

# COMMUNICANTUS.

FACHMAGAZIN FÜR **MARKETING, WERBUNG & KOMMUNIKATION**

AUSGABE 03 | 2006



## **BRANDING CODES NEUROMARKETING - NEUE CHANCEN FÜR DIE WERBUNG**

### **CANTUS ACADEMY**

DAS KOSTENLOSE WORKSHOP-  
ANGEBOT DER CANTUS MEDIA

### **JÜRGEN HÖLLER VERANSTALTUNG**

MOTIVATION IN  
MÜNCHEN

### **PRESSE LIVE**

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN  
DES PRESSEHAUSES

# BRANDING CODES

## NEUROMARKETING – NEUE CHANCEN FÜR DIE WERBUNG



Christian Chlupsa, Geschäftsführer  
CANTUS MEDIA Werbeagentur

Rund 3.000 Werbeeinblendungen prasseln täglich auf uns ein. Davon schafft es nur ein Prozent in unser Kurzzeitgedächtnis; circa ein Promille

in unser Langzeitgedächtnis. Das bedeutet, dass über 98 Prozent der Informationen von uns nicht mehr wahrgenommen werden.

Aktuelle Studien rechnen in den nächsten Jahren mit einer Vervierfachung der TV-Werbung und einer Verdoppelung der Werbung in den Print-Medien. Die aktuelle Floprate bei Produktneueinführungen liegt bei 85 Prozent. Der Freizeitforscher Prof. Opaschowski spricht bereits von der Erlebnisinflation des Instantcon-

sumers. Doch der neue Forschungsbereich Neuromarketing gibt uns Erkenntnisse und Möglichkeiten an die Hand, die selektive Wahrnehmung des Menschen zu verstehen und zu nutzen.

Laut aktuellen Studien reagiert das menschliche Gehirn nur auf wenige Impulse, wie etwa Sicherheit, Macht und Reiz. BRANDING CODES® ist ein von CANTUS MEDIA entwickeltes System, das hilft Kommunikation effizient zu gestalten.

# CANTUS ACADEMY

## DAS KOSTENLOSE WORKSHOPANGEBOT DER CANTUS MEDIA

Die CANTUS ACADEMY ist das Workshopangebot der CANTUS MEDIA Werbeagentur. Auch 2007 wird es wieder ein großes Angebot an verschiedenen Workshops geben. Im Rahmen unserer Seminarreihe erhalten die Teilnehmer einen Einblick in die verschiedensten Bereiche aus Marketing, Werbung und Kommunikation. In unseren Fotoworkshops für Peoplefotografie oder Stilfeotografie entwickeln die Teilnehmer innerhalb

weniger Stunden einen sicheren Blick für gute Fotografie. In unseren P.R.- und Medienworkshops bekommen Sie einen einzigartigen Blick hinter die Kulissen der Presselandschaft und in unseren Radio- und Internetworkshops zeigen wir Ihnen, was mit neuester Technik alles möglich ist. Alles über den Aufbau und die Führung von Marken auf Basis neuester psychologischer und neurologischer Erkenntnisse erfahren Sie in unserem neuen

Workshop BRANDING CODES®. Die Teilnahme für unsere Kunden ist kostenlos. [www.cantus-media.com](http://www.cantus-media.com)



Die CANTUS ACADEMY Workshops

NEWS | NEWS | NEWS | NEWS | NEWS | NEWS | NEWS | NEWS | NEWS | NEWS

### RECHT

#### Social Sponsoring

Die Krombacher Spenden-Offensive brachte rund 3,3 Mio. Euro für die gute Sache und ein eindeutiges Urteil zum Thema Social Sponsoring.

Wer sich sozial engagiert, darf damit werben und sogar den Produktabsatz an das soziale Engagement knüpfen. Das entschied der Bundesgerichtshof (BGH) jetzt zur Werbung der „Krombacher“-Brauerei. Diese hatte das Sponsoring an den Verkauf von Bierkästen geknüpft. Über das Urteil erfreut zeigten sich die Werbewirtschaft sowie das Deutsche Kinderhilfswerk, die Deutsche Knochenmarkspenderdatei und die Regenwald-Stiftung des WWF denen die Spenden zugute kamen.

