

erstellt: 03.06.2016

Zurück aus der Zukunft: Der gedruckte Katalog lebt noch lange

O-Ton: Horst Huber, CEO, Werk II Medien- und Informationsgesellschaft mbH, 47059 Duisburg

Länge: 16:23 (5 O-Töne, einzeln einsetzbar)

Autor: Harald Schönfelder

Info: Otto und Ikea drucken ihn noch, Quelle und Neckermann waren einmal Synonyme für den Katalog. Mit dem Erfolg des Internets schien das Ende des Katalogs besiegelt. Doch es gibt ihn noch und inzwischen sind sogar reine Internetfirmen wie Zalando in die Werbung mit gedruckten "Magalogen" eingestiegen. Das ist eine Mischung aus Magazin und Katalog. Woher die Renaissance kommt, erklärt Horst Huber von der Agentur Werk II und dem Hersteller von Publishing-Software Priint.

Huber antwortet auf folgende Fragen:

1. Der Katalog hat mal eine große Rolle gespielt. Neckermann, Quelle, Otto, Ikea - von den Firmen ist kamen und kommen die gedruckten Kataloge. Aber wie geht es dem Genre Katalog eigentlich?
2. Aber ist der Katalog nicht auch flüchtig? Nach einem halben Jahr ist er veraltet und landet im Müll.
3. Aber das könnte ich doch auf dem Rechner auch. Da packe ich mir den Katalog als PDF auf den Desktop und dann liegt er dort.
4. Also so wie beim Autokauf, wenn ich einen VW kaufe, bekomme ich eine Standard-Willkommensbroschüre mit Erläuterungen zum Wagen, gleichzeitig ist aber die zweite Seite mit einem personalisierten Anschreiben versehen.
5. Spielt das eigentlich eine Rolle, ob der Katalog im B2B-Bereich verteilt wird oder an private Konsumenten?

zum Beitrag gehörende mp3-Datei:

drupa_16_Der_Katalog_lebt_Horst_Huber_OTN.mp3