

THE POWER OF PRINT

DIE METAANALYSE
ZUR WERBEWIRKUNG VON PRINT



Das Katerfrühstück nach dem digitalen Rausch

Nullen und Einsen haben die Marketingwelt revolutioniert. Doch entgegen vieler Voraussagen löst sich die Welt deshalb nicht in Pixel auf. Im Gegenteil: Trotz Digital-Euphorie, der manch Marketer verfallen ist, erleben wir derzeit eine Renaissance des Analogen. Offline liegt wieder voll im Trend. Es werden mehr Bücher gekauft denn je, AirBnB publiziert sein eigenes Printmagazin und selbst bei Google, Facebook & Co liegen Notizbücher neben den Laptops.



Gleichzeitig ernten Marken, die in den letzten Jahren mit sachlichen Blick nicht blindlings ihre Budgets ins Digitale umschichteten, die Früchte ihrer Besonnenheit. Der Hemdenhersteller Olymp beispielsweise verdreifachte seinen Umsatz auf über 230 Millionen Euro innerhalb der letzten 10 Jahre – mit einer konsequent auf Print ausgerichteten Kommunikationsstrategie. Nicht aus Nostalgie, sondern weil es ihn erfolgreich macht.

In einer flirrenden, hektischen, digitalen Welt sehnen sich die Menschen wieder mehr nach sinnlichem Erleben, Entschleunigung und Vertrauen. Print spielt dabei eine wichtige Rolle und ergänzt High-Tech um High-Touch.

Haptische Kraft für starke Marken

Von Anzeigen über Direct Mailings bis hin zu Verpackungen: Print ist durch seinen beständigen Charakter und seine multisensorischen Qualitäten optimal gehirngerecht. Das ist gut für die Marke und gut für den Umsatz.

Der digitale Fortschritt macht zudem auch Printkommunikation reichhaltiger: Neue Druckverfahren und Veredelungstechniken, Individualisierungen in Kleinstauflagen, crossmediale Technologien wie Augmented Reality und Printed Electronics bieten Marketer mehr Möglichkeiten denn je.

Dank der psychologischen Forschung und den Neurowissenschaften verstehen wir heute sehr gut, wie Menschen wahrnehmen, wie ihre Emotionen entstehen, wie sie Entscheidungen treffen und welche Rolle Printmedien dabei spielen. Doch wer die psychologischen Vorteile von Print und die technischen Möglichkeiten effektiv nutzen will, braucht dafür fundiertes Wissen und Orientierung.



*Gut für die Marke.
Gut für den Umsatz.*

Praxisrelevante Erkenntnisse aus über 300 Studien

Die weltweit erste Metaanalyse bringt Ordnung in die Vielfalt der Erkenntnisse und technischen Möglichkeiten. Das Multisense Institut für sensorisches Marketing analysierte im Auftrag der Creatura-Initiative über ein Jahr lang mehr als 300 internationale Studien zur Werbewirkung von Print und Druckveredelung.

Jeder, der in seiner täglichen Arbeit mit Printkommunikation zu tun hat – ob Werbe- oder Marketingleiter, Produkt- oder Markenmanager, Kreative oder Einkäufer –, kurzum alle, die nicht Effekthascherei betreiben, sondern Ihr Budget gewinnbringend einsetzen wollen, finden in der Creatura-Metaanalyse die Antworten auf folgende Fragen:

Wie macht Print meine Kampagnen effektiver und effizienter?

Wie baue ich mit Print Markenerinnerung und Markenvertrauen auf?

Wie differenziert Print meine Marke und meine Produkte im Wettbewerb?

Wie nutze ich die Kraft von Printmedien in Verkaufsprozessen?

Wie erhöhe ich durch Verpackungsgestaltung die Kaufbereitschaft am Point of Sale?

Wann lohnt sich die Investition in Veredelung von Werbemitteln und Verpackungen?

Welche Bedeutung hat Print für meinen digitalen Marketingerfolg?

Sichern Sie sich Ihren Vorteil

Seien Sie Ihren Wettbewerbern einen Schritt voraus mit der weltweit ersten Metaanalyse zur Werbewirkung von Print – systematisch aufbereitet und auf 140 Seiten komprimiert, mit vielen praxisrelevanten Tipps und Anleitungen **für Ihren Werbeerfolg.**

Schnell sein lohnt sich: Wir schenken Ihnen 50 Euro für ihr persönliches Exemplar der Creatura-Metaanalyse. Bis zum 31.12.2018 erhalten Sie mit dem **Gutscheincode POWER-OF-PRINT** Ihr Kompendium für 449 Euro statt 499 Euro frei Haus.*

Bestellen Sie jetzt Ihre Metaanalyse beim Fachverband Medienproduktion:

 www.creatura.de/metaanalyse

 065 42 54 52



* alle Preise inkl. 7% MwSt., inkl. Versandkosten

 *Zeig es mir und ich sehe.
Sag es mir und ich höre.
Lass es mich fühlen und
ich glaube dir.*

Creatura

**multi
sense**