



BROSCHÜREN -

ZEITLOS UND UNVERZICHTBAR.

Whitepaper





Hier klicken:



**ZURÜCK ZUM KLASSIKER.
BROSCHÜREN
WACHSEN WEITER!**

PRINT WIRKT.

Und das gilt ganz besonders in Zeiten zunehmend digitaler Kommunikation. Wer Printmedien heute bewusst und zielgerichtet einsetzt, kann besondere Aufmerksamkeit und damit enorme Image- und Vertriebswirkungen generieren. Deshalb stellen Broschüren heute sogar wertvollere Medien der Kundenkommunikation dar als noch vor einigen Jahren. Denn eine Broschüre hat Vorteile, die kein anderer Kanal so gebündelt mitbringt.



Was lässt sich mit Print vermitteln?

Unternehmensbroschüren bieten Raum für vertiefende Informationen und eine für die Zielgruppe interessante Selbstdarstellung des herausgebenden Unternehmens. Mit diesen Medien können Firmen das eigene Image ganz nach ihren Vorstellungen aufbauen.

In einer Broschüre lässt sich der Expertenstatus in einem Geschäftsfeld ebenso herausstellen wie die Marktkompetenz des Unternehmens. Die inhaltliche Bandbreite bei Broschüren geht über Firmenhintergrund und Fakten zum Markt weit hinaus. Unternehmen können diese vielseitigen Medien auch nutzen, um ihre Firmenkultur und Werte, nach denen in

ihrem Haus gelebt und gearbeitet wird, zu vermitteln. Auch Visionen für die zukünftige Entwicklung der Firma haben in einer Broschüre ihren Platz.

Da sich die Broschüren durch eine wertige Gestaltung und inhaltliche Tiefe nämlich deutlich von klassischen Flyern abheben, werden sie von vielen Nutzern aufgehoben - auch wenn vielleicht kein akuter Bedarf an den Angeboten des herausgebenden Unternehmens besteht. Noch besser ist es natürlich, wenn durch die Broschüre ein aktuelles Bedürfnis des Kunden geweckt werden kann.

Die gedruckten Imageträger zeigen viele Stärken und Nutzen:

- vielfältige Einsetzbarkeit/praktische Nutzbarkeit
- umfassende Informations- und Kompetenzvermittlung
- Imagebildung und Reputationsunterstützung
- Beratungscharakter für Kundenfragen
- Möglichkeit der Weitergabe durch Kunden
- Kundenbindungsinstrument
- vielfältige Stilmöglichkeiten - von sachlich bis emotional



08 Gründe für Broschüren

1. Broschüren sind informativ

Broschüren sind wahre Raumwunder: Zielgruppenfreundlich formuliert und inhaltlich auf den Punkt gebracht, lassen sich in den Printprodukten jede Menge Informationen, Zahlen, Fakten und Zusatzmaterial unterbringen.

3. Broschüren werden fokussiert wahrgenommen

Eine Broschüre genießt die ungeteilte Aufmerksamkeit des Lesers. Ein echtes Luxusgut in den heutigen Zeiten der Reiz- und Informationsflut. Dadurch werden sie als glaubwürdig empfunden und intensiv wahrgenommen.

2. Einsatz multimedialer Elemente in Broschüren

Broschüren können auch deshalb als inhaltliche Schwergewichte punkten, weil sie den Einsatz verschiedener Content-Formen erlauben: Textbausteine, Bilder, Tabellen und Grafiken finden sämtlich Platz in einer gut strukturierten Broschüre. Dies sorgt für Leseanreiz und dafür, dass die Botschaften zum Leser finden.

4. Broschüren sind präsent

Broschüren haben eine physische Präsenz: Sie sind Teil des Lebens- oder Arbeitsumfelds, liegen auf dem Schreibtisch oder dem Küchentisch und sind dadurch ständig im Wahrnehmungsbereich der Zielgruppen.

5. Broschüren sind beständig

In schnelllebigen Zeiten entwickeln viele Menschen eine unterschwellige Sehnsucht nach Beständigkeit. Und genau das repräsentiert eine Broschüre: Gedruckte Marketing-Medien frieren Inhalte und Informationen ein. Das gibt Vertrauen und Vertrauen ist ein immens wertvolles und rares Gut im B2B- oder B2C-Kontakt zwischen Unternehmen und ihren Zielgruppen.

7. Broschüren sind vielseitig zugänglich

Für Broschüren gibt es mehrere Vertriebswege und das macht sie so gezielt einsetzbar. Einer der Hauptvertriebswege ist der Versand per Post, adressiert an eine konkrete Person. Möglich ist jedoch auch die „unpersönliche“ Verteilung via Einwurf in den Briefkasten. Auch die Verteilung am Point of Sale bietet viele Möglichkeiten, eine Broschüre an die Menschen zu bringen. Und als Beilage zu Zeitschriften und Zeitungen finden Broschüren ebenfalls ihr Publikum.