### WIRTSCHAFT

#### IHK Förderung für Existenzgründer

Das bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und die bayerische Industrie- und Handelskammer bieten in Zusammenarbeit mit der europäischen Union ein besonderes Beratungsprogramm für Existenzgründer an. Die Existenzgründer müssen ihren Sitz im Freistaat Bayern haben und sollten nicht länger als drei Jahre selbständig sein. Die Förderung beträgt bis zu 60 Prozent des Beratungshonorars des Coachings, jedoch maximal 460 Euro pro Tag. Innerhalb von drei Jahren können bis zu 20 Beratungstage beantragt werden. Das Programm gilt auch für die Übernahme von Betrieben. Infos zum Coachingprogramm gibt es bei der IHK.

### MARKETING

#### Nielsen Media Research: Direct Mail 2005

Der Werbeumsatz für Direct Mail stieg 2005 um 13,7 Prozent auf 2,96 Milliarden Euro Bruttowerbeaufwendungen. Mit einem Anteil von 13,1 Prozent am gesamten Werbemarkt war Direct Mail damit das viertstärkste Medium hinter Fernsehen, Zeitungen und Publikumszeitschriften. Knapp zwei Drittel der gesamten Direct Mail Werbeaufwendungen entfielen auf den adressierten Versand, ein Drittel auf den unadressierten und 2,1 Prozent auf den teildressierten Versand. Das sind Ergebnisse der Studie „Direct Mail Gesamtmarkt 2005“ von Nielsen Media Research.  
Quelle: w&v

# JÜRGEN HÖLLER VERANSTALTUNG

MOTIVATION IN MÜNCHEN



Motivationstrainer Jürgen Höller

Deutschlands führender Motivations-trainer Jürgen Höller trat vergangenen Monat in München auf.

Die Kunden der CANTUS MEDIA hatten die Möglichkeit ihn persönlich zu erleben und sich von seiner positiven Begeisterung anstecken zu lassen.

Höller sprach über grundsätzliche Lebensgesetze und positives Denken. Sehr persönlich berichtete er von seinem kompetentem Aufstieg sowie von seinem dramatischen Niedergang bis hin zur Inhaftierung.

Jürgen Höller wurde von der Zeitschrift GQ zu einem der 25 besten Redner unserer Zeit gewählt und Millionen von Menschen haben sich schon von der Begeisterung des erfolgreichen Managementtrainers anstecken lassen. Nach seinen Kernthesen „Folge immer Deinem Herzen“ oder „Don't dream it – do it!“, demonstriert er, wie man sich selbst und andere motivieren kann. Die Veranstaltung fand in Kooperation mit den Wirtschaftsunioren in der IHK-Akademie statt.

[www.juergenhoeller.com](http://www.juergenhoeller.com)

## PRESSE LIVE

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN DES PRESSEHAUSES

Einen exklusiven Blick hinter die Kulissen des Pressehauses München erhielten die Besucher des diesjährigen Medienworkshops der CANTUS ACADEMY.

Auf dem Programm stand ein Besuch bei Radio Arabella, Charivari Radio 95,5 sowie der TZ. Hier erfuhren die Teilnehmer aus erster Hand wie Nachrichten gemacht werden und wie der Tag eines Journalisten aussieht.

Viele standen zum ersten Mal in einer Zeitungsredaktion oder am Mischpult eines Radiosenders. Es gab auch reichlich Zeit zum Erfahrungsaustausch und viele Tipps und Tricks wie man mit einem guten Timing und den richtigen Informationen effiziente Pressearbeit leisten kann. „Journalismus zum Anfassen“, so beschrieb

Martina Großwald, Marketingleiterin des Kempinski Airport Hotels, den Workshop.



Markus & Co. die Morgengrew von Charivari 95,5

## Gallery.



**atlas Verlag und Werbung**

Verkaufsbroschüre

Nordic Fitness Magazin



**Framos**

Catalogue 2006/2007



**SoftM AG**

Mailing Schweiz

# NORR

Das Outdoor-Magazin für Skandinavien



www.cantus-media.com

**atlas**  
Verlag und Werbung

Anzeigenkontakt: Silvia Schreck  
Tel.: 089 / 55 241 - 252 • [silvia.schreck@atlas-verlag.de](mailto:silvia.schreck@atlas-verlag.de)