

## GEDRUCKTE WERBUNG

# Kein Verzicht auf Print

Immer wieder experimentieren Handelsketten mit den unterschiedlichen Werbekanälen und ihr Erfolg wird stetig hinterfragt. Gerade im Einzelhandel haben viele Unternehmen eigene Apps an den Start gebracht und versuchen damit, die wöchentlich erscheinenden Werbeprospekte zu umgehen.

So hatte auch *ALDI Süd* testweise im Raum Butzbach (Hessen) in 70 Postleitgebieten die flächendeckende Zustellung von Werbeprospekten an die Haushalte eingestellt. Nun kehrt das Unternehmen in der Testregion wieder zu gedruckten Handzetteln zurück.

Gedruckte Prospekte mit den Wochenangeboten von Supermärkten und Discountern sind in Deutschland seit Langem etabliert. Alternativ wurden die Informationen in Form von digitalem Content oder als kostenloses Abonnement angeboten. Es wurde jedoch bereits deutlich, dass die Kunden auf die Printprospekte nicht verzichten wollen.

Besonders während, aber auch nach der Inflation, spielt es für die Verbraucher eine große Rolle, die besten Angebote zu finden und Geld beim Einkauf zu sparen. Gedruckte Informationen sind hierbei für viele Unternehmen ein »zentrales Medium«, das von den Kunden überwiegend bevorzugt wird. Eine Studie aus dem April 2024 zeigte, dass gedruckte Handwerbung nach wie vor das beliebteste Kommunikationsmittel ist. Bei der Umfrage gaben 79% der Teilnehmer an, sich wöchentlich gedruckte Handzettel anzuschauen.

Auch Zeitungsanzeigen liegen im Trend. Nachdem *Rewe* im letzten Jahr seine gedruckten Handzettel (nicht überall) einstellte, stieg der Handelsriese auf Anzeigen um. Auch *ALDI Süd* hat angekündigt, vermehrt Zeitungsanzeigen zu schalten, weil auch dieser Printkanal offensichtlich für Frequenz und Umsatz in den Filialen sorgt. Die im vergangenen Jahr von *Rewe* als Alternative zu den gedruckten Prospekten eingeführte App wird übrigens jetzt mit Printflyern beworben.



Gedrucktes Werbematerial bleibt also relevant und funktioniert auch ohne Stromanschluss. Direktmailings, Hauswurfsendungen, Werbeanzeigen oder Supermarktprospekte – Printprodukte bleiben wichtige Touchpoints und stellen sicher, dass ihre Botschaft beim Empfänger ankommt.

Es gibt daneben noch zahlreiche weitere und kreative Optionen, um Printwerbung mit anderen Marketingkanälen zu verbinden. Supermarktprospekte und unpersonalisierte Hauswurfsendungen lassen sich einfach und effektiv personalisieren und schlagen so die Brücke zu digitalen Kanälen.

So bieten sich etwa neue Wege mit Programmatic Print an, mit Individualisierung und mit Geo-Marketing.



# CONTINUOUS PRODUCTIVITY. CONTINUOUS PROFITABILITY. CONTINUOUS INKJET.

Die **KODAK PROSPER ULTRA** 520 Druckmaschine produziert 80-L/cm-Offsetqualität bei einer Geschwindigkeit von 152 Meter pro Minute. So können Sie Ihre Betriebskosten senken, Ihren Umsatz erhöhen und Ihre Rentabilität im Prozess steigern.

**Fordern Sie Druckmuster unter [kodak.com/go/druckmarkt](https://kodak.com/go/druckmarkt) oder durch Scannen des QR-Codes an.**

