

60



75



54

DIALOG-MARKETING

Treffpunkt Nürnberg
Aktuelle Direktmarketingtrends auf den Mailingtagen. 46

Punktgenau landen
Mailings sollen auch bei ihren Empfängern ankommen. Adressqualifizierung ist daher Pflicht! 48

Eine Kampagne, verschiedene Kanäle
Der Konsument merkt sich die Werbebotschaft leichter, wenn sie ihn crossmedial erreicht. 54

PACKAGING

Ölkännchen aus der Werkstatt
Originelle Verpackungsideen für Delikatessen. 58

Sauber verpacken
Shampoo-Flaschen aus Milchflaschen, Mehrwegverpackungen für den Versand – Ideen gibt es viele. 60

Bunte Botschaft auf der Box
Findige Vermarkter machen aus faden Schachteln und Kartons aufmerksamkeitsstarke Werbeflächen. 64

INSPIRATIONEN

Bedruckte Biertische
Hingucker für Grillpartys oder den Tag der offenen Tür. 72

Gutscheinbuch mit Freizeittipps
Das Schmankerl-Büchle lockt Bierliebhaber und Ausflügler in die bayerische Gastronomie. 73

Nie mehr fremdes Gepäck erwischen
Der individuell bedruckte Trolley macht's möglich. 74

Nützliches Give-away
Das magnetische Lesezeichen lässt sich vielseitig für Werbeaktionen einsetzen. 75

versio's Liebling
Ein Kinderbuch, das vor allem Erwachsene begeistert. 76

Köpfe/Impressum 67

Magneticstar

Er ist so genial wie einfach: der Magneticstar, den seit Kurzem die Stuttgarter Agentur „Alles Werbung“ vermarktet. Der mit Magneten versehene, zirka vier Gramm leichte Clip aus Pappe lässt sich wie ein Lesezeichen an oder in verschiedene Medien heften. So kann er die Werbebotschaft eines Mailings verstärken, als Stopper und Orientierungshilfe in einer Kundenzeitschrift oder einem Katalog dienen oder als Give-away verteilt werden. Zudem lässt sich das Lesezeichen, das vor allem durch seinen Reiter auffällt, auch als Gutschein mit fortlaufender Nummerierung nutzen – beispielsweise für

Gewinnspiele, Rabattangebote oder als Eintrittskarte. Das Möbelhaus Ikea hat das patentierte Werbemittel schon getestet. Die Kunden der Stuttgarter Buchhandlung Wittwer bekamen an der Kasse ein Lesezeichen mit aufgedruckter Werbung fürs Bücherregal Billy kostenlos überreicht. Gleichzeitig diente dieses als Gutschein für einen Buchstopper. „Bereits nach wenigen Tagen kamen die ersten Kunden, die es bei uns eintauschten und gleich noch eine Runde durchs Einrichtungshaus schlenderten“, berichtet erfreut Günter Engelhardt, Marketingleiter bei Ikea in Sindelfingen.

Technische Daten

Kategorie: Werbebeilage, Lesezeichen, Give-away
Auflage: mindestens 2000 Stück
Papier: 350 g/qm
Vertrieb: vor allem über den Buchhandel
Zielgruppe: vor allem Buchkäufer; gebildete Mittelschicht, die normalerweise Werbebotschaften gekonnt ausblendet.
Besonderheiten: Die Werbebotschaft lässt sich nahezu konkurrenzlos in einem positiven Umfeld – im Buch – platzieren und bleibt – mit dem gut sichtbaren Reiter – im Blickfeld des Lesers. Für diesen bietet das Werbemittel gleichzeitig einen praktischen Nutzen.



Das Werbemittel lässt sich individuell gestalten – zum Beispiel mit regionalisierten Aufdrucken. Ikea entdeckte bereits die Möglichkeiten.

UNTERNEHMEN

Auftraggeber: Ikea Ludwigsburg/Sindelfingen

Agentur: Alles Werbung GmbH (Stuttgart)

Druckerei: Magneticstar ist ein Lizenzprodukt, das in Spanien produziert wird.

Die Buchkäufer, die ihr Ikea-Lesezeichen ins Möbelhaus mitbrachten, konnten einen Gutschein einlösen und ihr Give-away gleich als Merker im Ikea-Katalog verwenden.

