

Pressemeldung

Das Telefonbuch: Neue Herbstkampagne 2016

„Manchmal ist ein persönlicher Anruf durch nichts zu ersetzen“

Frankfurt am Main, 05. September 2016 – „**Manchmal ist ein persönlicher Anruf durch nichts zu ersetzen**“ – mit diesem neuen Slogan startet Das Telefonbuch im September eine neue, deutschlandweite Markenkampagne und unterstreicht in schnelllebigen Zeiten von E-Mail, SMS, Messenger, Social Media und Co. einmal mehr die Wichtigkeit eines persönlichen Kontakts.

Aufmerksamkeitsstarke Kampagnenmotive für ein nachhaltiges Auftreten

Die crossmediale Gesamtkampagne von Das Telefonbuch findet auf nahezu allen Medienkanälen statt: Gestartet wird mit 21- und 23-sekündigen Funkspots, Webradio und digitalem Bewegtbild. Abgerundet wird der Mediamix durch Mobile- und SEM Maßnahmen. Charmante Kampagnenmotive aus einem Mix alltäglicher sowie skurriler Szenen stellen die Wichtigkeit eines persönlichen Anrufs in bestimmten Lebenssituationen aufmerksamkeitsstark und humorvoll in den Fokus.

Menschen persönlich miteinander verbinden

Der neue Slogan von Das Telefonbuch „Manchmal ist ein persönlicher Anruf durch nichts zu ersetzen“ unterstreicht den Markenkern des Unternehmens. Hiermit will die Marke dazu aufrufen, mehr in direkten persönlichen Kontakt mit Privatpersonen und Dienstleistern zu treten. Für die schnelle Kommunikation zwischendurch sind SMS, WhatsApp und sonstige Dienste sehr gut geeignet. Bei wichtigen Anlässen hingegen, ist der persönliche Anruf aber durch nichts zu ersetzen.

Als modernes Verzeichnismedium schafft Das Telefonbuch diese Möglichkeiten der persönlichen Kontaktaufnahme – sei es bei häufigen Begegnungen oder nur dann, wenn ein dringender Anlass besteht. Dabei hat die Marke neben Digital Natives auch diejenigen Nutzer im Blick, die mit der digitalen Welt nicht derart vertraut sind, aber insbesondere auf gewohnte Marken setzen. Um alle Zielgruppen entsprechend ihrer Interessen und Vorlieben zu erreichen, setzt Das Telefonbuch auf einen Mehrklang aus Online, Mobil und Print.

Starke Markenwerte und täglich hohes multimediales Nutzungsaufkommen

Das Telefonbuch setzt sich bereits seit Erscheinen des ersten Buches im Jahr 1881 zum Ziel, Menschen miteinander zu verbinden. Die zwei starken Werte der Marke - Seriosität und Vertrauen - stehen auch heute noch bei den längst eingeführten Online- und Mobile-Angeboten im Mittelpunkt der Kommunikation mit der Zielgruppe. Vertrauen in die Marke Das Telefonbuch haben die Nutzer: Das bestärken die rund 4

Millionen Nutzungen, die täglich über sämtliche mediale Ausprägungen von Das Telefonbuch-Kanäle hinweg generiert werden. (Quelle: GfK Studie zu Bekanntheit und Nutzung der Verzeichnismedien 2015)

Verantwortliche Kreativagentur für den Markenauftritt von Das Telefonbuch ist Zum goldenen Hirschen. Für Mediastrategie und -planung sowie den Einkauf ist erneut die Hamburger Agentur JOM Jäschke Operational Media verantwortlich.

Pressekontakt



Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH
Silke Greifsmühlen (PR Managerin)
Wiesenhüttenstr. 18 | 60329 Frankfurt

Telefon +49 69-130 148 – 160

Telefax +49 69-130 148 – 110

E-Mail: presse@dastelefonbuch-marketing.de

www.dastelefonbuch-marketing.de

[Facebook](#) | [Twitter](#) | [Google+](#) | [Newsroom](#)

Weiterführende Links:

[Weitere Bewegtbild- und Hörfunk-Spots \(via YouTube\)](#)