Intermediavergleich – Direktmarketing

Vorteile
Möglichkeit der persönlichen und anonymen Ansprache. Hohe Informationskapazität und breite Gestaltungsmöglichkeiten.

Quantitative Medialeistung
Mit unadressierter Direktwerbung sind etwa 55% der Haushalte erreichbar (45% mit Stoppkleber). Direkte Ansprache bei der adressierten Direktwerbung. Mehrfachkontakte sind jederzeit möglich.

Kommunikationsfähigkeit
Ansprache durch Text und Bild. Geeignet für textintensivere Botschaften, Bemusterungen, Kataloge usw. Bei der unadressierten Werbung ist eine breite Bevölkerungsschicht erreichbar. Vielseitige Selektionsmöglichkeiten bei adressierter Werbung. Lokale und regionale Aktionsangebote (unadressiert) und bei klar definierten Zielgruppen (adressiert).

Nutzerschwerpunkte
Bei unadressierter Werbung rund 2 Mio. Haushalte und Postfächer, mehrheitlich bedient durch private Verteiler. Geografisch gut selektierbar. Hohe Prospektdichte an vereinzelten Wochentagen. Bei adressierter Werbung Adressmaterial für verschiedenste Zielgruppen. Qualitäts- und Preisunterschiede nach Privat-/Geschäftsadressen.

Werbeangebotsformen
Gesamtverteilung unadressierte Werbung bis 25 g in alle Haushaltungen der Schweiz, CHF 228 000.–. Verteilkosten pro 1000 Ex: Ø CHF 104.– (inkl. CHF 8.– /1000 Ex. für Transportaufwendungen). Adresskosten für adressierte Werbung an Privathaushalte pro 1000 Ex: CHF 300 bis 600 je nach Adressanforderung. Geschäftsadressen: ab CHF 300 pro 1000 Exemplare.

Kosten
Einfaches Tarifspektrum je nach Auflage und Reichweite. Vermehrt Einheitspreisgestaltung unabhängig von Farbigkeit. Umsatzabschlussrabatte, BK 15%.

Quelle: mediakanzlei