6. Broschüren wirken kurzfristig

Auch wenn Print für Beständigkeit steht; können sie auch als sehr kurzfristige Werbeträger hervorragend eingesetzt werden. Sie dienen beispielsweise zur gezielten Kommunikation bei saisonalen Kampagnen oder zeitlich begrenzter Angebote.

8. Es ist so einfach, exklusiv zu sein

Broschüren machen es also einfach, einen exklusiven Eindruck zu erwecken und sich von der Masse abzuheben. Sie finden offline statt. Und das macht Broschüren für viele Menschen zu etwas Besonderem. Mit einer Broschüre sticht man also allein schon wegen ihrer Offline-Natur hervor.

Print und Digital: Der Marketing-Mix

Richtig gestaltet, ist eine Broschüre vielfältig einsetzbar.

Das Broschüren von Hause aus Printmedien sind, heißt nicht, dass sie digital gar keine Verwendung finden können. Heutzutage kann aus klassischem Print E-Paper werden. Der einfachste Weg zur Digitalisierung ist es, die komplette Broschüre als PDF anzubieten. Das holt jene User ab, die nach der Recherche auf der Firmenwebseite den Wunsch nach tiefergehenden Informationen haben. Ein Verweis über einen QR-Code schafft es in der gedruckten Fassung einer Broschüre auf digitale Inhalte aufmerksam zu machen. Ein Call2Action mit immenser Wirkung. Denn zum einen kommt ein interaktiver Schritt hinzu, welches dem Kunden zu einem Handeln auffordert und dabei

benutzerfreundlich auf Kontaktdaten, Webseite oder Informationsquellen verweist.

Noch ein großer Vorteil einer PDF ist für die Leser die Möglichkeit, sich nur die Information, die sie brauchen, rauszufiltern. Man kann sich bequem einzelne Seiten ausdrucken. Auf Messen und Präsentationen haben digitale Broschüren einen besonderen Stellenwert. Dort können sie auf Bildschirmen glänzen mit eingebundenen Animationen, Filmen oder Verlinkungen zu Webseiten und der rote Faden ist anhand des Layouts bereits gegeben.

Print macht Sinn(e)



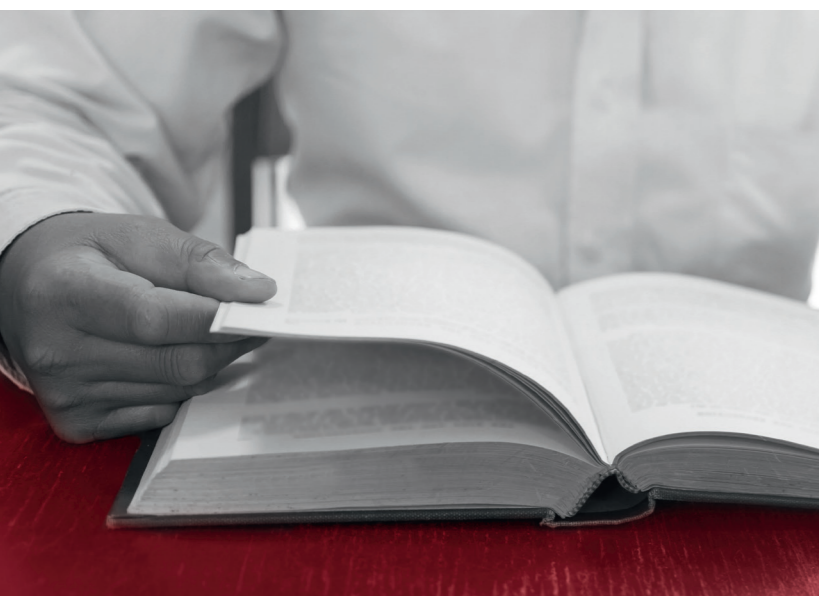
Fühlen: Untersuchungen zeigen, dass Gehirnareale aktiviert werden, die beim ertasten eine Rolle spielen, wenn man sich erinnert.

Riechen: Der Geruchssinn ist ein wichtiger Bestandteil im Gedächtnisprozess. Papier hat für viele einen typischen Geruch und eine positive Assoziation.



Sehen: Das Sehen ermöglicht den Teil der Kommunikation, der sich nicht in den Regeln der verbalen Sprache ausdrückt. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.

Hören: Die Bedeutung des Hörens geht über das Verstehen einer Mitteilung hinaus. Das Blättern von Seite zur Seite oder das Gleiten mit dem Finger über das Papier nehmen wir unterbewusst auf.



