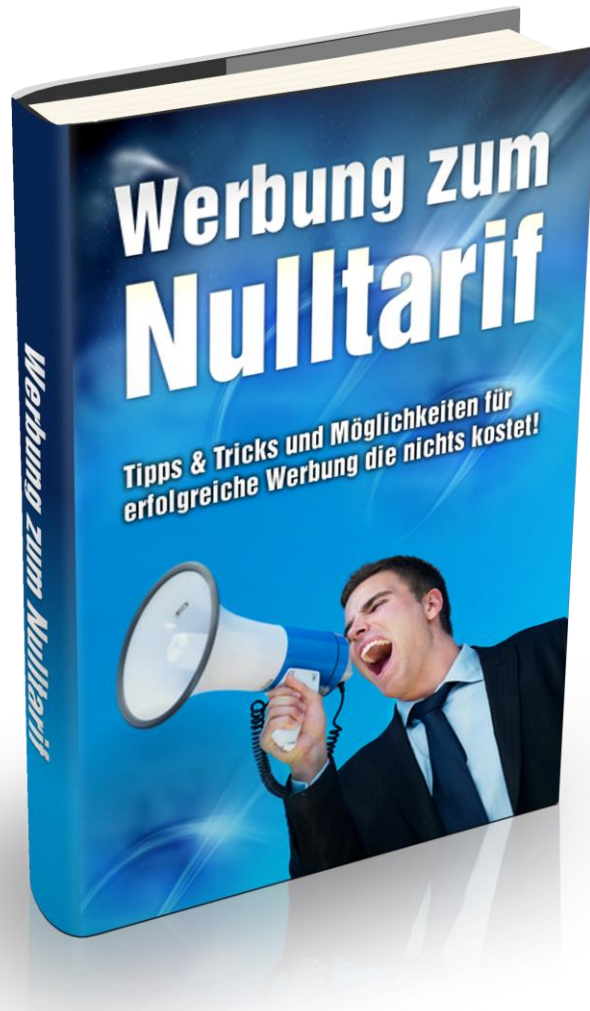


## Werbung zum Nulltarif



### Gratiswerbung - wie und wo ?

Werbung kann sehr kostspielig sein. Doch ohne Werbung kann in der freien Wirtschaft kein Geschäftsmann auf einen grünen Zweig kommen. Also beißt er in den sauren Apfel und investiert einen Teil des Verdienstes in Werbemaßnahmen.

Was jedoch nur wenige wissen: Es gibt viele Wege und Möglichkeiten, auch ohne zu bezahlen - natürlich ganz legal - sich dem kaufinteressierten Publikum zu präsentieren. Man muss nur erst dahinterkommen, wie das funktioniert.

Viele Hersteller und Versandunternehmen machen bereits seit Jahren regen Gebrauch von verschiedenen Möglichkeiten, gratis oder fast kostenlos zu werben und sparen dadurch manchen Tausender am Werbe-Budget ein. Das können auch Sie. Was Sie hierzu tun müssen, wollen Ihnen die kommenden Seiten verraten.

### **Zeitungswerbung, die nichts kostet**

Haben Sie ein nützliches Produkt oder eine Dienstleistung anzubieten, für die Sie sich ein grosses Kundeninteresse ausrechnen? Dann können Sie in vielen landesweit verbreiteten Zeitungen und Zeitschriften kostenlose Redaktionsvorstellungen erhalten.

Diese Besprechungen oder Präsentationen haben dazu noch den Vorteil, dass sie oft viel wirkungsvoller und erfolgreicher sind als bezahlte Inserate in der gleichen Publikation, für die Sie pro Spalte einige hundert Euro hinblättern müssten. Diesen freien Werberaum erhalten Sie durch die einfache Zusendung einer Produktbeschreibung (mit Foto) und möglichst eines Musters an den zuständigen Redakteur der betreffenden Zeitung oder Zeitschrift.

Die Vorstellung sollte also in Form eines Briefes erfolgen, mit dem Sie dem Verleger oder Redakteur etwas über Ihr Produkt erzählen und um redaktionelle Vorstellung und Besprechung in seiner Publikation bitten.

Studieren Sie hierzu die Rubriken und Neuheiten-Sparten der ausgewählten Blätter und stimmen Sie Ihre Selbstdarstellung darauf ab. Lassen Sie sich erst ein Exemplar der betreffenden Zeitungen oder Zeitschriften zuschicken oder erwerben Sie eines am Kiosk. Dadurch erfahren Sie (im Impressum) gleich den Namen des zuständigen Redakteurs bzw. der Redakteurin und können Ihr Anschreiben gleich zu deren Händen senden.

Dabei ist darauf zu achten, dass Sie Ihr Schreiben auf gedrucktem Briefkopf (auf einem Geschäftsbriefbogen) verfassen, der auch die volle Anschrift und Ihre Telefonnummer enthält. Letzteres ist deshalb so wichtig, weil die Bezugspersonen der Verlage lieber schnell mal zum Telefon greifen als lange Briefe diktieren.

Versuchen Sie, alle wichtigen Details zu Ihrem Produkt oder der angebotenen Dienstleistung in den ersten 3 bis 5 Zeilen unterzubringen. Redakteure haben selten Zeit und lesen nicht gerne lange Briefe. Vermeiden Sie umständliche, geschraubte Sätze und beschränken Sie den Text nach Möglichkeit auf eine beschriebene DIN A4-Seite.

Verwenden Sie bei der Beschreibung keine Superlative und heben Sie Ihr Produkt nicht in den Himmel. Wenn es wirklich so toll ist wie Sie glauben, sollten Sie das den Redakteur anhand der sachlichen Darstellungen in den Unterlagen selbst herausfinden lassen.

Er wird seinen Lesern ohnehin nur das präsentieren, was von ihm für gut befunden wird. Recht nützlich kann Ihre Bitte sein, das Produkt bzw. die Dienstleistung zunächst einmal unverbindlich zu testen, um sich von der Richtigkeit Ihrer Beschreibung zu überzeugen.

Lassen Sie durchblicken, dass Sie für Präsentations- oder Verbesserungsvorschläge zugänglich sind. Ebenso wird der Hinweis positiv empfunden, dass Sie den Käufern ein Rückgaberecht einräumen, sofern diese nicht völlig zufrieden sind. Die Zeitungsleute möchten ihre Leser weitgehend abgesichert wissen und wollen natürlich nichts vorstellen, was auch nur den Anschein haben könnte, nicht seriös oder empfehlenswert zu sein.

Folgender Mustertext ist - in jeweils etwas abgewandelter Form - als erste Anregung für ein solches Anschreiben gedacht:

Ihr gedruckter Firmen-Briefkopf mit Name, Anschrift, Telefon- und Fax-Nummer, ggf. e'mail

Redaktion  
Haushalt und Wirtschaft  
Abt. Neuheiten  
Im Wiesengrund 111  
22222 Klein-Hamburg

Datum

PRESSEMITTEILUNG

Betrifft: Küchenwunder

Sehr geehrte Damen und Herren,

"Küchenwunder" ist ein neues Haushaltsgerät, das - obwohl klein und handlich - der Hausfrau viel Arbeit abnimmt. Durch seine sicher unter schlagfestem Kunststoffgriff gelagerten Rotormesser kann es Kartoffeln, Karotten und Äpfel schälen. Dreht man das Gerät um, findet sich auf der Rückseite eine Vorrichtung, mit der sich mühelos Flaschen, Dosen und Gläser öffnen lassen.

"Küchenwunder" ist dank seiner patentierten Magnethalterung überall an der Wand zu befestigen und somit jederzeit griffbereit. Das Gerät wird in einem eleganten Klarsichtetui geliefert. Der günstige Preis: 20,-- Euro + Versandporto. Rücknahme bei Nichtgefallen. Zu beziehen bei Krämer GmbH, Postfach 3333, 12345 Markthausen.

Für eine redaktionelle Vorstellung in der nächstmöglichen Ausgabe Ihrer Publikation bedanken wir uns im voraus.

Mit freundlichen Grüßen  
Krämer GmbH  
Abt. Mail Order  
H. Wartmann

Anlagen:  
Prospektmaterial mit Foto + 1 Musterexemplar "Küchenwunder"

Manche Verlage begrüßen vorgefertigte Texte, um dadurch eigene Satzarbeit zu sparen. Auch überregionale Anzeigenblätter veröffentlichen manchmal Neuheiten und Produktbeschreibungen. Das geschieht besonders dann, wenn gleichzeitig ein ordentliches Inserat in dem Blatt aufgegeben wird.

Sobald eine Zeitschrift Ihren Beitrag gebracht hat, können Sie die gedruckte Veröffentlichung Ihren Verkaufsunterlagen gewissermassen als Werbemittel beifügen.

## **Zeitschriftenliste**

Folgende Zeitschriften veröffentlichen ständig oder von Zeit zu Zeit Informationen über neue Produkte, Bücher, Dienstleistungen usw. Einige davon akzeptieren nur solche Angebote, die zum Wesen der Zeitschrift passen (z.B. Heimwerkerblätter: neue Werkzeuge, Hilfsartikel für Selbermacher usw).

