

Erzählen
Sie uns
Ihre Erfolgs-
geschichte.



BFB BestMedia4Berlin GmbH • Postfach 31 01 60 • 10631 Berlin

PRINT WIRKT WEITER.

5 GRÜNDE, WARUM PRINT NACH
WIE VOR BEDEUTEND IST.



IMPRESSUM

Herausgeber / V.i.S.d.P.:
Inke Rusdorf

BFB BestMedia4Berlin GmbH
Bundesallee 23 • 10717 Berlin

Tel.: 030/86 30 3-0 • Fax: 030/86 30 3-200
E-Mail: info@bfb.de • www.bfb.de

ERZÄHLEN SIE UNS IHRE ERFOLGSGESCHICHTE. UND KOMMEN SIE GROSS RAUS!



BFB BestMedia4Berlin macht sich erneut auf die Suche nach einzigartigen Erfolgsgeschichten. Diese zeigen Menschen, die mit ihrem Geschäft – und ihrem Inserat im Buch von Gelbe Seiten – erfolgreich sind. Sechs Gewinner haben in der Vergangenheit bewiesen: **Ein Inserat in Gelbe Seiten lohnt sich.**

Machen Sie mit! Ihre spannende Unternehmensgeschichte können Sie uns auf www.erfolgsgeschichten.berlin erzählen, oder Sie füllen die unten stehende Postkarte aus (bei Bedarf auch per Fax).

Die Teilnahme lohnt sich: Unter allen Einsendungen verlosen wir **zehn tolle Preise**, die Ihr Unternehmen groß rausbringen!

1.-3. Preis:

1.000 Imagebroschüren Ihres Unternehmens inklusive Fotoshooting
+ **1.000-€-Werbegutschein** für QIEZ – Dein Berliner Stadtteilportal.

+ Advertorial im Buch von Gelbe Seiten 2018

4.-10. Preis:

1.000-€-Werbegutschein für QIEZ – Dein Berliner Stadtportal.

Einsendeschluss: 03.07.2017



Sie sind erfolgreich und Inserent im Buch von Gelbe Seiten 2017? Erzählen Sie uns in drei Sätzen Ihre Erfolgsgeschichte (bitte deutlich schreiben)!

Kontaktdaten (Name, Firma, Tel., E-Mail)

Meine Erfolgsgeschichte:

Bitte
frankieren,
falls Marke
zur Hand

Deutsche Post 
WERBEANTWORT

BFB BestMedia4Berlin GmbH
Bundesallee 23
10717 Berlin

PRINT WIRKT WEITER. 5 GRÜNDE, WARUM PRINT NACH WIE VOR BEDEUTEND IST.



Besonders in Zeiten einer stark voranschreitenden Digitalisierung, die auch für deutsche kleine und mittelständische Unternehmen immer mehr in den Fokus rückt, ist das Werbepotenzial von Print-Medien nicht zu unterschätzen.

Jeder, der seine Firma effizient bewerben möchte, sollte Print-Werbung in seinem Marketing-Mix nicht vernachlässigen. Lesen Sie hier, warum.

Print bietet Qualität.

Digitale Medien bieten große Reichweite und scheinen für jeden zugänglich zu sein. Diese Zugänglichkeit führt aber oftmals zu einer Informationsflut und einem Rückgang der Qualität der Werbebotschaften. Das hat inzwischen den Anspruch auf Qualität und gezielte Informationen, welche besonders über die hochwertigen Inhalte von Print-Medien befriedigt werden können, wieder stark gesteigert. Ein Beweis dafür ist, dass immer mehr Internet-Portale kostenpflichtige Premium-Inhalte anbieten und weltbekannte Online-Firmen (wie z.B. Airbnb) entschieden haben, das Print-Format regelmäßig zu verwenden.

Print stärkt Ihr Image.

Dank der anspruchsvollen und hochwertigen Aufbereitung der Informationen genießt Print Vertrauen. Das zahlt auch auf das Image der Firmen ein, die Print nutzen. Im Gegensatz zu Online-Werbemaßnahmen werden Print-Medien von vielen für glaubwürdige und seriöse Quellen gehalten¹: Ihre Reichweite bzw. Auflage wird von dritten unabhängigen Instituten geprüft, und die ausgedruckten Inhalte sind im Nachhinein nicht mehr abänderbar und damit glaubwürdiger.