„Digital ist individuell, aber Print ist haptisch: Wir haben etwas in der Hand. Dinge, die in Print erscheinen, sind dem Gehirn näher.“

Dr. Hans-Georg Häusel, Diplompsychologe

Hier klicken:



In schweren Zeiten befassen wir uns mit dem Wichtigen

In dem Jahr 2020 hat sich die Kommunikation für alle schlagartig verändert. Kein Hände schütteln, persönlichen Kontakt meiden, Maskenpflicht. Für alle Branchen fielen zudem die Messen, Auftritte wie vieles andere größtenteils weg.

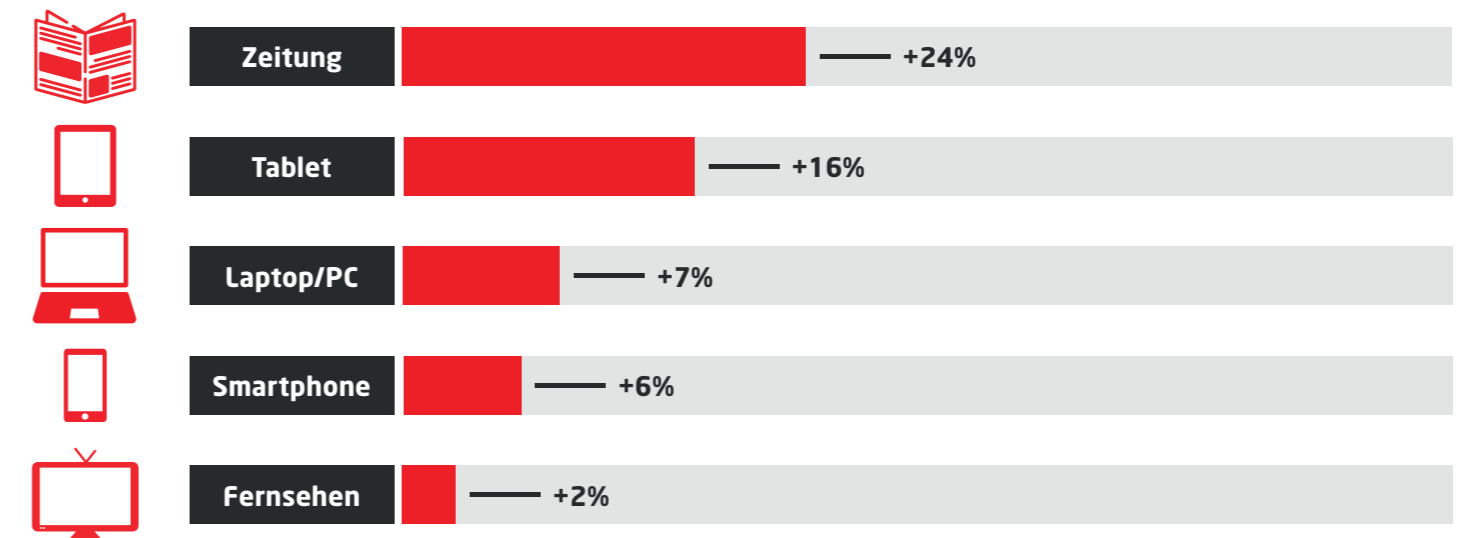
Kontaktlose Mittel wurden und werden nach wie vor gebraucht. Es braucht neue Ansätze und konforme Regelungen, damit man trotz Distanz die Nähe bewahrt. Der Kontakt von Kunde zu Unternehmen darf nicht untergehen. Gerade zu so einer Zeit ist das Zusammenspiel aus Digital und Print überlebenswichtig.

Viel wurde online gemacht. Doch fällt auf, dass in einer Krise der Mensch sich auf seine Sinne verlässt und gerade

haptische Medien, die Leute brauchen und suchen. Wo es einem an persönlicher Nähe fehlt, wird an anderer Stelle gefragt. In all dieser Digitalisierung ist die gedruckte Broschüre gewollt und als wichtig angesehen.

Back to the roots im Print. Mit Broschüren schafft man Nähe, die in diesen Zeiten fehlt. Eine gut gestaltete Broschüre überzeugt den Kunden und kann auf digitale Kanäle wie Social Media oder die Firmen-Webseite verweisen. Sie schafft Vertrauen und stärkt das Bild des Betriebes in ihrer Handfestigkeit. Die Broschüre bringt das Unternehmen und das Image, welches präsentiert näher an die Menschen, trotz körperlicher Distanz.

