

Kategorie

- Marketing

Zielgruppe

- Erwachsene
- Jugendliche
- Touristen

Projektphase

- Umsetzung
- Fortsetzung

Gratispostkarte

Was sind Gratispostkarten?

Gratispostkarten sind DIN A6-Postkarten, die kostenlos verteilt werden. Im Gegensatz zu Flyern transportieren sie nicht nur Informationen, sondern können von den Nutzerinnen und Nutzern als Grußkarte verwendet werden. Die Verbreitung basiert daher vor allem auf der freiwilligen Mitnahme und Weitergabe. Die Karten können entweder selbst ausgelegt oder gegen Entgelt von speziellen Anbietern in deren Kartenständen

dargeboten werden. Häufig richten sich Gratispostkarten an eine junge Zielgruppe.

Welche Vorteile bieten Gratispostkarten?

Gut gestaltete Karten werden freiwillig mitgenommen und verbreitet. Anders als ungefragte Einwurfsendungen landen sie daher weniger schnell im Papierkorb, sondern werden behalten oder bestenfalls sogar weitergegeben.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Vorder- und Rückseite der Postkarte werden gestaltet. Das Motiv auf der Vorderseite sollte Interesse wecken und so gestaltet sein, dass es sich tatsächlich als Postkarte eignet. Es gilt, sowohl einen thematischen (oder sprachlichen) Bezug zum Angebot herzustellen als auch so allgemein zu bleiben, dass die Karte nicht als bloße Werbung wahrgenommen wird. Für die Vorderseite können sowohl Bilder oder Grafiken als auch Sprüche verwendet werden. Auf der Rückseite sollte ein Hinweis auf das Angebot vermerkt sein, ein Link oder QR-Code zu einer Internetseite eignen sich besonders. Zu beachten ist, dass genug Raum für die persönliche Botschaft der verschickenden Person bleibt.

Im Anschluss an die Gestaltung und den Druck gibt es zwei Möglichkeiten zur Verbreitung: Verschiedene Anbieter ermöglichen gegen Entgelt, deren Verteilungsinfrastruktur zu nutzen. In einem festgelegten Radius und über einen bestimmten Zeitraum werden die Postkarten in speziell dafür vorgesehene Kartenstände (z. B. in Kneipen) verteilt. In der Regel haben die Anbieter feste Standorte, an denen sie regelmäßig Karten auslegen, die Bestückung wird durch diese übernommen. Günstiger aber aufwendiger ist es, die Verteilung selbst zu übernehmen und die Postkarten beispielsweise in den eigenen Verkehrsmitteln auszuteilen oder bei lokalen Geschäften anzufragen, die Postkarten auslegen zu dürfen. Von dort aus nehmen Bürgerinnen und Bürger die Karten mit und geben sie als Postkarte weiter. Die Empfänger werden so neben der persönlichen Botschaft auch auf das Angebot aufmerksam.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Herausfordernd ist es, bei der Gestaltung die richtige Balance zu treffen: Ist das Motiv nicht attraktiv genug, wird die Karte nicht mitgenommen oder weitergegeben. Ist hingegen nur auf ein allgemeines, „versendbares“ Äußeres geachtet worden, transportiert die Postkarte nicht die gewünschte Werbebotschaft. Damit Gratispostkarten erfolgreich als Werbeangebot funktionieren, ist die werbende Kommune oder das werbende Unternehmen abhängig davon, dass die Bürgerinnen und Bürger bzw. Kundinnen und Kunden Lust haben, die Karte mitzunehmen oder zeitnah weiterzugeben. Zu bedenken ist außerdem, dass die Zielgruppe auch am Auslageort vorbeikommen

muss, um in Kontakt mit der Postkarte zu kommen.

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Empfehlungsmarketing (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/empfehlungsmarketing>)
Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie
(<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie>)

Werbegeschenke (<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/werbegeschenke>)

Quellen

Agentur Junges Herz, o. J.: Freecards. Zugriff: <https://www.agentur-jungesherz.de>, HR Glossar, Freecards [abgerufen am 14.12.2023].

Outmaxx, o. J.: Freecards. Zugriff: <http://www.outmaxx.de>, Medien, Ambient Medien, Freecards [abgerufen am 29.11.2022].

Wehleit, Kolja, 2005: Leitfaden Ambient Media. BusinessVillage Edition Praxis Wissen. Göttingen.

Wikipedia, 2020: Gratispostkarte. Zugriff: <https://de.wikipedia.org>, Gratispostkarte [abgerufen am 14.12.2023].