

PRINT-WERBUNG IST NICHT TOT

Veröffentlicht am 30. Oktober 2012 von Annette

Bei all dem Lob für das Online-Marketing müssen wir auch mal betonen: Print Werbung ist noch lange nicht tot. Die klassische Form der Werbung erfreut sich weiterhin [...]

Bei all dem Lob für das Online-Marketing müssen wir auch mal betonen: Print Werbung ist noch lange nicht tot. Die klassische Form der Werbung erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit. Ob Broschüren, Plakate, Visitenkarten, Coupons oder Anzeigenwerbung - Print wirkt nach wie vor. Aber wie schafft man es, gedruckte Werbung mit digitalem Marketing zu verbinden?

Der Klassiker: QR-Code

Sie haben viel Energie in Ihre Online-Marketing-Strategie oder das Design Ihrer Webseite gesteckt. Es wäre schade, wenn dieses Potential nicht auf Einfluss auf Ihre Print-Werbung nehmen würde. Eine klassische Methode, um auch via Print-Werbung auf eine Webseite oder eine Online-Kampagne hinzuweisen, ist der QR-Code. Dieser findet sich mittlerweile auf vielen Plakaten und Flyern wieder. Er kann von **Smartphones** ausgelesen werden und verlinkt zum Beispiel auf eine Unternehmenswebseite.

Verweisen Sie auf Online-Präsenzen

Was kann man noch tun, um seine gedruckten Werbemaßnahmen um Online-Aspekte zu ergänzen? Bedrucken Sie Ihre **Visitenkarten**, **Flyer** und **Broschüren** immer mit der **Adresse Ihrer Internetseite** oder Ihres **Facebook-Auftritts**. So können interessierte Kunden gleich mehr Informationen einholen und verlinken Sie im besten Fall oder teilen Ihre Webseite in sozialen Netzwerken.

Locken Sie mit Gutscheinen und Rabatten

Gutscheine und Rabatte locken bekanntermassen besonders viele Kunden an. Bieten Sie solche doch auf Ihren Print-Produkten an. So könnten Sie zum Beispiel einem Flyer einen Gutschein-Code für Rabatt in Ihrem Online Shop beifügen. Die Möglichkeiten sind vielfältig.

Selbstverständlich bietet es sich auch allgemein an, das [Design der Print-Produkte an das Design der Online-Präsenzen anzupassen](#) - dies ergibt ein professionelleres Gesamtbild.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass gerade eine [Mischung aus Print- und Online-Werbung](#) am besten wirkt. Wie ist Ihre Meinung dazu? Nutzen Sie Print, um auf Ihre Webpräsenzen zu verweisen? Wir freuen uns über Ihre Kommentare!