

MAILINGS OHNE WERBEBLOCKER KEINE ANGST VOR DEM INTERNET

Auch im Zeitalter von Internet und E-Commerce muss die klassische Werbehülle nicht um ihre Zukunft bangen. Während das Briefvolumen in Europa deutliche Rückgänge hinnehmen musste, hat der Werbebrief im Dialogmarketing seine Stellung behauptet. Da die Verbraucher gegenüber Internet-Werbung kritisch geworden sind, eröffnen sich Chancen für Direct-Mails, die auch von Unternehmen im E-Commerce genutzt werden.

Text: Udo Karpowitz | Bild: Mayer Kuvert Network

Im Rahmen einer jüngst veröffentlichten Studie der IPC (internationale Post Corporation) wurden mehr als 3.000 Konsumenten zu Werbe-Post und Internet-Werbung befragt. Eine Mehrheit der Befragten gab an, mindestens einmal pro Woche Werbe-Post zu erhalten. 80% der Befragten überprüfen mindestens einmal am Tag ihren Briefkasten. Damit wird bereits deutlich, dass Direct-Mails ein erfolgsversprechender Werbekanal bleiben und von Verbrauchern unmittelbar wahrgenommen werden. Ganz anders hingegen wurde von den Befragten Internet-Werbung beurteilt. Immer mehr Verbraucher verhindern mit Ad-Blockern Online-Werbung. Ad-Blocker werden heute bereits von 38% der Deutschen eingeschaltet. Zudem plant ein großer Anteil der Befragten, in naher Zukunft einen digitalen Ad-Blocker zu installieren – hier drückt sich die



Kreativhüllen nutzen die zeitgemäßen gestalterischen und drucktechnischen Möglichkeiten.

Frustration der Verbraucher gegenüber dem Internet als Werbekanal aus. Ein weiteres Ergebnis der Studie sind die positiven Wirkungen von Print-Werbung auf den Online-Handel. Nachweislich lassen sich dem Wachstum im E-Commerce mit guter Print-Werbung weitere Impulse verleihen. Dabei spielen beigefügte Gutscheine und Rabattcodes eine wichtige Rolle. In

allen Ländern suchen die Konsumenten gezielt nach Gutscheinen oder Rabatten, bevor sie online einkaufen. Aber auch die Gestaltung der Werbehülle hat maßgeblichen Einfluss auf den Erfolg einer Kampagne. Hier sind in erster Linie die Kreativabteilungen und die Hersteller von Mailing-Hüllen gefragt. Die Briefumschlagindustrie bietet eine Vielzahl

gestalterischer und drucktechnischer Möglichkeiten, die exakt auf das jeweilige Kampagnenziel des Werbetreibenden abgestimmt sind. Diese reichen von ›Kreativhüllen‹, deren Silhouette dem beworbenen Produkt nachempfunden ist, über Werbehüllen, die beim Öffnen einen verkaufsfördernden Duft verströmen, bis hin zum ›umgekehrten Kuvert‹, eine neue Werbehülle, bei der die komplette Vorderseite des Kuverts als Werbefläche zur Verfügung steht. Adressfeld und Frankierung sind auf der bisher meist ungenutzten Rückseite der Hülle zu finden. Eine Vielzahl weiterer Werbehüllen werden im Rahmen der *Print & Digital Convention* gezeigt, wo verschiedene Hersteller von Werbehüllen und auch die Branchenverbände FEPE, IPC und VDBF vertreten sind.

> www.vdbf.org



Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
+49 (0) 26 71 - 38 36