In Deutschland verbreitete Zeitschriften:

A - Die Aktuelle  
Innere Cramer-Klett-Str.6, 90403 Nürnberg (Frauen)

Angela  
Im Riedenberg 54, 70771 Leinfelden-Echterdingen (Frauen)

Auf einen Blick  
Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg (Allgemein)

Bella  
Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg (Frauen)

BILD am Sonntag  
Kaiser-Wilhelm-Str. 6, 20355 Hamburg

(Allgemein/Unterhaltung)

BILD der Frau

Kaiser-Wilhelm-Str. 6, 20355 Hamburg (Frauen)

Bild + Funk

Burda-Verlag, Arabellastrasse 23, 81925 München  
(Rundfunk/Fernsehen)

Bildwoche

Springer-Verlag, Kaiser-Wilhelm-Str. 6, 20355 Hamburg  
(Allgemein)

Brigitte

Verlag Gruner + Jahr, Warburgstr. 50, 20354 Hamburg  
(Frauen)

Bunte

Burda-Verlag, Arabellastrasse 23, 81925 München

(Allgemein /Unterhaltung)

Echo der Frau

Adlerstrasse 22, 40211 Düsseldorf (Frauen)

Fernsehen und Freizeit

Innere Cramer-Klett-Str. 6, 90403 Nürnberg  
(Rundfunk/Fernsehen)

Fernsehwoche

Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg  
(Rundfunk/Fernsehen)

Frau im Spiegel

Dr.Julius-Leber-Str. 3, 23552 Lübeck (Frauen)

Frau mit Herz

Lichtentaler Allee 10, 76530 Baden-Baden (Frauen)

Freizeit aktuell

Zur Naturbühne 1, 57368 Lennestadt  
(Allgemein/Unterhaltung)

Freundin

Burda-Verlag, Arabellastr. 23, 81925 München (Frauen)

Funk + Fernseh-Journal  
Beethovenstr. 55, 40724 Hilden (Rundfunk/Fernsehen)

Funk Uhr  
Kaiser-Wilhelm-Str. 6, 20355 Hamburg  
(Rundfunk/Fernsehen)

Das goldene Blatt  
Scheidtbachstr. 23, 51469 Bergisch-Gladbach (Frauen)

Gondel  
Humboldtstrasse 33, 22083 Hamburg  
(Allgemein/Unterhaltung)

Gong  
Innere-Cramer-Klett-Str. 6, 90403 Nürnberg  
(Rundfunk/Fernsehen)

Das Haus  
Burda-Verlag, Arabellastr. 23, 81925 München  
(Haus/Wohnungswesen)

Heim und Welt  
Am Jungfernpfad 3, 30171 Hannover  
(Allgemein/Unterhaltung)

Herzblatt  
Holzmühlenstr. 10, 22041 Hamburg (Frauen)

hobby  
Top Special Verlag, Valentinskamp 24, 20354 Hamburg  
(Hobby/Wissenschaft)

Hör zu!  
Springer-Verlag, Kaiser-Wilhelm-Str.6, 20355 Hamburg  
(Rundfunk/Fernsehen)

Illustrierter TV-Anzeiger  
  
Inn.Cramer-Klett-Str. 6, 90403 Nürnberg  
(Rundfunk/Fernsehen)

Journal für die Frau  
Kaiser-Wilhelm-Str. 6, 20355 Hamburg (Frauen)

Lady international

Terra-Verlag, Neuhauser Str. 21, 78464 Konstanz  
(Frauen/Mode)

Madame

Elisenstrasse 16, 90441 Nürnberg (Frauen/Mode)

Mein Eigenheim

Wüstenrot, Hohenzollernstr. 46, 71638 Ludwigsburg  
(Wohnungswesen)

Mini

VPM KG., Karlsruher Str. 31, 76437 Rastatt  
(Allgemein/Unterhaltung)

Monika-Kalender

Postfach 1152, 86609 Donauwörth (Frauen/katholisch)

Das Neue

Bauer-Verlag, Burchardstr. 1, 20095 Hamburg

(Frauen/Unterhaltung)

Das Neue Blatt

Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg  
(Frauen/Unterhaltung)

Neue Post

Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg  
(Frauen/Allgemein)

Neue Revue

Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg  
(Unterhaltung)

Neue Welt

Adlerstrasse 22, 40211 Düsseldorf  
(Unterhaltung/Familie/Allgemein)

Neue Wochenschau

Nikolaistrasse 7, 24937 Flensburg  
(Allgemein/Unterhaltung)

Praline

Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg  
(Allgemein/Unterhaltung)

Petra

Jahreszeiten-Verlag, Possmoorweg 5, 22301 Hamburg  
(Frauen/Mode)

Profitips für Selbermacher

Höhenstr. 17, 70736 Fellbach (Heimwerker)

Ratgeber für Frau und Familie

Weckstr., 79664 Wehr (Frauen/Familie)

rtv - radio + television

Breslauer Str. 300, 90471 Nürnberg (Rundfunk/Fernsehen)

Selbermachen

Jahreszeiten-Verlag, Possmoorweg 5, 22301 Hamburg  
(Heimwerker)

7 Tage

Klampt Verlag, Augustaplatz 10, 76530 Baden-Baden  
(Frauen/Unterhaltung)

Stern

Verlag Gruner + Jahr, Warburgstr. 50, 20354 Hamburg  
(Allgemein/Unterhaltung)

Tele Monat

Esplanade 20, 20354 Hamburg (Rundfunk/Fernsehen)

Tina

Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg  
(Frauen/Mode)

TV-Hören und Sehen

Burchardstr. 11, 20095 Hamburg (Rundfunk/Fernsehen)

Welt am Sonnabend

Adlerstrasse 22, 40211 Düsseldorf  
(Allgemein/Unterhaltung)

Welt am Sonntag

Kaiser-Wilhelm-Str. 6, 20355 Hamburg



(Allgemein/Unterhaltung)

Weltfunk Revue

Werberuf GmbH, Beethovenstr. 55, 40724 Hilden  
(Rundfunk/Fernsehen)

Wochenend

Bauer-Verlag, Burchardstr. 11, 20095 Hamburg  
(Unterhaltung)

Zuhause

Jahreszeiten-Verlag, Possmoorweg 5, 22301 Hamburg  
(Wohnungswesen)

2 - die zwei

Innere Cramer-Klett-Str. 6, 90403 Nürnberg  
(Allgemein/Unterhaltung)

In der Schweiz verbreitete Zeitschriften:

annabelle

Verlag annabelle, Schöntalstr. 27, 8036 Zürich  
(Frauen- und Modezeitschrift)

Bliib gsund

AT Zeitschriftenverlag, Bahnhofstr. 39, 5001 Aarau  
(Gesundheit)

Das Gelbe Heft - Schweizer Woche

Verlag Ringier AG, Dufourstr. 23, 8008 Zürich  
(Allgemein/Unterhaltung/Familie)

Glückspost

Verlag Ringier AG, Dufourstr. 23, 8008 Zürich  
(Allgemein/Unterhaltung)

meyers modeblatt

Verlag Meyer & Co., Klausstr. 33, 8008 Zürich  
(Frauen + Mode)

orella Wir Eltern

Orell Füssli AG, Dietzingerstr. 3, 8036 Zürich  
(Elternzeitschrift)

Plausch

Basilius Verlag AG, Postfach, 4002 Basel  
(Allg. Unterhaltung)

PRO

Verlag PRO AG, Beckenhofstr. 6, 8035 Zürich  
(Allgemeine Unterhaltung)

Schweizer Familie

Verlag Ringier AG, Dufourstr. 23, 8008 Zürich  
(Allgemein/Unterhaltung)

Schweizer Illustrierte

Verlag Ringier AG, Dufourstr. 23, 8008 Zürich  
(Allgemein/Unterhaltung)

Tele

Verlag Ringier AG, Dufourstr. 23, 8008 Zürich  
(TV-Zeitschrift)

TR7

TEVAG Basel AG, Postfach, 4000 Basel (TV-Zeitschrift)

In Oesterreich verbreitete Zeitschriften:

auto revue

ORAC GmbH, Schlossgasse 10 - 12, 1050 Wien  
(Auto-Zeitschrift)

Auto Touring

OeAMTC Betriebe, Schubertstr. 1-3, 1010 Wien  
(Auto-Zeitschrift)

Brigitte

Gruner + Jahr, Parkring 12, 1011 Wien  
(Frauen + Mode)

BUNTE

Burda GmbH, Postfach, 1010 Wien  
(Allgemein/Unterhaltung)

Gesundheit

Fachverlag Gesundheit, Rennweg 79 - 81, 1030 Wien  
(Gesundheit)

Neue Wochenschau

Verlag A. Kirsch, Kaiserstr. 10, 1070 Wien  
(Allgemein, Unterhaltung)

Suchen Sie sich weitere geeignete Zeitschriften, insbesondere Branchenzeitschriften, für Ihre Publikationen aus. Brausen Sie durch das grosse Angebot an Kiosken. In diesen Zeitschriften finden Sie nicht nur die komplette Adresse der Redaktion, sondern auch gleich die Namen der Redakteure.

### **Freie Werbung für Sie als Verleger**

Einen Überblick über sämtliche Presseerzeugnisse (Zeitungen, Zeitschriften, Magazine usw.) finden Sie im „Stamm- Leitfaden für Presse und Werbung“. Sie erhalten das Buch auf Rechnung vom Stamm-Verlag, Goldammerweg 16, 45134 Essen, Tel. 0201 / 843000, Fax 472590, [info@stamm.de](mailto:info@stamm.de), [www.stamm.de](http://www.stamm.de). Die Industrie- und Handelskammern und größere Büchereien gewähren oft auch kostenfrei Einsicht in dieses Werk.

Handelsmagazin, Patzer Verlag, Tel. 0511- 674080, Fax 6740853

Zentralmarkt, Max Schimmel Verlag, Tel. 01801 / 936872, Fax 0931 / 2791433

„Chef“ u. „Die Geschäftsidee“, Verlag f. dt. Wirtsch., Tel. 0228- 82050, Fax 364805

Fordern Sie kostenfreie Probeexemplare sowie Mediaunterlagen an.

Lassen Sie sich zunächst Musterausgaben der für Sie interessanten Blätter kommen und abonnieren Sie das eine oder andere. So bleiben Sie ständig auf dem laufenden und können sofort nach Erscheinen eines neuen Produktes auf dem Markt mit dem Hersteller oder Importeur Kontakt aufnehmen.

