

Die faszinierende Form mit Printmedien Kommunikationsstrategien erfolgreich umzusetzen.

Illustrierte Beispiele von:

- 10 schlagkräftigen Print-Media-Strategien
- 10 zündenden und kreativen Printumsetzungen
- 10 unübertrefflichen Vorteilen der Printwerbung
- 10 umwerfenden Effekten der Printwerbung

**Otto Meier
Publimedia AG**

Wie klopfe ich meine Zielgruppe aus dem Busch?

10 schlagkräftige Print-Media-Strategien

Breiten-Strategie

Alle auf einen Streich

Weil Zeitungen und Zeitschriften in der Schweiz nahezu jeden Tag von der ganzen Bevölkerung genutzt werden, können Werbebotschaften flächendeckend und mit hoher Reichweite unter die definierte Zielgruppe gebracht werden. Und so auf einen Schlag das gesamte Potential ausschöpfen.

Tiefen-Strategie

Nicht alle, aber immer öfter

Printmedien werden regelmässig und intensiv genutzt. Darum kann mit der Wahl einer Tiefen-Strategie auch bei einer engeren Zielgruppe intensiv kommuniziert werden, indem bereits mit wenigen Einschaltungen eine hohe Anzahl von Durchschnittskontakten (OTS) erzielt wird. So gelingt es spielend, auch komplexere Botschaften effizient zu verankern.

Dominanz-Strategie

Volle Kraft voraus

Gegen die Konkurrenz setzt sich durch, wer eine dominierende Werbepresenz und eine Kampagne schafft, die nicht zu übersehen ist. Mit gezielter Titelwahl, Grossformaten oder Sonderplatzierungen stehen gleich mehrere Instrumente in Zeitungen und Zeitschriften zur Verfügung, um mit einer Dominanz-Strategie die Mitbewerber im Medium zu dominieren und so Werbewirkung für sich zu schaffen.

Schwerpunkt-Strategie

Sieg nach Schwerpunkten

Wer Zeitungs- und Zeitschriftentitel ganz gezielt auswählt, kann mit einer Schwerpunkt-Strategie auch eng gefasste und spezifisch definierte Zielgruppensegmente präzise erreichen und so wertvolle Punkte gewinnen.

Ballungsraum-Strategie

Gewusst wo

In einer Marktsituation mit besonders konsumintensiven Gebieten oder Regionen mit überproportional hohem Anteil an Zielpersonen ist es wirtschaftlich, diese Regionen mit einer Ballungsraum-Strategie und mit entsprechender Titelwahl ganz gezielt abzudecken und Streuverluste zu eliminieren.

Rotations-Strategie

Mit dem richtigen Dreh

Wer schlau ist, kommuniziert nicht stets mit derselben Zielgruppe, sondern deckt mit der Rotations-Strategie abwechselnd verschiedene Segmente im Medium ab, die für den Erfolg relevant sind. Die breite Titelauswahl und die präzisen Planungsmöglichkeiten helfen, einen zielgerichteten und leistungsstarken Plan zu erstellen.

Pulsations-Strategie

Tief durchatmen

Mit einer Pulsations-Strategie kann die Wirkung eines Printeinsatzes erhöht werden, indem in Perioden mit intensiver Präsenz gezielte Werbepausen eingeplant werden. So flacht die Wirkung der Kampagne nicht ab, und der zeitliche Einsatz kann ausgedehnt werden.

Impact-Strategie

Überraschend zuschlagen

Mit einem starken und auffälligen Printauftritt werden mittels einer Impact-Strategie klare Zeichen gesetzt. Durch überraschende Platzierungen und kreative Anwendung von Farbe, Format und Material verhilft diese Strategie zu einem wirkungsvollen Schlag.

Pull-Push-Strategie

Raffinierter Doppeltreffer

Die Pull-Push-Strategie berücksichtigt die Distributionspartner und die Endverbraucher gleichermaßen und ermöglicht, beide Zielgruppen gleichzeitig anzusprechen. Je nach Marktsituation oder Kampagnenzyklus kann Printwerbung mit dieser Strategie exakt auf die aktuelle Situation abgestimmt und so die Wirkung optimiert werden.

Multimedia-Strategie

Zwei sind stärker als einer

Eine Variante der Multimedia-Strategie ist die PrintPlus-Strategie. Sie bezeichnet die Kombination von Anzeigenwerbung in Zeitungen und Zeitschriften mit Button-/Bannerwerbung auf Internetseiten. Durch die multimediale Zielgruppenansprache wird die Stärke zweier Werbeträger genutzt - eine kumulierte Werbewirkung ist garantiert.

Wie setze ich mein Produkt ins rechte Licht?

10 zündende, kreative Printumsetzungen

Testimonial

Sich ein Vorbild nehmen

Vertrauenspersonen, Vorbilder oder Idole, die in der Zielgruppe hohes Ansehen geniessen, können Werbebotschaften in Printmedien nicht nur mehr Beachtung verleihen, sondern verankern auch die Marke nachhaltig bei der Zielgruppe.

