaften innert kürzester Zeit eine hohe Anzahl LeserInnen.

„Wenn ein Mensch ein Smartphone oder Tablet in die Hand nimmt, möchte er relativ schnell ein Ziel erreichen, das Gehirn sucht eine Belohnung. Das ergibt eine Art Stress. Ganz anders, wenn ein Mensch eine gedruckte Zeitschrift in die Hand nimmt: Dann schaltet sein Gehirn in den Flaniermodus. Er ist entspannter und nimmt Inhalte anders auf. Das Gehirn ist kontextsensibel, deshalb sollten Sie eine Luxus-Anzeige gross in einem hochwertigen Zeitschriftenumfeld schalten.“

sagt: Hans-Georg Häusel, Hirnforscher und Neuromarketing-Experte

Der Werbung in Printmedien schenkt man Glauben. Deutlich mehr als allen anderen Medien. Sie schafft beste Voraussetzungen für den Werbeerfolg. Ausserdem machen Printmedien aus Werbung Information. (www.Schweizermedien.ch)

So viele Print-Zeitungen und Magazine füllen jede Woche unsere Briefkästen, Coop- und Migros-Zeitung, UBS, Krankenkassen und immer neue Magazine tauchen auf. Wieso?

Die Veröffentlichung in Papierform ist eine grossartige Möglichkeit der Werbung, weil sie mehr Menschen erreicht (im Fitness- und Medical-Center, in der Physiotherapie- oder Komplementärtherapie-Praxis).

Aus diesen Gründen lohnt es sich, eine Anzeige im **StarkVital60+** Magazin zu veröffentlichen.

Folgend ein konkretes Beispiel. Im 2019 hatte das SV Heft auch Werbung u.a. von den Firmen Proxomed und Domitner abgedruckt. Die Familie Krüsi wollte so rasch wie möglich eine Trainingscenterkette für Menschen 60+ aufbauen. Über das Printmedium StarkVital60+ haben sie erfahren, dass obige zwei Firmen überhaupt existieren. Sie sind mit diesen Firmen in Verhandlung getreten und am 20. August 2020 eröffnete das erste GOLDEN AGE FITNESS in Baden (trotz Corona-Krise). Im Oktober 2020 wird bereits das zweite in Zürich-Höngg aufmachen.

Alleine in der Schweiz, werden schätzungsweise in den nächsten 2-4 Jahren über 400 Trainingscenter 60+ eröffnet werden.

Entscheidungssträger wie auch Babyboomer LESEN immer noch aus gedrucktem Material ihre Informationen. Nebenbei gesagt, beim Digitalen wünsche ich niemandem einen elektrischen BLACKOUT, ein äusserst unangenehmes Ereignis.

Ihr

Jean-Pierre Schupp

Seit über 40 Jahren Verleger, Fachbuchautor und Chefredakteur von diversen Fachmagazinen

Auflagenhöhe, Stand 1. November 2020. Während der Corona-Krise ist es einfach unmöglich eine verlässliche Auflagenhöhe zu garantieren, denn vor allem beim 40er Versandpaket kann die Auflagenhöhe alleine dort von 3'200 bis über 100'000 variieren *. Je mehr Anzeigenkunden, desto mehr Auflagenhöhe:

Adressierter Einzelversand: **405** spezielle Entscheidungssträger aus Politik und Wirtschaft. **636** Fitness- und Medical-Center aus der deutschen Schweiz **745** Grosse Physiotherapien, Osteopathie- und Healthcare-Praxen 60+, Spitäler mit Trainingsraum, **1135** Altersresidenzen mit Kraftraum z.B. Tertianum, Trainingscenter 60+ usw., UNI-Kliniken, **219** Esoterik mit verschiedenen Naturheilangeboten.

Total ca. 3'140 Exemplare für Einzelversand plus 3'200 für Paketversand = 6'340 Total.

PLUS * IST-ZUSTAND 80 x 40 Exemplare = 3'200 - Totalversand ca. **6340 Exemplare von der SV Ausgabe Nr. 15 vom November 2020!** Ohne Probleme könnte man bei obigen Adressen an 636+745+1135 = 2516 Adressen statt 1 Exemplar = 40 Exemplare zusenden und schön hätte man hier alleine eine 100'640 (einhunderttausend) hohe Auflage.

Alle 80 Center und Praxen, die 40 SV Exemplare erhalten, bestätigen: *Die Hefte werden rasch von Kunden mitgenommen und gelesen.*

DAS LESE- UND KUNDENPOTENTIAL IST ENORM!