Als Herausgeber einer eigenen kleinen Zeitschrift (Werbe- oder Anzeigenblatt) haben Sie die Möglichkeit einer Gratisvorstellung durch einen kostenlosen Eintrag im STAMM-Leitfaden für die Pressewerbung (s. oben) und im Pressetaschenbuch (Kroll-Verlag, Postfach 1153, 82229 Seefeld). Fordern Sie von den o.a. Anschriften Eintragsformulare an und senden Sie diese mit Ihren Daten versehen und einem Muster Ihrer Publikation zurück.

Sobald Sie einmal in den Adresswerken aufgeführt werden, erhalten Sie jährlich neue Vordrucke zugesandt. Beide Bücher haben ein ganzes Jahr lang Werbewirksamkeit und werden von einigen tausend Personen gelesen. Weitere Adress- und Fachadressbücher finden Sie in dem etwa 150 Seiten starken "Offiziellen Verzeichnis der bei den Mitgliedern des Verbandes Deutscher Adressbuchverleger e.V. erscheinenden Adressbücher". Es ist kostenlos anzufordern beim Verband Deutscher Adressbuchverleger e.V., Ritterstrasse 17-19, 40213 Düsseldorf, Telefon (0211) 32 09 09

Wenn Sie in einem oder mehreren der Adressbücher aufgenommen sind, erhalten Sie sehr schnell auch Eintragsangebote anderer Verlage. Das gilt sogar für einige

internationale Ausgaben wie das grosse US-Werk: "Ulrich's International Periodicals Directory" (R.R.Bowkers Division of Reed Publishing, USA, 245 West 17 Street New York, NY.10011, USA). Dieses Mammutwerk wird von Bibliotheken, Verlagen, Werbeagenturen und Geschäftsleuten auf der ganzen Welt verwendet.

Sofern Sie noch keine eigene Publikation z.B. in Form einer Kundenzeitschrift herausgeben, sollten Sie eine solche aber einmal näher ins Auge fassen, da Sie dadurch manche kostenlose Werbung erreichen. Solch ein Blatt muss nicht aufwendig sein und braucht auch keine Auflage von zig- tausend Exemplaren.

Schon eine über Kopierer vervielfältigte Kundenzeitschrift, in der Mitteilungen des Hauses erscheinen oder Kundenzuschriften publiziert werden, erfüllt ihren Zweck. Auch Zusammenstellungen, die nur einmal im Jahr erscheinen, werden akzeptiert.

Wählen Sie einen aussagekräftigen Titel, der die Leser auf Ihre Angebote neugierig macht und möglichst schon eine Werbezeile darstellt. Anfragen beantworten Sie sofort mit einer Gratisnummer, in der u.a. dann zudem Ihre Produktofferten zu finden sind.

Des weiteren können Sie Ihre Angebote als "Pressedienst" anpreisen und auf Anfrage verschicken. Sofern Sie nützliche Informationen liefern, laufen solche Blätter unter der Bezeichnung "Fachpublikationen". Im STAMM gibt es dafür eine besondere, gern gelesene Sparte.

Daneben werden alle Publikationen und Bücher usw. in der zentralen Archivbibliothek gespeichert. Anschrift: Deutsche Bibliothek, Zeppelinallee 4-8, 60325 Frankfurt, Telefon (069) 7566-1. Von dort bekommen Sie eine ISSN- oder ISBN-Nummer.

## **Lukrativer Anzeigentausch**

Sobald Sie ein Kundenblatt herausbringen, können Sie mit anderen Herausgebern ähnlicher Blätter Anzeigenraum tauschen. Das heisst - Sie bieten den Verlagen kostenlose Aufnahme einer Anzeige in Ihrem Blatt an und erhalten im Gegenzug die freie Veröffentlichung Ihres Textes in dem Partnerblatt. Wenn nur 10 Verleger Ihren Text bringen, sprechen Sie bei einer angenommenen Auflage von nur 1000 Stück je Tauschpartner immerhin 10.000 Leser an, die Sie sonst nie erreicht hätten.

Sie selbst brauchen für diesen Liebesdienst lediglich eine 1/4- oder 1/2-Seite Ihres Anzeigers zu opfern. Voraussetzung zum Funktionieren des Tausches ist natürlich unbedingte Seriosität auf beiden Seiten. Deshalb werden Sie um Zusendung der mit Ihrem Anzeigentext erschienenen Zeitschriftenausgabe bitten und andererseits den Tauschverlagen die Ausgaben Ihres Blattes mit der Gegenwerbung senden.

Selbstverständlich will ein Verlag mit einer Publikationsauflage von 10.000 Exemplaren nicht unbedingt mit einem tauschen, der knapp 1000 Exemplare unters Volk bringt. Dann

drucken Sie eben 2 Anzeigen des Grösseren gegen eine Anzeige von Ihnen - dem Beginner. Vornehmlich kleinere Verlage sind des öfteren an Anzeigentausch interessiert und in Amerika inserieren auf diese Weise einige tausend Kleinverleger gemeinsam.

## Die Werbespirale

Ebenfalls mit nur wenig Aufwand lässt sich die sogenannte Werbespirale betreiben. Sie besteht aus einem DIN A4-Blatt, das Sie (beispielsweise) in zehn gleichgrosse Felder von je 4,5 x 9,5 cm Grösse unterteilen. In jedes Feld wird ein Anzeigentext getippt oder geklebt. Am Kopf des Blattes schreiben Sie eine Erklärung, wie diese kostenlose Gemeinschaftswerbung funktioniert. Sie lautet etwa folgendermassen:

### **DIE WERBESPIRALE - Der legale Weg zum Erfolg!**

Zusammenarbeit ist besser als Konfrontation. Nutzen Sie deshalb die Chance einer völlig kostenlosen Anzeigenwerbung!

Kleben Sie Ihren Anzeigentext anstelle des hier durchgekrenzten und streichen Sie selbst das nachfolgende Inserat aus. Fertigen Sie nun eine beliebige Anzahl Kopien dieser Vorlage an (per Fotokopierer, Druck usw.) und fügen Sie diese Ihren Aussendungen bei.

Wenn Ihre Aktion nur 5 Nachahmer findet, die ihrerseits wieder so verfahren, bleibt Ihr Inserat für zehntausende Leser erhalten. Sofern die Texte etwas unleserlich geworden sind, schreiben Sie sie bitte neu oder fordern Sie von Ihrer Zusenderadresse bessere Druckvorlagen an. Die Teilnahme an der Werbespirale ist völlig freiwillig, kostenlos und verpflichtet Sie zu nichts. Jeder Mitwerber ist für seinen Anzeigentext selbst verantwortlich.

Nun lassen Sie sich 1000 oder mehr Exemplare dieser Anzeiger drucken oder vervielfältigen sich eine beliebige Anzahl mit dem Fotokopierer. In die acht Felder setzen Sie zum Anfang zwei Inserate von Ihnen und einige von Firmen, die mit einer solchen Erst-Gratiswerbung einverstanden sind.

Aldann werden die Blätter an Inserenten aus Werbe- und Handelsblättern geschickt, die einmal ihrerseits die Sache weiterführen, oder aber zumindest Ihre Werbung lesen. Statistisch gesehen würden bei nur 5 Teilnehmern je Aussendung innerhalb kurzer Zeit über 8 Stationen der wechselnden Felder 9.765.625 Personen erreicht. In der Praxis wird man jedoch wohl kaum über die 5. oder 6. Station hinauskommen, was aber auch noch 3.125 oder gar 15.625 Exemplaren entspricht.

Genau besehen, ist die Werbespirale eine Art Kettenbrief, der aber - da kostenlos, freiwillig und unverbindlich - niemandem schadet und als eine Art Werbegemeinschaftsaktion zu verstehen ist. Wenn Sie zudem Ihre Aussendungen an Ihnen bekannte oder interessierte Personen tätigen, kann sich auch niemand belästigt

fühlen. Das trifft besonders auf Inserenten zu, die ja ohnehin Zuschriften auf ihre Veröffentlichungen erwarten.

### **Kostenlose Prospektwerbung (Provisions-Prospekte)**

Dies ist eine Methode, Ihre Direktwerbekosten stark zu senken oder durch andere Anbieter ganz bezahlen zu lassen.

Mit "Provisions-Prospekten" sind Prospekte anderer Firmen gemeint, die Sie unter Ihren Kunden verteilen und aus den daraus resultierenden Umsätzen Sie Provisionen kassieren. Das heisst also, dass Ihnen von einigen Firmen Prospekte zur Verfügung gestellt werden, bei denen Sie nur Ihren Namen einstempeln müssen, um nach Versand derselben bei Eingang von Bestellungen Ihre "Provision" zu kassieren.

Nehmen wir folgendes Beispiel: Sie fordern von der Firma X ca. 1000 kostenlos abgegebene Provisions-Prospekte an. Nach Erhalt derselben setzen Sie in das dafür vorgesehene freie Feld Ihren Stempel mit Adresse ein und verschicken die 1000 Prospekte an Ihre Kunden.

Bei eingehenden Bestellungen - per Sofortkasse - nehmen Sie Ihre Provision ab (z.B. 50%) und schicken den Auftrag mit Restbetrag und Kundenanschrift an die Firma, die Ihnen die Prospekte schickte. Diese liefert die per Prospekt geordnete Bestellung entweder an Sie oder - falls Sie Empfänger- und Ihren Adressaufkleber mitschickten - direkt an Ihren Kunden aus.

Wenn alles korrekt verläuft, haben Sie bei dieser auf dem sogenannten Dropshipping basierenden Methode mit den Provisions-Prospekten ein einfaches Geschäft getätigt, das sich - wenn der Kunde zufrieden war - mehrmals wiederholen lässt. Dadurch bauen Sie sich einen Kundenstamm auf und Ihr Lieferant macht durch mehrmalige seriöse Auslieferung längerfristige Umsätze mit Ihnen.

