



Print lebt!

Wie Broschüren in digitalen Zeiten Erfolg haben

Social Media, Webseiten und Newsletter boomen – doch als „Werbung-to-go“ sind Broschüren immer noch unschlagbar, um Botschaften im wahrsten Sinne schnell begreifbar zu machen. Wie wichtig gedruckte Broschüren im Multi-Channel-Marketing weiterhin sind, zeigen folgende Zahlen:

Nutzung Broschüren B2C: Für die Mehrheit der Verbraucher sind Broschüren und Kataloge eine nützliche Informationsquelle und häufig der entscheidende Impulsgeber für den Kauf. Knapp 80 Prozent informieren sich in Print-Katalogen, um anschließend in einer stationären Geschäftsstelle zu kaufen. Für den Kauf in Online-Shops sind gedruckte Informationsmaterialien bei 68 Prozent der Impulsgeber.*

Nutzung Broschüren B2B: Eine Umfrage bei amerikanischen Entscheidern ergab, dass 72 Prozent vor dem Kauf eines technischen Produktes Broschüren gelesen haben, bei 43 Prozent war die Broschüre in der Pre-Sale-Phase sogar die erste Informationsquelle.**

Vorteile von Broschüren

Dass gedruckte Informationen weiterhin so beliebt sind, liegt an folgenden Faktoren:

Broschüren sind...

... **praktisch:** Man kann überall sofort darin lesen, Notizen darin machen sowie das Druckwerk an Andere weitergeben. Und man ist unabhängig von Internet und Strom.

... **vertrauensbildend:** Für Viele haben gedruckte Informationen immer noch eine höhere Glaubwürdigkeit als Inhalte aus dem Internet.

... **emotional ansprechend:** Große Bilder, gute Texte in einer ansprechenden Typographie, schönes Papier und Druckveredelungen sprechen mehrere Sinne gleichzeitig an.

... **vielfältig einsetzbar:** Sie können bei Kundenkontakten persönlich überreicht, der Korrespondenz (Angeboten, Rechnungen) beigelegt, am Point of Sale und auf Messen ausgelegt oder in einer gezielten Mailingaktion verschickt werden.

*Quelle: CUSTOMER-JOURNEY-TYPOLOGIE 2012 IfH Institut für Handelsforschung GmbH / AZ Direct GmbH; **Quelle: Eccolo Media 2011, B2B Technology Collateral Survey Report

Wichtige Fragen vorab: Was wollen Sie mit Ihrer Broschüre bei wem bewirken?

Wie bei jeder Werbemaßnahme stehen am Anfang viele Fragen, die Sie vorab beantworten sollten:

- Wollen Sie das gesamte Unternehmen in einer Imagebroschüre präsentieren oder einzelne Produkte in einer Produktbroschüre?
- Was soll die Broschüre erreichen? Neue Kunden ansprechen, vorhandene Kunden über zusätzliche Angebote informieren?
- Wer ist die Zielgruppe und welchen Nutzen bieten Sie dieser?
- Wie sollen Leser reagieren? Termin per Telefon oder Mail vereinbaren, Produkte online bestellen, weitere Infos abrufen?
- Wie bekommt Ihre Zielgruppe die Broschüre? Auf einer Messe, per Mailing, in Ihrem Geschäft, per Online-Bestellung?
- Werden Preise in der Broschüre genannt? Wenn nicht, gibt es Beileger mit aktuellen Konditionen?