Print erreicht besondere Zielgruppen.

Print-Medien sind in vielen Fällen der einzige Weg, ein bestimmtes Kundensegment zu erreichen. Es ist bekannt, dass ältere Menschen Print-Medien stark nutzen. Es wäre aber ein Fehler, nur diese Zielgruppe zu berücksichtigen. Aus den oben erwähnten Qualitätsgründen und wegen ihres Informationsbedarfs ist Print das bevorzugte Medium der Besserverdienenden, zu denen sich auch junge, gebildete, beruflich erfolgreiche und damit kaufstarke Menschen zuordnen lassen.

Print berührt die Sinne.

Nicht zu unterschätzen ist der Effekt der greifbaren Präsenz von Print-Medien. Es ist nachgewiesen, dass haptische Werbung auf viele Menschen emotionaler wirkt und einprägsamer als Online-Maßnahmen ist². Außerdem liegt Print physisch vor und ist nicht flüchtig: Print-Medien lassen sich nicht wegklicken und sind gegen Werbefilter (wie z.B. Ad-Blocks) immun.

Print ist vielfältig.

Print-Werbung bietet abwechslungsreiche Werbeformate an: Dabei kann man zwischen klassischen Anzeigen – die in mehreren Größen und Gestaltungen erhältlich sind – und innovativen redaktionellen Lösungen unterscheiden. Letztere werden immer öfter durch den Begriff „Content Marketing“ gekennzeichnet und erlauben die Bekanntmachung von zielgruppenspezifischen und detaillierten Informationen, welche sich für traditionelle Anzeigen nicht eignen und zur Überzeugung und zum Aufbau eines Qualitäts- bzw. Experten-Images beitragen.

**Qualität.
Image.
Zielgruppe.
Präsenz.
Innovative
Werbeformate.**

Die optimale Lösung liegt schon vor!

kompakt, Ihr lokales Branchen-Magazin, entspricht allen oben genannten Vorteilen. kompakt bietet zusätzlich die Möglichkeit, die Werbeanzeigen und -artikel thematisch zu platzieren, was eine zentrale Rolle hinsichtlich der Wirksamkeit und Zielgruppenansprache spielt. Das erlaubt Ihnen, Ihre Kunden gezielt dort anzusprechen, wo Ihre Dienstleistung gesucht wird. Außerdem erreichen Sie über kompakt Ihre Kunden auch im Internet, denn Ihre Werbung wird auch auf dem Stadtteilportal QIEZ.de platziert.

Eine erfolgreiche Werbestrategie ist heutzutage von einer Kombination aus Online- und Print-Welten abhängig. Besonders für kleine und mittelständische Unternehmen mit regionalem und lokalem Bezug ist die Zusammenwirkung von gedruckten und digitalen Werbemaßnahmen erforderlich, um zufriedenstellende Ergebnisse zu erzielen.

Verzichten Sie nicht auf einen wirksamen Werbeauftritt und buchen Sie ab heute Ihre nächste kompakt Werbung!

¹ GfK „Bekanntheit & Nutzung der Verzeichnisse“ Studie 2015 | ² Universität Millward Brown (England) „Using Neuroscience to Understand the Role of Direct Mail“ Studie 2009



Gelbe Seiten



Mitmachen ist ganz einfach:

Karte ausfüllen und an uns per Post oder Fax (030/86 30 3-200) zurückschicken oder auf www.erfolgsgeschichten.berlin gehen und uns Ihre ganz persönliche Erfolgsgeschichte berichten.

DAS SAGEN FRÜHERE ERFOLGSGESCHICHTEN-GEWINNER

„Mit den Erfolgsgeschichten von Gelbe Seiten kennt mich meine Branche jetzt persönlich.“

Vivien Hermel, Living in Berlin

„Wir haben eine coole Geschichte, die man weitererzählen muss. Durch die Aktion Erfolgsgeschichten von Gelbe Seiten kennt die jetzt jeder!“

Robert Meyer, Ro² GmbH & Co. KG

„Die Aktion Erfolgsgeschichten von Gelbe Seiten hat mein Unternehmen groß rausgebracht.“

Diana Sanz, TonArt Die Musikschule