Wo liegt nun Ihr Nutzen bei dieser Methode? Ganz einfach: Mit den "Provisionen", die Sie auf diese Umsätze erhalten, können Sie Ihre Direktwerbung finanzieren. Es gibt Firmen, die ihre Werbekosten durch die Provisionen aus solchen "Verbundwerbungen" komplett bezahlen können.

Je mehr solcher Prospekte Sie bekommen, desto grösser werden Ihre Chancen, damit gutes Geld zu verdienen. Wenn Sie von 10 verschiedenen Firmen deren Prospekte zu verschicken haben, kann es bereits lohnend sein, dafür eine Kleinanzeige in einem geschäftlichen Werbeblatt (Handels-Magazin oder Zentralmarkt usw.) aufzugeben.

In den USA und Kanada nennt man solche Angebote "Big Mails", das heisst, alle so erhaltenen Kleinprospekte werden in einen Umschlag gesteckt und als "grosse Post" (Big Mail) offeriert. Die Zusendung der Angebote wird entweder kostenlos oder gegen

Portoerstattung (in der Regel \$ 1.00) vorgenommen. Die Interessenten für solche Big Mails sind dann meistens auch Besteller und spätere Kunden.

Wie und wo bekommt man nun solche "kostenlose" Provisions-Prospekte? Da gibt es zwei Wege: Entweder man schreibt die Anbieterfirmen an, die man sich aus entsprechenden Publikationen herausgesucht hat, oder man lässt sich selbst als Suchender für solche Prospekte auflisten. Es gibt da einige Direktmarketing Publikationen im deutschsprachigen Europa, die Ihre Adresse unter einer geeigneten Rubrik auf laufender Basis veröffentlichen.

Noch ansprechender wirkt, wenn Sie anbieten: "Wir verschicken Ihre Prospekte kostenlos!" Dadurch entsteht der Eindruck, dass Sie nicht etwas wollen, sondern anzubieten haben. Dabei geht man von der Überlegung aus, dass viele Prospektversender gegen einen Unkostenbeitrag auch fremde Prospekte Ihren Aussendungen beilegen. Die Kosten für 1000 DIN A4-Prospekte liegen im allgemeinen bei etwa 50 Euro.

### **Verteilerideen**

Der einfachste Weg, Werbeprospekte kostenlos unters Volk zu bringen, ist, sie eigenhändig oder zusammen mit der Familie in die Briefkästen der Umgebung zu stecken. Sofern Sie zum Selbstkostenpreis drucken (lassen) können, ergibt sich daraus die Möglichkeit, den Werbe-Kunden, von denen Sie Provisions-Prospekte verteilen, nicht nur einen preiswerten Druck, sondern zudem sogar die Verteilung von deren Prospekten anzubieten.

Wenn Sie sich sogar als Vermittler für den Druck der Kundenprospekte einschalten, druckt die Druckerei Ihre Prospekte evtl. günstiger oder sogar kostenlos. Wenn Sie zudem Ihren Verteil-Kunden zwischen 20 und 30 Euro pro Tausend Stück Verbreitung ihrer Prospekte berechnen, können Sie Ihre eigenen Prospekte gleichzeitig kostenlos verteilen.

Wollen Sie nicht nur Hausbewohner, sondern Geschäftsleute und Wiederverkäufer erreichen, stehen Sie sich besser, wenn Sie Ihre Verteilung auf Fachmessen und Handelsausstellungen vornehmen. Zur Kostenersparnis wird die Verteilung vor den Toren der Messehallen durchgeführt. Ausserdem sollten Sie Werbematerial in den Hotels und auf den Parkplätzen hinterlegen.

Zur Deckung Ihrer Unkosten können Sie Ihre Verteilerdienste Firmen gegen bar (per Inserat) anbieten und dann die eigenen Prospekte gleich mitverteilen.

### **Gratiswerbung im Ausland**

In den USA und dem englischsprachigen Ausland wachsen jeden Monat Kleinanzeiger aus dem Boden, deren Herausgeber Inserenten und Bezieher suchen. Als Anreiz und zum Füllen der ersten Seiten werden den neuen Kunden nicht selten kostenlose Testinserate

angeboten. Wenn dazu der Anzeigenauftrag noch aus dem Ausland kommt, wird das für den Herausgeber gern als "Aushängeschild" für die Beliebtheit seines Blattes und dessen Seriosität angesehen.

Interessante Angebote für kostenlose Insertion oder das Versenden von Prospekten finden sich - in englischer Sprache - unter anderem in folgenden Publikationen:

Popular Advertiser

993 Meadowlawn Drive, Salem, OR 97301, USA

USA Mail Sale Advertiser

828 Fullerton Ave., Chicago, IL 60614, USA

Canadian Mail Advertiser

90 Earl Street, Hamilton, Ont., Canada

Fordern Sie von dort zunächst ein Probe- oder Musterexemplar an. Ihr Schreiben sollte mit gedrucktem Briefkopf erfolgen und etwa folgendermassen (oder ähnlich) lauten:

Ihr gedruckter Firmen-Briefkopf mit Name, Anschrift und Telefon-Nummer

(Name und Adresse des Empfängers)

Dear Sirs,

We have taken notice of your special publication (Name der Publikation).

Please send us a sample copy together with your conditions for annual subscription and advertising.

Thank you for your prompt reply.

Yours faithfully

(Unterschrift)

Zu deutsch heisst das etwa:

Sehr geehrte Herren,



wir haben Kenntnis erhalten von Ihrer Zeitschrift (Name der Zeitschrift).

Bitte senden Sie uns ein Musterexemplar mit Ihren Konditionen für ein jährliches Abonnement und Anzeigenwerbung zu.

Danke für Ihre umgehende Antwort.

Mit freundlichem Gruss

Zur besseren Beachtung macht es sich gut, wenn Sie einen Internationalen Antwortschein (erhältlich an jedem Postschalter) beifügen. Schicken Sie dann Ihren Brief möglichst per Luftpost an die besagten Adressen.

Nach Erhalt der Hefte und Anzeigenblätter werden Sie an die hundert interessante Angebote finden, von denen sicher einige kostenlose Insertion oder Prospektversand anbieten.

Sollten Ihnen die angegebenen Adressen nicht genügen, suchen Sie sich Anbieter von "Big Mails" heraus. Diese Firmen schicken Ihnen für 1 Dollar einen grossen Umschlag zu, der mit Kleinanzeigen, Flugblättern, Zeitschriften und Prospekten vollgestopft ist.

In diesen "Big Mails" finden Sie in der Regel weitere Publikationen, die Sie mit dem o.a. Text ebenfalls anfordern können. Bitten Sie gleichzeitig oder bei einer zweiten Zuschrift um die Aufnahme Ihrer beigefügten Gratisanzeige zu Testzwecken. Weisen Sie darauf hin, dass Sie erwägen, bezahlte Inserate zu schalten, wenn der Erfolg akzeptabel ist. Der Text könnte etwa folgendermassen lauten:

Ihr gedruckter Firmen-Briefkopf mit Name, Anschrift und Telefon-Nummer

(Adresse des Empfängers)

Dear Sirs,

If possible, please run the following ad-text in the next issue of your publication.

As soon as reasonable results come in, we're willing to continue advertising at your regular ad-rates. Thank you!

Greetings  
(Unterschrift)

Zu deutsch heisst das:

Sehr geehrte Herren,

wenn möglich, veröffentlichen Sie bitte den folgenden Anzeigentext in der nächsten Ausgabe Ihrer Publikation. Sobald sich erste ernstzunehmende Resultate einstellen, sind wir gern bereit, Inserate zu den regulären Anzeigenpreisen aufzugeben.

Vielen Dank!

Freundliche Grüsse  
(Unterschrift)

Danach müsste dann Ihr Text (natürlich in englischer Sprache) erscheinen, der aber nicht mehr als 30-40 Worte umfassen sollte. Überlegen Sie genau, was Sie anbieten wollen und wählen Sie eine markante und kurze Erläuterung. Wägen Sie jedes Wort genau ab.

Falls Sie Tausch, nämlich Anzeigenraum gegen Prospektversand, wünschen, fügen Sie unter Ihrer Adresse den Hinweis (PIMAS) oder (PIM-300) an. In der US-Werbesprache bedeutet das: P = please, I = insert, M = my, A = ad, S = send all your circulars for free mailing. Zu gut deutsch etwa: "Bitte veröffentlichen Sie mein Inserat und senden Sie Ihre Prospekte zum freien Versand durch mich."

Können oder wollen Sie nur eine bestimmte Menge zum kostenlosen Versand bzw. Tausch übernehmen, schreiben Sie (PIM-300) oder eine andere Zahl als akzeptierte Prospektmenge. Bei gewünschtem Anzeigentausch setzen Sie an das Ende Ihres Inserats (PIM-X-Ad).

Das heisst: Bitte bringen Sie mein Inserat und senden Sie mir Ihr Austauschinserat zur freien Veröffentlichung in meinem Blatt. Der Buchstabe X steht dabei für Tausch (exchange). Wenn Sie statt Inserate Prospekte tauschen wollen, gilt der Hinweis: (X-100-500) = senden Sie 100-500 Prospekte zum Tauschversand.

Heisst es (X-100-500-9x12), will man andeuten, dass man Prospekte in der Grösse 9x12"(inch) d.h. DIN A4-Prospekte tauschen will. Meistens werden jedoch kleinere Mails getauscht (3x6) oder (6x9). Wie schon erwähnt, geschieht die Sache auf Vertrauensbasis und wird meistens von kleineren Versandfirmen und Verlagen angeboten und durchgeführt.

