



## **Intermedia Commerce AG - Klassische Werbung**

### **Was unterscheidet die klassische Werbung von der digitalen Werbung?**

Vorab sei angemerkt, dass umfassendes Marketing sowohl klassische Strategien, wie auch moderne Features enthält und sowohl stationär und online durchgeführt werden sollte. Die klassische Werbung in Form von Bannern, Displays oder Schaufensterwerbung, Flyern und Wurfsendungen ist im Kostenfaktor höher angesetzt als Online Werbung. Doch nicht nur hierin, sondern auch in der Wirkung auf den Kunden zeigen sich Unterschiede in den Werbemitteln. Statistiken ergeben, dass Printwerbung oftmals länger im Gedächtnis bleibt als Online Werbung, die meist nur überflogen und im Vorbeigehen betrachtet wird. Anhand dieser Erkenntnisse könnte der Unternehmer den Rückschluss ziehen, dass die klassische Werbung mehr Erfolg bringt und einen größeren Anteil im Marketing Portfolio einnehmen sollte. Doch dieser Ansatz ist falsch und hat in der heutigen Zeit keinen Bestand mehr.

### **Balance zwischen Online und Offline Marketing**

Immer weniger Menschen abonnieren Zeitungen oder Zeitschriften, nehmen Flyer in Ladengeschäften mit oder erledigen ihre Einkäufe überhaupt auf lokaler Basis. Daher wird die Printwerbung zwar bei den Kunden ins Augenmerk geraten, die lokal unterwegs sind oder eine Werbeanzeige in der Zeitung lesen, einen Großteil der Zielgruppe aber aussparen und gar nicht erst erreichen. Um Streuverluste zu vermeiden und seine Reichweite zu erhöhen ist es notwendig, dem Online Marketing Bedeutung zu schenken und viel Aufmerksamkeit zu widmen.

Allein die Präsenz in sozialen Netzwerken kann die Gewinnung neuer Kunden um das Doppelte steigern, da Facebook und Co. von 80 Prozent der Gesellschaft genutzt werden und eine zielgruppenorientierte Werbung ermöglichen. Bei Wurfsendungen ist die Zielgruppenorientierung nicht geboten, da die Verteilung automatisch in allen Haushalten im Einzugsgebiet erfolgt und der Unternehmer kaum messbare Ergebnisse für seinen Werbeerfolg erhalten kann.

### **Werbemittel an der Zielgruppe ausrichten**

Ist der fokussierte Kundenkreis jung und dynamisch, werden sich Fernseh- und Rundfunk-, sowie Printwerbung kaum lohnen. Hier gerät Online Marketing in den Fokus und erreicht die potenziellen Kunden dort, wo diese nach Informationen und Angeboten suchen.

Bei einer älteren Zielgruppe hingegen wird die Vertrauensbasis über Fernsehwerbung und Rundfunkwerbung, sowie über Annoncen in Zeitschriften und Zeitungen viel eher aufgebaut und Annoncen im Internet finden weniger Beachtung. Unternehmer mit einer breit gestreuten Zielgruppe leisten einen positiven Beitrag für ihre Bekanntheit, wenn sie sowohl mit klassischen Elementen und mit modernen Medien arbeiten und ihr Werbebudget teilen. Um Kosten zu sparen und die hohen Ausgaben für klassische Werbung zu kompensieren, bieten sich im Online Marketing viele kostenlose und äußerst günstige Möglichkeiten für eine Präsentation und Bekanntmachung des Unternehmens.