

Werbung, die ankommt!

Für Produkte und Marken wird es in dieser komplexen Medienlandschaft zunehmend schwieriger, die Aufmerksamkeit beim Verbraucher zu erlangen. Während die klassischen Medien wie Print, TV und Internet nach neuen Konzeptideen suchen, entstehen jenseits dieser Mediengattung innovative Sonderwerbformen wie die Werbung auf Paketen.

Das Angebot an Werbeträgern hat sich in den vergangenen Jahren dramatisch verändert. Fernsehen und Print sind übersättigt. TV-Spots werden immer häufiger weggezappt, Anzeigen ohne nennenswerte Beachtung überblättert und Werbebanner im Internet automatisch unterdrückt. Die Flut von Werbebotschaften und die deutliche Verteuerung der Werbekosten zwingen Werbetreibende und Agenturen zu neuen und effizienteren Methoden in der Ansprache der Konsumenten.

Ambient Media – Aufbruch in ein neues Zeitalter?

Kein Wunder also, daß Ambient-Medien im Mediamix seit Jahren eine immer stärkere Bedeutung einnehmen. Ambient Media ist der Sammelbegriff für alle nicht-klassischen Werbeformen, die uns täglich umgeben. Zu den etablierten Ambient-Medien gehört heute die Outdoor-Werbung mit ihren Großflächenplakaten sowie City-light-Poster oder die Verkehrsmittelwerbung an Bussen und Bahnen. Doch mittlerweile scheint es für Ambient-Medien keine Grenzen mehr zu geben. Alles kann zur Werbefläche werden: Taxen, Parkbänke, öffentliche Toiletten, Zapfpistolen an Tankstellen, Bodenfliesen und sogar Felder und Wiesen in der frei-

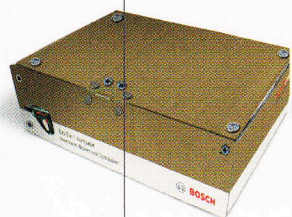
en Natur. Mit publicbox – Werbung auf Paketen – haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, einen neuen und einzigartigen Werbeträger zu etablieren. Durch die Nutzung der Werbeflächen auf dem Karton wird es künftig möglich sein, Markenbotschaften bei Zielgruppen effizient zu platzieren. Die Zielgruppen sind online-affine und konsumstarke Konsumenten, die Produkte im Internet z.B. über eBay, Amazon oder Direktversender bestellen.

Bilanz nach zehn Jahren E-Commerce

Im vergangenen Jahr haben allein 30 Millionen Deutsche Waren im Wert von über 18 Milliarden Euro bestellt. Der Bundesverband des Versandhandels prognostiziert in den nächsten fünf Jahren eine Halbierung des stationären Handelsvolumens zugunsten des elektronischen Distanzhandels. So rechnen Experten damit, dass bereits im Jahr 2015 die Hälfte des gesamten Handelsvolumens online erzielt wird.

Steigendes Paketaufkommen durch Online-Bestellungen

Kontinuierlich steigt demzufolge das Paketaufkommen, welches bereits aktuell allein in Deutschland bei weit



über 800 Millionen Paketen liegt. Den Endkonsumenten erreichen so jährlich 160 Millionen versendete Pakete. Ein Großteil hiervon kann über das neue System für Werbezwecke gebucht werden.

Über sogenannte publicbox-Retailpartner – Internetversender, Paket-Carrier, Fullfilment- und Logistikdienstleister erfolgt eine bundesweite und zielgruppengenaue Verteilung der werbebedruckten Versandkartonagen. Die Leistungswerte, die mit dieser neuen Sonderwerbform erzielt werden können, sind vielversprechend:

- Das Medium garantiert seinen Werbekunden 100 Prozent Viewing Rate.
- Erste Referenzprojekte für namhafte Werbekunden bestätigen beste Werte für Wahrnehmung und Erinnerung. So konnten sich innerhalb einer Befragung rund 75 Prozent der Besteller nach einer Woche noch an die Werbebotschaft erinnern.
- Rund fünf Minuten beträgt die durchschnittliche Kontaktdauer mit einer Versandkartonage. Mit jedem Paket werden durchschnittlich fünf Mehrfachkontakte generiert.

Der Werbetreibende bucht für seine Markenbotschaft ein ungewöhnlich aufmerksamkeitsstarkes und effizientes Werbemedium mit hohen Kontaktchancen, der Versender spart mit der für ihn kostenlosen Versandbox erhebliche Verpackungskosten und der Empfänger des Pakets erhält nützliche Informationen.

Zusätzlich können Werbekunden zahlreiche Ad-Specials buchen und den Paketen Response-Mittel, Warenproben oder Geschenkgutscheine beilegen.

Streuverluste minimieren – Kontakte optimieren

Damit die Verteilung der Werbebotschaftsbox möglichst punktgenau nach den Interessen und Neigungen der Besteller erfolgt, sorgt eine Datenbank mithilfe eines indi-



CHRISTIAN KLAMMER,
Urheber und Gründer von publicbox.



DR. JANA-MARIA LEHNHARDT,
CEO der public Salespromotion GmbH.

viduellen Matchingprozesses für eine exakte Korrelation zwischen dem Gesuch des Werbetreibenden und dem Angebot von publicbox. So können bei der public Salespromotion GmbH bereits jetzt aus über 25 Konsumkategorien unterschiedlichste Zielgruppenprofile für diverse Branchen und Märkte erstellt werden. Publicbox ist das erste Ambient-Medium, das es ermöglicht, Konsumenten nach zusätzlichen qualitativen Merkmalen zu selektieren und die Kontaktqualität damit deutlich zu optimieren.

Für die nahe Zukunft ist ein webbasiertes Empfehlungs- und Planungstool angedacht, das bei Entscheiden, Planern und Mediafachleuten Orientierungshilfe leistet und für mehr Transparenz bei der Planung einer Ambient-Media-Kampagne sorgt.

Aufmerksamkeit garantiert

Mit neuen Druckverfahren und Veredlungstechniken eröffnen sich für Werbekunden ganz neue Wege in der Ansprache ihrer Konsumenten. Mit akustischen, haptischen sowie olfaktorischen Verstärkern können neue Reize in der Wahrnehmung ausgelöst werden. Eine Werbebotschaft auf dem Versandkarton, die exakt auf die Bedürfnisse, Interessen und Neigungen des Bestellers abgestimmt ist, überrascht nicht nur, sondern informiert zum richtigen Zeitpunkt.

von Christian Klammer und Dr. Jana-Maria Lehnhardt

Fotos: Publicbox