

Werbung schnell und günstig buchen



Top Angebote



Außenwerbung



Radio



Print



Online



Mobile



TV



Kino

3 Beispielkampagnen zu Print-Werbung

crossvertise ist bekannt aus



Lokales Modegeschäft bewirbt Modenschau zum Saisonwechsel

Herausforderung:

Ein lokales Modegeschäft möchte seine Modenschau regional bekannt machen und möglichst viele Zuschauer, also potentielle Kunden, gewinnen.

Details:

- **Werbeaussage:** Die neuen Modelle bereits vorab präsentiert, hochwertiges Rahmenprogramm
- **Zielgruppe:** Frauen und Männer, Schwerpunkt 30 – 59 Jahre
- **Werbeimpuls** eher kurzfristig
- **Budget:** 1.000 EUR
- **Geografische Verteilung:** ca. 15 km um das Geschäft
- **Zeitliche Verteilung:** drei Wochen vor der Modenschau



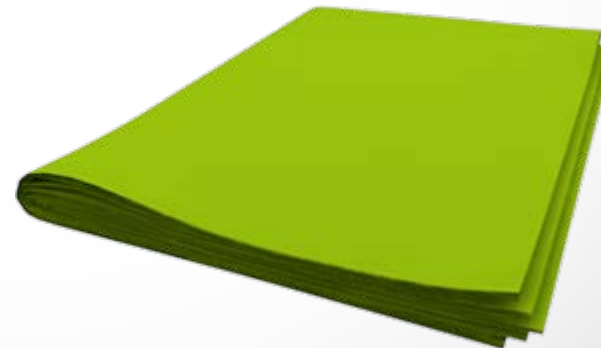
Lokales Modegeschäft bewirbt Modenschau zum Saisonwechsel

Lösung:

- **„Advertorials“ und Anzeigen in der lokalen Tageszeitung sowie in Anzeigenblättern:**
Advertorials sind redaktionell aufgemachte Anzeigen, die sich vom Aussehen den Artikeln des Printtitels annähern und oftmals nicht direkt als Werbung wahrgenommen werden
- **Außerdem Flyer:** Auslage in örtlichen Bankfilialen, Bäckereien, Frisörläden

Nutzen:

- **Schneller Reichweitenaufbau**, da pro Haushalt von mehreren Personen gelesen
- **Mehrfachkontakte**, da Printmedien oft mehrfach konsumiert werden und durch die Kombination mit Direktmaßnahme
- **Relevanz durch „Nachrichtencharakter“** der Advertorials



Markteintritt eines Maschinenbauunternehmens

Herausforderung:

Bekanntheitsförderung zum Markteintritt, Gewinnung einer sehr spitzen Zielgruppe (Mittelständler und Konzerne aus der Lebensmittelindustrie), Maschinen besitzen hohen Innovationsgrad und bieten große Effizienzvorteile gegenüber Maschinen von Wettbewerbern.

Details:

- **Werbeaussage:** innovative Firma, effiziente Maschinen, die sich bereits kurzfristig rechnen verbunden mit hohen Qualitätsstandards
- **Zielgruppe:** Mittelständler und Konzerne aus der Lebensmittelindustrie
- **Werbeimpuls** ist mittelfristig, da es um Imageaufbau geht
- **Budget:** 25.000 EUR
- **Geografische Verteilung:** national
- **Zeitliche Verteilung:** 6 Monate



Markteintritt eines Maschinenbauunternehmens

Lösung:

- **„Nationale Printkampagne in ausgewählten Fachmagazinen der Lebensmittelindustrie,**
 - ✓ Mittels professioneller Werbeplanung wird Schaltplan erstellt.
 - ✓ Halb- und Ganzseiten
 - ✓ Jeweils mindestens 3 und maximal 6 Anzeigen



Nutzen:

- **Kaum Streuverluste** durch zielgruppengenaue Planung
- **Große Relevanz**, da Leser am Thema stark interessiert, kann im passenden redaktionellen Umfeld platziert werden, Themen je Ausgabe weit im Voraus bekannt und somit gut planbar
- **Imagetransfer** der Titel

Bewerbung eines Tourismusebiets durch Verband, überregional

Herausforderung:

Alpines Touristengebiet möchte seine Ski-Arenen vermarkten. Es existieren viele Wettbewerber mit der gleichen Zielgruppe.

Details:

- **Werbeaussage:** Schneegarantie, hunderte Pistenkilometer, kurze Anfahrt, tolle Wellnessangebote
- **Zielgruppe:** Skifahrer, 18+
- **Werbeimpuls** ist mittelfristig, die gesamte Saison über
- **Budget:** 300.000 EUR
- **Geografische Verteilung:** Süddeutschland, überregional
- **Zeitliche Verteilung:** Herbst/Winter, 5 Monate



Bewerbung eines Tourismusgebiets durch Verband, überregional

Lösung:

- **Print-Kampagne** in ausgewählten **Publikumszeitschriften** (Freizeit, Männer, Frauen)
- **Überregionale Radiokampagne**, 3 Spots/Tag Mo – Fr in der Drive-Time, um mobile Menschen zu erreichen, Selektion des Senders nach Reichweite
- **Flankierende Online-Kampagne**, regional ausgesteuert



Nutzen:

- **Starke Erinnerungswerte** durch Radio
- **Mehrfachkontakte**, da Zielgruppe täglich erreicht wird
- **Imagetransfer** des Senders
- **Hochwertiger und auffälliger Auftritt** im **Printbereich** (starke Erinnerungsraten, Imagetransfer)
- **Wenig Streuverluste**, da gezielt auf Mediennutzung der Zielgruppe geachtet wird