Sofern Sie bereit sind, für die von Ihnen angebotenen Artikel eine Vermittlungsprovision zu gewähren (englisch: commission), erreichen Sie in den meisten Fällen eine 100%ige Aussendung. Die Abrechnung der "commission" geschieht dadurch, dass der Aussender von den eingehenden Bestellungen seine Provision einbehält und den Restbetrag + Bestelleradresse zur Direktauslieferung (drop-shipping) an Sie gibt.

Da Sie erst dann etwas liefern, wenn Sie Vorkasse erhielten, ist diese Form des Prospektversands für Sie ebenfalls kostenlos. Dennoch sollte man zur Durchführung dieser Tauschpraktiken sich etwas in der englischen Sprache auskennen.

## **Telefonwerbung**

Abgesehen davon, dass Telefon-Direktwerbung seit einigen Jahren in unserem Land nahezu verboten ist, kosten lange Telefonate viel Geld. Anders sieht es aus, wenn Sie einen automatischen Anrufbeantworter als nützlichen Helfer einsetzen. Für den Anfang können Sie sich ein Gerät mieten oder bei einem der vielen Anbieter gebraucht kaufen.

Besprechen Sie ein Band mit Ihren Angeboten und bringen Sie sodann Kurzinformationen, einen "Witz der Woche" oder ähnliches darauf unter. Geben Sie am Schluss des Bandes Ihre Adresse und Rufnummer an, unter der Sie für Bestellungen zu erreichen sind.

Sofern dieser Service in Ihrem Ort nicht bereits an anderer Stelle besteht, kann es lohnend sein, ihn der Presse bekannt zu machen und damit eine Gratis-Vorstellung zu erreichen. Ansonsten können Sie den Info-Dienst kurz im Telefonbranchenbuch oder mit einer Zeile in Tages- und Wochenzeitschriften erwähnen.

Damit der Reiz erhalten bleibt, sollten Sie mindestens einmal im Monat (besser wäre wöchentlich) die Infos erneuern. Sobald die ersten Informationen abgerufen wurden, wird man Ihre Telefonnummer als "Geheimtip" empfehlen und Ihr Anrufbeantworter hat ständig zu tun. Wählen Sie deshalb ein robustes und bewährtes Markengerät und ein nicht zu langes Band aus, da der Text möglichst oft hintereinander laufen soll.

Damit Sie nicht etwa Ihren normalen Telefonanschluss blockieren, brauchen Sie für den werbenden Anrufbeantworter unbedingt einen zweiten Anschluss. Um die Kosten für diesen Zweitanschluss hereinzubekommen, bieten einige Firmen anderen Unternehmen sogar bezahlten Anzeigenraum auf ihren Werbebändern an. Allerdings muss man bei einem 3-5 Minuten langem Band schon gut überlegen, wie man Information, Werbung und Adresse zügig und doch verständlich spricht und so verteilt, dass möglichst viele Anrufer "hereinhören" können.

## **Computer-Mailbox + Internet**

Mailboxen sind Computer mit Zusatzgeräten, die an das Telefonnetz angeschlossen sind, mit beliebigen Informationen gefüttert und nach diesen befragt (angerufen) werden können. In Amerika nannte man die ersten Mailboxen "Remote Bulletin Board Systems", was so viel wie "ferngesteuerte Bekanntmachungstafel" heisst.

Zur Einrichtung braucht man einen leistungsfähigen Personal-Computer, einen Akustikkoppler bzw. ein Modem, eine V24-Schnittstelle und natürlich einen zweiten Telefonanschluss, über den die ungehinderte Kommunikation laufen kann. Kosten entstehen lediglich bei der Anschaffung der Anlage mit Zubehör, die daneben noch anderweitig genutzt werden sollte. Zudem werden noch einige Gebühren der Post für den Betrieb von Akustikkoppler oder Modems fällig.

Im Gegensatz zum herkömmlichen Telefonanrufbeantworter können Sie auf den abrufbaren Seiten der Mailbox erheblich mehr Informationen unterbringen. Sofern das von Ihnen angebotene Informationsprogramm attraktiv ist, wird man Ihre Offerten ständig abrufen, wodurch Sie dann rund um die Uhr kostenlos werben.

Die leidigen Einrichtungskosten können Sie gegebenenfalls dadurch auffangen, dass Sie anderen Unternehmen in Ihrer Mailbox Anzeigenraum gegen Monatsmiete zur Verfügung stellen. Einziger Nachteil: Da nicht alle Computer-Systeme kompatibel sind, also nicht miteinander kommunizieren, können Sie nur Computer-Besitzer erreichen, die a) einen Anschluss ins Telefonnetz besitzen und b) ein zu Ihrem Gerät kompatibles System haben. Es empfiehlt sich deshalb gleich bei der Anschaffung darauf zu achten, dass ein weitverbreitetes und bewährtes System (Windows) erworben wird.

Bekannt machen Sie Ihren Service durch eine Anzeige in den verschiedenen Computer-Zeitschriften, die in allen Zeitungshandlungen zu haben sind. Ein weit gefächertes Angebot von Kleinanzeigen finden Sie in dem Blatt "Computer-Flohmarkt" (Postfach 66, 75433 Maulbronn).

Es enthält pro Ausgabe zwischen 3000 und 5000 Kleinanzeigen, die in über 30 verschiedene Sparten eingeteilt sind. Private Kleinanzeigen werden sogar kostenlos aufgenommen. Der Ladenpreis beträgt 2 Euro.

Wo es überall schon Mailboxen gibt und was Sie bei der Einrichtung sonst noch alles beachten müssen, erfahren Sie in dem informativen "Mailbox-Jahrbuch" von Wolfgang Spindler. Es ist erschienen im Eichborn-Verlag (Sachsenhäuser Landwehrweg 293, 60599 Frankfurt 70, Telefon (069 - 68 10 79) und kostet etwa 5 Euro.

## **Werbedisketten**

Je nach Art und Umfang der Informationen lassen sich auf einer herkömmlichen 3,5"-Diskette zwischen 100 und 300 DIN A4-Seiten Text speichern. Das ergibt viel Raum für Werbemitteilungen.

Teilen Sie den Redaktionen überregionaler Zeitschriften und Computer-Publikationen mit, dass Sie auf Anfrage kostenlos (oder gegen einen Unkostenbetrag von 3 Euro) eine Diskette mit interessanten Geschäftsideen, Witzen, Kuriositäten oder Insider-Informationen verschicken. Notfalls geben Sie hierfür ein kleines Inserat auf.

Offerieren Sie als nächstes Geschäftsleuten aller Branchen preiswerten Anzeigenraum auf den von Ihnen verschickten Disketten. Sofern Sie glaubhaft nachweisen können, dass für die "Disketten-Zeitung" eine rege Nachfrage besteht (und dem ist wirklich so), werden sich bald Interessenten finden, die auf diese Weise ein weitgehend noch unbekanntes Werbemedium nutzen wollen.

Interessenten sind besonders Anbieter von Bürogeräten, Einrichtungen, Fachbüchern und artverwandten Produkten. Wenn von hundert angesprochenen Firmen zunächst nur zehn einen Versuch wagen, kommen Sie bei einem Seitenpreis von 50 Euro immerhin auf 500 Euro Einnahmen und können dafür bereits einige hundert Disketten und Versandtaschen finanzieren.

Schreiben Sie nun einen 30 bis 50 Seiten umfassenden Text, der aus Insider-Tips, Bürosprüchen, Witzen oder Einkaufsadressen besteht und setzen Sie Ihre Werbung, sowie die Ihrer Auftraggeber dazwischen. Sobald die Interessenten die aufgeführten Texte und Informationen lesen, werden sie auch die Werbung zur Kenntnis nehmen.

Im Laufe der Zeit können Sie auf diese Weise eine richtige Disketten-Zeitung mit einem vielseitigen Angebotsprogramm aufbauen. Solche "Software" wird bereits von mehreren Verlagen im Abonnement herausgegeben, aber je mehr die Zahl der Eigner von Computern zunimmt, desto mehr Chancen bestehen für Sie, sich mittels der so angebotenen Disketten werbemässig weiter auszubreiten und kostenlose Eigenwerbung zu betreiben. Allein im deutschsprachigen Europa stehen bereits etwa 5 Mio. PC.

Um die Eigenkosten in Grenzen zu halten, empfiehlt es sich, die Disketten gleich in grösseren Stückzahlen beim Grosshandel einzukaufen. Dabei stehen die Datenträger ohne Namen (no-name) den Markenprodukten kaum nach und werden sogar mit einer entsprechenden Garantie angeboten. Kostenersparnis: bis zu 200% pro Diskette.

### **Der Trick mit den Audiokassetten bzw. Audio-CD's**

Ohne Computer kommen Sie aus, wenn Sie Ihre Werbetexte auf Tonband sprechen, auf Audiokassetten übertragen und damit akustisch zu Gehör bringen. Die Handhabung ist ähnlich wie beim automatischen Anrufbeantworter, nur mit dem Unterschied, dass Sie die Kassette nicht lediglich mit einem Text von maximal 3-5 Minuten besprechen können, sondern bis zu 90 Minuten zur Verfügung haben.

Mit den entsprechenden Argumenten sollte es Ihnen gelingen, auch hierfür einige Firmen zu gewinnen, die gegen Bezahlung ihre Werbung auf dem Band mit unterbringen möchten. Je grösser Ihr Kassettenumsatz, desto interessierter sind die Unternehmen.

Der wichtigste Punkt besteht darin, die besprochenen Kassetten unters Volk zu bringen. Sofern Sie aus der Heimproduktion mit nur 10 bis 20 übertragenen Bändern pro Tag heraustreten wollen, empfiehlt es sich, die Überspielungen von einem darauf spezialisierten Audiostudio vornehmen zu lassen. Die Kosten werden durch die Fremdwerbung weitgehend gedeckt.

