

Media Mix

Werden verschiedene Medien (Radio, Fernsehen, Kino, Zeitung, Plakatwerbung etc.) in einer Werbekampagne verbunden, spricht man in der Werbebranche vom „Media Mix“. Man geht davon aus, dass Konsumenten nachhaltiger auf das Produkt hingewiesen werden, wenn sie ihm an ganz verschiedenen Stellen begegnen. Media-Mix-Kampagnen werden meist als Komplettleistung einer MediaAgentur ausgearbeitet.

Literatur: Gerke, Thorsten: *Handbuch Werbemedien. Werbeträger optimal vermarkten.* [Anzeigenblätter, Zeitungen und Zeitschriften, Plakate und Verkehrsmittel, Radio, Fernsehen, Kino und Internet.] Frankfurt: Redline Wirtschaft 2005. – Müller, Walter: *Werbeartikel im Mediamix . Auf die Positionierung kommt es an!* Nienburg: Betzel 2003.

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/m:mediamix-4806>

Last update: **2011/07/29 16:52**