Symbolik

Botschaften entschlüsseln

Starke und prägnante Symbole können nicht nur Sachverhalte einfacher darstellen, sondern werden zu eigentlichen Kommunikations- und Marken-Ikonen. In Zeitungen und Zeitschriften werden diese von der Leserschaft mit hoher Beachtung wahrgenommen.

Emotion

Gefühle zeigen

Nicht nur in audiovisuellen Medien können Emotionen geweckt werden. Durch das sachliche und informative Redaktionsumfeld in Zeitungen und Zeitschriften wirken emotional umgesetzte Werbebotschaften überdurchschnittlich. Sie fallen auf, erzeugen Gefühle, wirken sympathisch und steigern den Kaufwunsch.

Product of the hero

Helden kreieren

Steht das Produkt im Mittelpunkt einer Werbekampagne, wird es zum Star gemacht. Effizient und direkt können Werbebotschaften in Printmedien so an den Mann und die Frau gebracht werden, ohne erst lange zu erklären oder ganze Welten aufbauen zu müssen.

Slice of life

Leben erwecken

Werden Produkte oder Dienstleistungen in einem realitätsnahen Umfeld der Printmedien als Hauptakteure inszeniert, wird die Werbebotschaft glaubwürdiger - ein Stück des wahren Lebens.

Side by side**Vergleiche ziehen**

Die hohe Beachtungsintensität der Printwerbung ist für die Darstellung eines Verbrauchernutzens durch Gegenüberstellungen respektive Analogie geradezu ideal. Oder in einer Vorher/Nachher-Darstellung bzw. im mutigen Vergleich mit einem Mitarbeiter.

Demonstration**Einfach demonstrieren**

Printwerbung ist ideal, um komplexe Sachverhalte einfach und glaubwürdig vorzuführen. Am besten mit einer Demonstration, in welcher Anwendung, Einsatz oder Nutzen nachvollziehbar vorgeführt werden.

Claiming**Behauptungen wagen**

Mit einer kreativen Bild- und Textumsetzung können "werbliche Übertreibungen" und mutige Behauptungen die Leserinnen und Leser verblüffen und so die Werbebotschaft erfolgreich verankern.

Announcement**Kein Blatt vor den Mund nehmen**

Dank hohem Impact ist Printwerbung der ideale Marktplatz für schnörkelloses Hardselling mit klarer, sofortiger und verkaufsfördernder Wirkung.

Witz, Humor, Ironie**Humor beweisen**

Mit Humor und Schmunzeleffekt ist die Werbeschlacht schon halb gewonnen. Nebst einer stärkeren Beachtung der Printkampagne ist auch der Sympathieeffekt höher, was das Konsumverhalten positiv beeinflusst.

Was hat Print allen anderen Medien voraus?

10 unübertreffliche Vorteile der Printwerbung

Angebotsauswahl	Das paradiesische Schlaraffenland Die Schweizer Printmedienlandschaft ist eine der vielfältigsten: Rund 2500 Printpublikationen lassen sich gezielt selektionieren, um Werbebotschaften entweder ganz breit oder gezielt an eine enge Zielgruppe ohne Streuverlust verbreiten zu können.
Umfeld	Die quallose Wahl Printmedien informieren innerhalb genau strukturierter Themenbereiche. Diese Unterteilung ermöglicht Inserenten, ihre Werbung dort zu platzieren, wo das Produkt- und Zielgruppenumfeld optimal ist.
Kapazität	Die grenzenlose Freiheit Printmedien kennen keine Kapazitätsgrenzen. Werbebotschaften können jederzeit und im vollen Umfang disponiert und wiederholt werden.
Schnelligkeit	Die vorbildliche Einsatzbereitschaft Anzeigen können sehr kurzfristig produziert und in vielen Zeitungs- und Zeitschriftentiteln gleichzeitig geschaltet werden. Das ermöglicht einen schnellen und zeitlich präzis gezielten Einsatz ohne grosse Vorlaufzeit.
Kontakthäufigkeit	Das freudige Wiedersehen Schweizer Printtitel werden abonniert oder am Kiosk gekauft. Die intensive und regelmässige Nutzung ist damit garantiert. Durch mehrere Anzeigensujets in derselben Ausgabe oder verteilt über mehrere Nummern wird eine optimale Kontaktdosierung bei der Zielgruppe erreicht.