Vielleicht finden Sie in Ihrer Nähe auch Amateur-Musiker, Bands, Unterhalter usw., die nicht nur ihre Beiträge auf den von Ihnen produzierten Audiokassetten unterbringen wollen, sondern zudem noch eine grössere Anzahl der Kassetten für ihren Eigenbedarf erwerben.

Ansonsten können Sie die Werbebänder über Ihren Anrufbeantworter anbieten, indem Sie kleinere Stücke daraus bei Anruf vorspielen. Haben Sie den Anrufern erst einmal den Mund wässrig gemacht, werden diese in 50% der Fälle auch die Gesamtkassette anfordern. Da heutzutage wohl in jedem Haushalt mindestens ein Kassettenrecorder steht, ist das Abspielen der Texte kein Problem.

Damit kommt Ihre Werbung, sowie die der Fremdfirmen nicht nur in die Wohnungen, sondern wird darüber hinaus noch in vielen Autos abgehört. Dadurch erhält der Text eine enorme Langzeitwirkung. Ob Sie die Kassette auf Anfrage gegen einen Unkostenbeitrag von ca. Euro 2,-- oder gar völlig gratis abgeben, ist eine Frage der Kalkulation. Eine kostenlos angebotene Kassette wird begehrt sein und Ihre Werbemitteilungen stärker verbreiten. Die Kosten müssen dann eben über die Beiträge der Werbepartner hereingeholt werden.

## **Video-Werbung**

Einen Schritt weiter gehen Sie, wenn Sie Ihre und fremde Werbung mittels Video vertreiben. Zwar hat heute bereits jeder 2. Fernsehapparatebesitzer auch einen Videorecorder, aber die Herstellung der Werbebotschaft per Film ist doch etwas aufwendiger als bei den Audiokassetten oder Disketten.

In jeder grösseren Stadt gibt es Foto- und Werbeateliers, die Sie stundenweise gegen Gebühr benutzen können und die meisten Videotheken vermieten heute bereits die erforderlichen Videokameras. Der Preis für die Atelier-Stunde schwankt zwischen 50 und 120 Euro und eine Kamera kostet 30 bis 40 Euro pro Tag.

Um kostenlos zu werben, müssen Sie leider zunächst einmal investieren. Schliesslich soll Ihre Werbung etwas hermachen und dazu brauchen Sie noch einige Damen und Herren mit einem ansprechenden Aussehen und guter Stimme, Hintergrundkulissen, Einrichtungen etc. Sofern sich andere Unternehmen gegen Kostenbeteiligung zu einer

Mitarbeit bereit erklären, lässt sich die Herstellung preisgünstiger oder gar kostendeckend betreiben.

Die Videokassette als Werbemedium wird ja bereits von einigen Firmen angeboten. Das reicht vom Messebesuch über die Firmenbesichtigung bis zum 5-Minuten-Spot. Ziehen Sie deshalb zumindest zum Anfang einen Fachmann zu Rate, der Ihnen gegebenenfalls die fototechnischen Kniffe zeigt.

Der fertige Film wird dann zum Kauf oder für 2 Euro im Verleih angeboten. Letztere Handhabung hat den Vorteil, dass sich mehr Interessenten finden und Sie Ihre Kassette öfter vorstellen können. Sprechen Sie mit einigen Videotheken in der Umgebung, evtl. auch mit grösseren Bibliotheken, damit man dort einige Exemplare mit ins Programm aufnimmt.

Die monatlichen oder vierteljährlich kommenden Nachfolgefilme sind dann später - wenn die Sache läuft - nur noch eine Art Routine. Die Werbe-Videokassetten können Sie dann zudem als spezielle und neue Publikationen im STAMM-Leitfaden und anderen Adressbüchern vorstellen lassen. VHS-Leerkassetten bekommen Sie heute schon im Einkauf für etwa 2 Euro.

### **Empfehlungen besonderer Art**

Die beste kostenlose Werbung besteht noch immer in der lobenden Empfehlung durch zufriedene Kunden. Diese, auch als "Mund-zu-Mund-Werbung" bekannt gewordene Form der Reklame, können Sie dadurch unterstützen, dass Sie Ihre Kunden, die Personen nämlich, die auf Sie aufmerksam machen, mit einer kleinen Vergütung bedenken, die in einem besonderen Buch, einer Abonnementsverlängerung oder einem Sachpreis bestehen kann.

Achten Sie jedoch darauf, dass Sie bei Ihren Formulierungen keine "Gratis"-Dinge offerieren, da das z.B. in Deutschland je nach Formulierung, gegen das Wettbewerbsgesetz verstossen kann (dies ist auch nach Abschaffung des Rabattgesetzes 2001 noch möglich!). Ziehen Sie im Zweifelsfall also am besten einen Anwalt oder Werbeberater hinzu.

Sehr ertragreich werden Empfehlungen, wenn sie von öffentlichen Stellen, wie etwa Gesundheits- und Umweltämtern, Verbänden und Organisationen herausgegeben werden. Prüfen Sie deshalb, ob Ihr Produkt möglicherweise eine Hilfe für Behinderte, Blinde, alte oder junge Menschen darstellt, ob es besonders sicher im Umgang oder umweltfreundlich ist.

Vielleicht bietet Ihr Produkt Autofahrern, Sportlern oder Hausfrauen einige bemerkenswerte Vorteile. Nicht umsonst reissen sich ja die Hersteller um die vom deutschen Bundesumweltminister vergebene Auszeichnung "Der blaue Engel", die ein Erzeugnis als besonders umweltfreundlich ausweist.

Aehnliches gilt für Bewertungen, wie "Spiel gut" oder gar ein "Sehr gut!" oder "Gut!" von der in Berlin ansässigen Stiftung Warentest. Desgleichen ist es bares Geld wert, wenn Zeitschriften - wie etwa "Ökotest" - oder Fernseh- und Rundfunk-Moderatoren eine Ware oder Dienstleistung als empfehlenswert einstufen.

Vertreiben Sie ein Buch, das den Lesern spezielle Informationen über Steuer-, Miet- und Hausrecht, Gesundheits- oder Familienfragen gibt? Für solche Fachgebiete findet sich ein Amt oder eine Interessengemeinschaft, die dafür kostenlose Empfehlungswerbung machen kann.

Haben Sie etwas über Altersfragen zu sagen, dann schreiben Sie an die "Grauen Panther" und stellen Sie sich und Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung den Leuten vor. Sind Ihre Informationen eher für Familien, dann kann das für Familienministerien der Länder, Jugendämter und die entsprechenden Verbände interessant sein.

Der Autor gab vor Jahren seinen ersten "Deutschen Versand-Einkaufsführer" mit ca. 1800 deutschen Versandfirmen und ihren Erzeugnissen heraus. Die dafür aufgewendete Anzeigenwerbung brachte zunächst nur einen mässigen Erfolg. Nach der zweiten und erweiterten Auflage (2200 Anschriften und Daten), sandte er das Werk an eine grössere Publikation, die es den Lesern empfahl. Darauf kamen einige hundert Bestellungen.

Man muss die richtigen Ansprechpartner nur aufspüren und dann auch ansprechen. Manchmal klappt es erst beim zweiten oder dritten Versuch. Wenn die Empfehlung aber erst mal läuft, ist sie nicht mehr aufzuhalten.

## **Nullkostenwerbung in Rundfunk und Fernsehen**

Trotz der horrenden Preise für eine Minute Radio- oder gar Fernsehwerbung, gibt es doch einige Möglichkeiten, auch über Funk und Fernsehen kostenlose Werbung zu betreiben. Denken Sie nur an Sendungen wie "Was bin ich?", bei der jedesmal einige Personen vorgestellt werden, die einen originellen Beruf ausüben. Der Zustrom von Aufträgen nach einer solchen Sendung nimmt für die Vorgestellten regelmässig stark zu.

Daneben gibt es Radio- und Fernsehsendungen für Verbraucher, Hausfrauen, Autofahrer, Senioren usw. bei denen laufend Bücher, Produkte aller Art, Dienstleistungen usw. vorgestellt werden. Gedacht sei hier beispielsweise an Ausstrahlungen wie "Markt" (ARD), "WISO" (ZDF), "Für Sie notiert!" (SDR), "Knoff hoff!" (ZDF), "Hobbythek" (WDR3), "Gesucht - gefunden!" (WDR3), "Mark(t) und Pfennig" (SWF3) und andere.

Privatsender, wie RTL oder SAT1 machen manchmal sogar bereits in den ersten Stunden des Tages im Frühstücksfernsehen in Vorstellungen verschiedener Art Werbung für Produkte oder Dienstleistungen. Ausserdem existieren in einigen Grossstädten Kabel-



Hotel- und Krankenhaus-Sender mit einem reichhaltigen Programm für die Bewohner und Insassen.

Die Zahl der privaten Anbieter wird in den nächsten Jahren mit dem Ausbau der Kabelnetze noch weiter steigen. Zum Teil leben solche Sendungen auch von der Vorstellung neuer und interessanter Produkte. Diese werden dann mit den Angaben über die Lieferfirmen in Listenform zusammengestellt und den Zuhörern und Zuschauern kostenlos angeboten.

Einige solcher Listen sind schon über 100'000 mal angefordert worden. Stellen Sie sich vor, wenn auch Ihr Name auf einer solchen Liste steht.

Haben Sie ein ausgefallenes Hobby, eine Entdeckung gemacht, etwas erfunden oder eine besondere Sammelleidenschaft, die Sie einem breiten Publikum mitteilen wollen? Schreiben Sie an die Sender und beliefern Sie sie mit Mustern Ihres Könnens.

Sobald sich Personen für eine Kontaktaufnahme melden, können Sie denen auch Ihre kommerziellen Angebote unterbreiten. Manche Betreiber kurioser Geschäftsideen und seltener Unternehmen sind schon in die Studios eingeladen worden. Dabei ist es ähnlich wie mit einer Vorstellung in einem Adressbuch, hat Sie erst einmal einer entdeckt, werden Sie in der Regel ohne Ihr Zutun "weitergereicht".