Steigerung der Mediennutzung innerhalb des ersten Lockdowns im März 2020



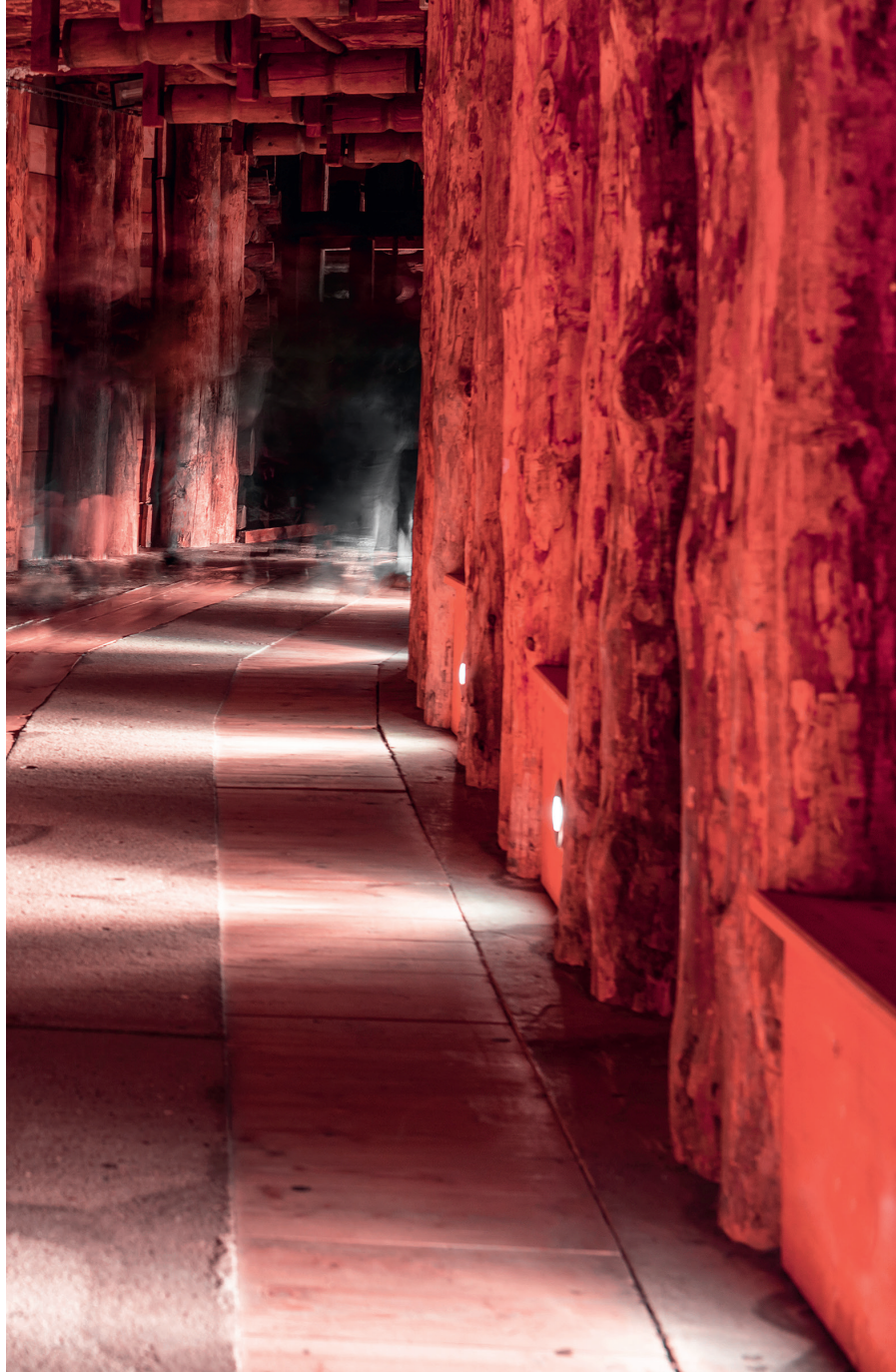
Quelle: Nielsen Survey: Mediennutzung in Deutschland, März 2020

espey werbeagentur: 55 Jahre Print

Weit über 10.000 Projekte haben wir in den 55 Jahren unseres Bestehens realisiert.

Uns vertrauen die Mitarbeiter aus Konzernen, mittelständischen Unternehmen, kleinen Firmen, Start-ups oder Einzelunternehmer. In dieser Zeit ist unser Know-how für Print gewachsen und wächst nach wie vor in der heute schnelllebigen Zeit.

Wir setzen unsere langjährige Erfahrung und eine facettenreiche Team-Kompetenz wirksam ein, indem wir unsere Kunden auf ihrem individuellen Weg zum Erfolg begleiten. Es ist für uns immer eine große Freude, maßgeschneiderte Design-Projekte zu entwickeln, die die Zielgruppen unserer Kunden ansprechen und ihnen einen realen Mehrwert bieten.



sprechen +49 201 8 48 03 - 0

schreiben espey@espey.de

sehen www.espey.de

besuchen Hinsbecker Löh 10
45257 Essen