Umfang	<p>Die riesigen Möglichkeiten Nebst Anzeigenplatzierungen bieten Printmedien auch die Möglichkeit, Beilagen mit umfangreichen Botschaften einzuheften oder beizulegen. Damit erreicht Werbung die Zielgruppe in einem qualitativen Umfeld und wird erst noch nicht durch Stop-Kleber gebremst.</p>
Preistransparenz	<p>Die überschaubaren Kosten Printmedien haben ein übersichtliches, volumenabhängiges Preissystem. Inserenten wissen deshalb im voraus, welche Leistungen sie fürs Geld bekommen und bezahlen nicht mehr als die Konkurrenz.</p>
Keine Bindung an Raum und Zeit	<p>Die grenzenlose Freiheit Printwerbung in Zeitungen und Zeitschriften kann jederzeit und überall gelesen und immer wieder zur Hand genommen werden. Coupons lassen sich ausschneiden und einschicken, Anzeigen können beliebig lange aufbewahrt werden.</p>
Kontinuität	<p>Der Steter-Tropfen-Effekt Printmedien erscheinen in einem regelmässigen Rhythmus. Deshalb können Anzeigen im selben Titel und im gleichen Umfeld wiederholt eingesetzt werden. Durch den kontinuierlichen Einsatz penetriert Werbung erfolgreicher.</p>
Variabilität	<p>Die verlockende Narrenfreiheit Printwerbung kann in jeder Form und jedem Format realisiert werden. Sie bietet vom Kleinstformat bis zur Panoramaseite unzählige Gestaltungsmöglichkeiten und sorgt so für einen impactstarken Produktauftritt.</p>

Wie wirkt meine Printkampagne auf meine Zielgruppe?

10 umwerfende Effekte der Printwerbung

Flexibilität beweisen

Verblüffung durch Aktualität

Printmedien sind aktuell und bieten ein aktuelles Umfeld. Sie eignen sich deshalb bestens, um mit Werbebotschaften kurzfristig auf Ereignisse zu reagieren und beweisen damit die Kompetenz und Flexibilität des Unternehmens.

Opinion-Leader

Motivation durch überzeugende Ansprache

Mit Printwerbung lassen sich gezielt Erstkäufer und Opinion-Leader ansprechen und von den Vorteilen neuer Produkte und Dienstleistungen überzeugen. Das Erreichen und die Akzeptanz dieser Zielgruppensegmente ermöglichen eine breite Penetration des Angebots.

Wissen aufbauen

Erleuchtung durch Information

Durch regelmässige und umfassende Informationen in intensiv genutzten Printmedien können spezifische Vorteile und Eigenschaften von Produkten und Dienstleistungen erfolgreich und glaubwürdig kommuniziert werden. So gelingt die Differenzierung und Positionierung im Markt mit Sicherheit.

Image bilden

Imagebildung durch Eigenständigkeit

Kontinuierlich eingesetzte, gut gestaltete, überlegt platzierte und inhaltlich wertvolle Printwerbung führt zu einem eigenständigen Aufbau der Persönlichkeit von Produkten und Dienstleistungen und beeinflusst somit das Image positiv.

Innovationen und Sachverhalte erklären

Bekanntmachung durch Demonstration

Printwerbung bietet dank ihrer Reversibilität eine optimale Plattform, um der anvisierten Zielgruppe Innovationen oder komplexe Sachverhalte näherzubringen. Durch die regelmässige Nutzung von Printmedien als Informationsquelle führt die Botschaft rasch zum gewünschten (Kauf-)Entscheid.

Käufe auslösen**Konsum durch Reizung**

Durch den gezielten Einsatz von aktivierenden Werbebotschaften in Printmedien werden vorhandene und latente Bedürfnisse stimuliert und unterstützen so den gewünschten Kaufprozess erfolgreich.

Käufe bestätigen**Bestätigung durch Dissonanzabbau**

Zweifel gegenüber dem erworbenen Produkt werden nach dem Kauf durch unterstützende Kommunikationsmassnahmen abgebaut. Die Suche des unsicheren Konsumenten nach Informationen und positiven Erfahrungen mit dem Produkt wird durch Printwerbung bestätigt, und die Käufer werden so zu wertvollen Beeinflussern.

Hemmschwellen abbauen**Einstellungsänderung durch Aufklärung**

Durch spezifische Kommunikationsmassnahmen können negative oder falsche Vorstellungen von Produkten und Dienstleistungen positiv verändert werden. Der gezielte Einsatz von Werbung in Zeitungen und Zeitschriften klärt auf, informiert, schafft Produktsympathie und baut Hemmschwellen ab.

Kompetenz vermitteln**Markentreue durch Sicherheit**

Durch intelligente Kommunikation mittels Printwerbung kann die angestrebte Sollkompetenz und Produktsicherheit in der Zielgruppe erreicht werden. Das wiederum schafft bei den Zielpersonen Sicherheit und Vertrauen und führt zur gewünschten Markentreue.

Response erzeugen**Vollkontakt durch Aktivierung**

Werbung in Zeitungen und Zeitschriften bietet verschiedene Antwortmöglichkeiten und sorgt für sofortige Kontakte, Bestellungen und Dialoge mit der anvisierten Zielgruppe.