Natürlich soll bei solchen Veranstaltungen keine "Schleichwerbung" gemacht werden, aber schon die angegebene Adresse genügt oftmals, um eine Anfragenlawine in die "ins Rollen" zu bringen. Wirklich schwierig ist nur der erste Schritt.

Nachfolgend die wichtigsten Anschriften öffentlich-rechtlicher und privater Radio- und Fernsehsendeanstalten:

ARD (Programmdirektion)

Arnulfstr. 42, 80335 München, Tel. (089) 59 00 01

Bayerischer Rundfunk

Rundfunkplatz 1, 80335 München, Tel. (089) 59 00 01

1 Plus

Arnulfstrasse 42, 80335 München, Tel. (089) 59 00 01

Süddeutscher Rundfunk (SDR)

Neckarstr. 230, 70190 Stuttgart, Tel. (0711) 28 81

Südwestfunk (SWF)

Hans-Bredow-Strasse, 76530 Baden-Baden, Tel. (07221) 276-1

Hessischer Rundfunk (HR)

Bertramstr. 8, 60320 Frankfurt, Tel. (069) 1551

Westdeutscher Rundfunk (WDR)  
Appellhofplatz 1, 50667 Köln, Tel. (0221) 22 01

Radio Bremen (RB)  
Bürgerm.-Spitta-Allee 45, 28329 Bremen, Tel. (0421) 246-0

Norddeutscher Rundfunk (NDR)  
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg, Tel. (040) 41 31

Sender Freies Berlin (SFB)  
Masurenallee 8-14, 14057 Berlin, Tel. (030) 30 31-0

ZDF  
Essenheimer Landstrasse, 55128 Mainz, Tel. (06 31) 701

SAT1  
Hegelstrasse 61, 55122 Mainz, Tel. (061 31) 38 00

RTL plus  
Aachener Str. 1036, 50858 Köln, Tel. (0221) 489 50

Super Channel  
Marsstrasse 14b, 80335 München, Tel. (089) 59 60 51-2

Tele 5  
Schellingstrasse 44, 80799 München, Tel. (089) 27 27 70

Pro 7  
Leopoldstr. 145, 80804 München, Tel. (089) 360 80 60

Sky Channel  
Centaurus Business Park, Grant Way, Off Syon Lane, Middlesex TW7 5QD, England. Telefon  
(00441) 30 00

TV 5  
78, Avenue Raymond Poincaré, F-75116 Paris, Frankreich

Deutschlandfunk  
Raderberggürtel 40, 50968 Köln, Tel. (0221) 345-1

Deutsche Welle  
Raderberggürtel 50, 50968 Köln, Tel. (0221) 38 90

RIAS-Berlin

Kufsteiner Str. 69, 10825 Berlin, Tel. (030) 8503-0

AFN (amerikanisch)

Bertramstr. 6, 60320 Frankfurt, Tel. (069) 151-61 01

BFBS (britisch)

Parkstrasse 61, 50968 Köln, Tel. (0221) 37 69 90

FFB (französisch)

Kurt-Schumacher-Damm, 13405 Berlin, Tel. (030) 418 17 50

BBC (deutsches Programm)

Savignyplatz 6, 10623 Berlin, Tel. (030) 31 6773

RTL

Parc Municipal, L-2850 Luxemburg 1002, Tel. (00352) 13 31

Radio Nederland

Postbus 10, NL-1200 JB Hilversum, Niederlande

Österreichischer Rundfunk (ORF)

Würzburggasse 30, A-1136 Wien

Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG)

Fernsehstr. 1-4, CH-8052 Zürich, Schweiz

Danmarks Radio

Rosenoerns Allee 22, DK-1999 Kopenhagen V, Dänemark

Antenne Bayern

Münchner Str. 20, 85774 Unterföhring, Tel. (089) 95 99 9-0

RPR

Turmstrasse 8, 67059 Ludwigshafen, Tel. (0621) 590 00 35

RSH

Funkhaus Wittland, 24109 Kiel, Tel. (0431) 587 00

Radio Hamburg

Speersort 10, 20095 Hamburg, Tel. (040) 339 71 40

Radio FFN

Dorfstrasse 2, 30916 Isernhagen KB, Tel. (05139) 80 80 0

Radio in Berlin

Kurfürstendamm 65, 10707 Berlin, Tel. (030) 88 42 87 10

Radio Hundert 6

Paulsbornerstr. 44, 14193 Berlin, Tel. (030) 896 94-0

Radio 100

Potsdamer Str. 131, 10783 Berlin, Tel. (030) 2 16 40 81

Regionale Fernsehsender

Erste Private Fernsehgesellschaft

Amtsstr. 5-11, 67059 Ludwigshafen

Evangelisches Fernsehen

Birkerstrasse 22, 80636 München

Film, Musik und Video

Kaiserdamm 7, 14057 Berlin

German Television News

Winsstr. 15, 10405 Berlin

Kabel-Media-Programmgesellschaft

Bahnhofstr. 33, 85774 Unterföhring

Lokalsender Berlin

Movie Channel KG, Lietzenburger Str. 44, 10789 Berlin

Media Vision

Babelsberger Str. 37, 10715 Berlin

Media Vision

Südliche Ringstrasse 195, 63225 Langen

Movie Channel 1

Lichtenbergerstr. 10, 67059 Ludwigshafen

PAN-TV Produktion

Arabellastrasse 23, 81925 München

Satellite Television

## **Anschlagtafeln**

Früher war es Mode, Mitteilungen, An- und Verkaufsanzeigen wild an Bäumen, Zäunen und Hauswänden anzubringen, um Passanten auf sich aufmerksam zu machen. Das ist heute weitgehend untersagt und wird gar als Umweltverschmutzung geahndet.

Dennoch können Sie mit Anschlagwerbung kostenlos werben, wenn Sie ein eigenes Grundstück besitzen oder das eines Bekannten, Freundes oder der Eltern benutzen dürfen. Besonders vielversprechend ist es, wenn das betreffende Grundstück an einer belebten Strasse mit grossem Passantenaufkommen liegt.

Sofern Sie kein eigenes Grundstück haben oder kostenlos für Ihre Zwecke bekommen können, sprechen Sie mit anderen Hausbesitzern und Geschäftsinhabern, um an deren Wänden, Zäunen oder Schaufenstern Ihre Offerten anzubringen. Vereinbaren Sie nach Möglichkeit Gewinnbeteiligung oder - wenn das nicht akzeptiert wird - eine günstige Monatsmiete für die benötigte Fläche.

Bewährt haben sich kleine Pappkärtchen im Format DIN A6 oder A7, auf denen mit der Schreibmaschine sauber die jeweiligen Angebote und Nachfragen getippt und auf eine Tafel gepinnt bzw. geklebt werden. Zum Schutz gegen die Witterung versieht man diese Holz- oder Kunststofftafeln mit einer Plastikfolie oder gleich mit einer richtigen Scheibe und verschliessbarem Türrahmen.

Um Ihre Platzmiete wieder hereinzubekommen, gewähren Sie den Passanten gegen eine kleine Gebühr von 3 bis 6 Euro pro Inserat und Woche/Monat ebenfalls die Veröffentlichung ihrer Wünsche. Bei nur 20 Inserenten zu je 3 Euro bekommen Sie immerhin 60 Euro als Miete herein, während Sie Ihre eigenen 3-5 Inserate kostenlos aufhängen.

Je mehr Anzeigenkästen Sie in der Stadt anbringen, desto grösser wird Ihr eigener Gewinn aus der Werbewirksamkeit und dem Anzeigengeschäft. Damit schlagen Sie gleich zwei Fliegen mit einer Klappe.

Besonders in Kur- und Ferienorten, wo die Gäste viel Zeit und Musse zum Wandern und Promenieren haben, rentiert sich die Anschlagtafelwerbung bestens. Doch auch in Grossstädten mit einem regen Geschäftsstrassenbetrieb kann diese Werbeform zur Goldgrube werden. Sofern Sie an den Tafeln noch kleine Schubser befestigen, in denen Prospekte zum Entnehmen deponiert werden, erhalten Sie eine weitere gute Chance, sich ohne Verteilerkosten dem Publikum zu präsentieren.

## **Das Auto als Werbemedium**

Jeder Autohändler, der Ihnen einen neuen Wagen verkauft, benutzt Sie auch gleich als Werber für sein Geschäft. Sie fahren seine Plakette mit Adresse und Rufnummer, fest an Ihrem Fahrzeug angebracht, spazieren und überall, wo Sie das Auto abstellen, kann man diese Reklame lesen. Warum wollen Sie nicht mal für sich selbst mit Ihrem Wagen Werbung machen?

Keine Angst, dazu brauchen Sie das Fahrzeug weder umzuspritzen, noch den teuren Lack zu beschädigen. In jedem grösseren Ort gibt es Geschäfte, die Ihnen Schilder liefern, die magnetisch an der Karosserie des Autos haften. Schauen Sie im Telefon-Branchenbuch (Gelbe Seiten) nach unter "Schilder". Eine Direktlieferadresse finden Sie mit der Kasper & Keller GmbH, Postfach 1221, 79224 Umkirch, Telefon (07665) 7007.

Nun können Sie entweder Ihre Werbetexte, Firmenadresse usw. direkt auf Seiten und Dach anbringen, oder aber mittels Magnethalterung einen einfachen Entnahmebehälter für Prospekte befestigen. Aus dieser, zur Fussgängerseite hin befindlichen Box, Tasche oder Plastiktüte dürfen die Passanten sich jeweils ein Prospekt entnehmen.