Extra-Tipp: Print wird zusätzlich digital

Machen Sie die Broschüreninhalte unbedingt auch online nutzbar:

- Die einfachste Variante ist das Veröffentlichen der gedruckten Ausgabe als (blätterbares) pdf auf Ihrer Website.
- Aufwändiger – aber auch viel interessanter – ist eine Extra-Version als App für die Darstellung auf Ipad und anderen Tablet-PCs, die zusätzliche multimediale Inhalte einbindet wie Bildergalerien, Filme, Interviews, 360-Grad-Panoramen, Spiele. Dadurch wird die Nutzungsdauer der Broschüre deutlich erhöht.
- Eine direkte Interaktion mit der gedruckten Broschüre erreichen Sie durch das Einbinden von QR-Codes. Diese werden mit Smartphones gescannt und verbinden

Praxis-Tipp: Broschüren erfolgreich machen

Eine gute Broschüre funktioniert wie ein erfolgreiches Verkaufsgespräch. Hier 10 Tipps zum Aufbau, Inhalt und Stil:

1. **Der wichtigste Produktvorteil zuerst:** Möglichst schon auf dem Titel muss erkennbar sein, welchen Vorteil Ihre Leistung beziehungsweise Ihr Produkt dem Leser bietet.
2. **Kundennutzen vor Produktdetails:** Ihr Angebot löst ein Problem bei Ihren Kunden oder befriedigt ein Bedürfnis. Beschreiben Sie vor allem den konkreten Nutzen und was Ihre Leistung vom Wettbewerber unterscheidet. Ausführliche technische Details gehören nachfolgend übersichtlich aufbereitet in Tabellen oder auf beigefügte Datenblätter.
3. **Aus Kundensicht formulieren:** Sammeln Sie die wichtigsten Fragen, die Ihre Kunden immer wieder stellen. Nehmen Sie diese Fragen und Antworten als Leitfaden für Aufbau und Inhalt der Broschüre.
4. **Direkte und aktive Ansprache:** Sprechen Sie die Leser möglichst häufig direkt an und nutzen Sie aktive Formulierungen.
5. **Taten und Kunden sprechen lassen:** Referenzen, Kundenstatements und kurze Fallstudien erfolgreicher Projekte unterstreichen die Glaubwürdigkeit.
6. **Zusatzinformationen bieten:** Wenn der Platz vorhanden ist, dann bereichern Sie den Inhalt mit Tipps, aktuellen Studien oder Fachinformationen an.
7. **Kraft von Bildern nutzen:** Arbeiten Sie mit möglichst vielen Fotos und Grafiken. Aber achten Sie dabei unbedingt auf eine professionelle Qualität.
8. **Kurze Selbstdarstellung:** Firmengeschichte, Leitbild, Qualifikation der Mitarbeiter oder besondere Auszeichnungen – überlegen Sie, welche Fakten wirklich wichtig für Ihre Kunden sind. Hintergrundinformationen schaffen Vertrauen, sollten aber so knapp wie möglich sein.
9. **Lesefreundlich und verständlich texten:** Verzicht auf lange Sätze, Fremdwörter, Abkürzungen und Worthülsen. Achten Sie auf knackig-kurze Überschriften, strukturieren Sie Texte mit Zwischenüberschriften und nutzen Sie übersichtliche Aufzählungen.
10. **Qualität von Text, Gestaltung und Druck entscheidet über Erfolg!** Arbeiten Sie mit Experten zusammen. Und lassen Sie sich beraten über Sonderformate, Papiersorten oder Druckveredelungen.

den Leser direkt mit Ihrer (mobilen) Website. QR-Codes können aber auch direkt neben einzelne Produkte gesetzt werden, um Filme, Zusatz-Informationen oder Bilder abzurufen.

- Mit Augmented-Reality-Applikationen können Sie die Broschüre zusätzlich

beleben. Ihr Leser scannt dazu Cover oder einzelne Seiten und sieht diese dann plastisch mit 3D-Animationen auf dem Smartphone oder Tablet-Computer. So können Möbel aus Ihrer Broschüre direkt im Raum des Lesers virtuell ausprobiert werden. Oder Häuser auf möglichen Baugrundstücken und vieles andere mehr.



Claudia Mattheis

Geschäftsführerin
mattheis werbeagentur GmbH
www.mattheis-berlin.de