erstellt: 03.06.2016

Print wirkt: Die Rückkehr der Werbung in die Briefkästen

O-Ton: Eugen Kern, Managing Director, Geometry Global GmbH, 60598 Frankfurt am Main
Länge: 4:53 (4 O-Töne, einzeln einsetzbar)
Autor: Harald Schönfelder

Info: Print wirkt: Das war eine Werbekampagne der Zeitungsverleger. Print wirkt besser: Das ist auch die Erkenntnis der Werbebranche nach ein paar Jahren Internet. Vor allem für hochwertige Produkte wird wieder mehr per gedruckter Post geworben. Eugen Kern von der Werbeagentur Geometry erklärt die Gründe.

Kern antwortet auf folgende Fragen:

1. Print ist das neue Premium heißt das Segment mit Ihrem Vortrag. Warum kommt Print in der Post-Werbung wieder? Man war doch vor ein paar Jahren froh, dass die Briefkästen nicht mehr überquellen.

2. Ist das eine rein deutsche Erscheinung oder gibt es das auch zum Beispiel in den USA?

3. Welche Rolle spielt Interaktivität dabei, Flächen zum Freirubbeln, zum Riechen und so weiter?

4. Ist das ein nachhaltiger Trend oder ein letztes Aufflackern?

zum Beitrag gehörende mp3-Datei:

drupa_16_Print_wird_Premium_Eugen_Kern_OTN.mp3