Statt Magnethalterung können Sie auch Saugnäpfe verwenden, mit deren Hilfe der Prospektbehälter an der Aussenscheibe des Fahrzeugs befestigt wird. Während Sie nun in der Stadt an einer möglichst belebten Strasse parken, werden die Passanten mit Ihren Angeboten bedacht. Um die Hemmschwelle weitgehend abzubauen, können Sie noch einen Pfeil anbringen, der auf das Behältnis hinweist und zur Entnahme auffordert.

Gleichzeitig oder separat lässt sich zudem eine Anschlagtafel anhängen, auf der Ihre und fremde Werbetexte angebracht wurden (siehe unter "Anschlagtafeln"). Da Ihr Auto Ihr spezielles Eigentum ist, benötigen Sie auch kein anderes Grundstück mehr. Wohl müssen Sie darauf achten, dass gewisse Parkvorschriften nicht übertreten und natürlich die Parkzeit nicht überschritten wird.

Hat Ihr Fahrzeug eine längere Zeit an einem Platz gestanden, bringen Sie es danach an eine andere Stelle. Die Werbewirksamkeit wird noch erhöht, wenn Sie statt des normalen PKWs einen 10-Personen-Bus verwenden, den Sie ringsum - nach dem Abstellen - mit mehreren Werbetafeln bestücken. Sofern Sie dabei auf einem Parkplatz stehen und nicht etwa den fliessenden Verkehr gefährden, bestehen keine Bedenken.

Allerdings sollten Sie, wenn Sie besondere Aufbauten, Figuren und Formen in Ihre Werbung mit einbeziehen wollen, vorher sicherheitshalber das Strassenverkehrsamt dazu befragen.

Werbung auf Firmen- und Lieferfahrzeugen ist ein alter Hut. Neu dürfte jedoch bei uns der Gedanke sein, auch einmal das Autodach mit Werbung zu beschriften. Dadurch können aus dem Fenster schauende Mitbürger schnell mal eine Information aufnehmen und die dazugehörige Telefonnummer - für detaillierte Offerten - aufschreiben.

Wo immer es sich machen lässt und es erlaubt ist, können Sie sich mit Ihrem Auto an belebten Plätzen postieren und im Kofferraum mitgeführte Handzettel verteilen. Auf Messen, Verbraucherausstellungen, Jahrmärkten und dergleichen findet sich in den meisten Fällen auch ein geeignetes Plätzchen, wo Sie einen Klapptisch hinstellen dürfen, um von dort aus Ihre Werbung unters Volk zu bringen.

Besonders werbeträchtig ist die Benutzung eines speziellen Fahrzeugs für die hier aufgezeigten Möglichkeiten. So fällt beispielsweise ein guterhaltener Oldtimer aus dem Jahre 1930 mehr auf, als ein Mittelklassewagen der Gegenwart. In der Nähe von Köln wirbt ein Friseurbetrieb mit zwei fliederfarbenen Fahrzeugen, auf denen in goldener Schrift die Firmenangaben stehen. Der Wagen wird unter vielen hundert anderen Autos sofort erkannt und beachtet.

Andere Fahrzeuge wurden kunstvoll mit Gemälden verziert, die ebenfalls grosse Beachtung finden. Ein springender Tiger oder eine hübsche Pin-up-Blondine hebt solch einen Wagen sofort aus der Menge heraus. Wird dieses Gefährt dann auch noch mit Werbung nach dem oben aufgezeigten Muster ausgerüstet, geht kaum ein Strassenpassant daran vorüber. Solche "Visitenkarten" werden immer beachtet.

### **Kostenlose Privatanzeigen**

In der Bundesrepublik Deutschland und im westlichen Ausland werden einige Dutzend Zeitschriften herausgebracht, in denen private Anbieter ihre Tausch-, An- und Verkaufsgesuche, Korrespondenzwünsche und dergleichen kostenlos aufgeben können. Dabei achten die Verleger natürlich peinlich genau darauf, dass sich nicht etwa auch gewerbliche Offerten dazwischen schmuggeln.

Aber mit etwas Überlegung kann man doch das eine mit dem anderen verbinden. So etwa, wenn Sie einen Tauschpartner für Briefmarken suchen und dann neben Ihrem durchaus auch privaten und seriösen Tauschangebot Briefmarken zum Kauf anbieten. Das klappt auch mit Büchern, Videokassetten, Schallplatten und anderen Artikeln. Wichtig ist eben nur, dass Sie neben der kommerziellen Absicht private Angebote unterbreiten können.

In folgenden Blättern können Sie kostenlose Privatanzeigen aufgeben:

Annonce

Hochstadenstr. 1-3, 50674 Köln, Tel. (0221) 21 76 11

Annoncen-Avis

Uerdinger Str. 124, 40474 Düsseldorf, Tel. (0211) 43 88

Annoncen-Avis

Eiffestrasse 76, 20537 Hamburg, Tel. (040) 25 75 75

Emm-Ess

Hörster Str. 21, 48143 Münster, Tel. (0251) 46 509

Findling

Heuduckstrasse 27, 66117 Saarbrücken, Tel. (0681) 58 46 051

Flohmarkt

Postfach 89, 72810 Gomaringen, Tel. (07056) 81 85

Der heisse Tip

Orffstrasse 7, 90439 Nürnberg, Tel. (0911) 65 87 898

Das Inserat

Waldstrasse 44, 60528 Frankfurt, Tel. (069) 67 60 07

Karlsruher Anzeiger

Postfach 41 05 45, 76137 Karlsruhe, Tel. (0721) 69 64 24

Kleinanzeiger

Postfach 411, 32657 Lemgo, Tel. (0526) 14 444

Der Kleinanzeiger

Postfach 2101, 37073 Göttingen, Tel. (0551) 48 45 24

Die Kleinanzeige

Postfach 1447, 37520 Osterode, Tel. (05521) 40 00

Marktplatz

Platenstrasse 14, 50825 Köln, Tel.(0221) 55 30 31

Münchner Basar

Postfach 40 12 61, 80637 München, Tel. (089) 18 11 11

Revier Markt

Postfach 10 20 06, 44793 Bochum, Tel. (0234) 189 88

Sperr Müll

Gaussstrasse 41, 68623 Lampertsheim, Tel. (06206) 50 000  
(Ausgaben in Heidelberg, Mainz, Mannheim und Wiesbaden)

Such & Find

Andernacher Str. 48, 56070 Koblenz, Tel. (0261) 8 11 10

Zweite Hand

Potsdamer Str. 70, 10785 Berlin, Tel. (030) 26 11 258



Zypresse

Engelbergerstr. 47, 79106 Freiburg, Tel. (0761) 28 12 51

Ausland:

Segundamano

Callao 1014, 1023 Buenos Aires, Argentinien

Primeiramao

Monteiro 949, 1441 Sao Paulo, Brasilien

Den Bla Avis

Melningsgatan 6, DK-2200 Kopenhagen, Dänemark

Loot

24 Kilburn Road, GB-London NW6 5UJ, England

Porta Portese

Pro. Maggiore 95, I-00185 Roma, Italien

Secondamano

Rip. Ticinese 19, I-20143 Milano, Italien

The Bargain Finder

107 Avenue, Edmonton, Toronto T5H 0X6, Canada

The Bargain Finder

5901 Street, Calgary, Toronto T24 1K3, Canada

Buy & Sell

5791/3.R., Richmond, Vancouver V6X 2C9, Canada

Trade & Exchange

44 Mayfair Place, Auckland, Neuseeland

Wiener Basar

Postfach 1041, A-1041 Wien, Österreich

Inseraten-Markt

Sihlfeldstrasse 93, CH-8004 Zürich, Schweiz

Cerca & Trova  
Via Vontebre 12, CH-6900 Lugano, Schweiz

Gula Tidningen  
Hudiksvallsgatan 8, S-11 33 Stockholm, Schweden

Segundamano  
Pso. Acacias 3, Valencia 583, E-Barcelona, Spanien

Damit die Herausgeber wenigstens am Kauf etwas verdienen, werden in den meisten Fällen nur kostenlose Anzeigen akzeptiert, wenn sie auf Bestellscheinen aus den jeweiligen Blättern erfolgen.

Folgende Publikationen bringen nur kostenlose Wohnungs- oder Verschenkenanzeigen:

AZ-Andere Zeitung

Schleusenstr. 17, 60327 Frankfurt

Bremer Blatt  
Humboldtstr. 56, 28203 Bremen

Guckloch  
Schäferstrasse 10, 44623 Herne

Münchner Stadt-Zeitung  
Münchner Freiheit 20, 80802 München

Plärrer/Stadtmagazin  
Singerstr. 26, 90443 Nürnberg

Pupille  
Ludwigstrasse 8a, 97070 Würzburg

De Schnüss  
Wilhelmstrasse 3, 53111 Bonn

Stadt Revue  
Zugweg 10, 50677 Köln

Tango, Hamburger Stadtilustrierte  
Gr. Elbstrasse 84, 22767 Hamburg

Tip, Berlin-Magazin

Potsdamer Str. 89, 10785 Berlin

Der Tip

Daimlerstrasse 12, 57072 Siegen

Tips, Illustriertes Stadtmagazin

Strengerstr. 20, 33330 Gütersloh

Zitty, Illustrierte Stadtzeitung

Schlüterstr. 39, 10629 Berlin

Computer-Flohmarkt

Postfach 66, 75433 Maulbronn (Privat-Gratisinserate aus dem Bereich Computer, Hard- und Software etc.)

Einige der hier und früher aufgeführten Werbe-Publikationen enthalten u.a. auch Anschriften anderer Zeitschriften mit kostenlosem Anzeigenraum sowie Hinweise auf Einkaufsgemeinschaften, Verbraucherklubs und solche Vereinigungen, die sich gegebenenfalls für Ihre Werbung interessieren. Merke: Je mehr Kontakte Sie knüpfen, desto grösser wird das Netz derer, die Sie empfehlen und weitervermitteln können.