

## Glaubwürdig und werbewirksam ...

... was kommt besser: Kauf- oder Gratismedien?

Der Marketingclub begrüßte am 28. September vor einem vollen Haus im Palais Mollard eine kontroversielle Diskutantenrunde zu einem mindestens so leidenschaftlich diskutierten Thema: Glaubwürdigkeit und Werbewirksamkeit von Kaufmedien versus Gratismedien. Die große Konfrontation blieb zwar aus – gestellt wurde zum einen die Frage nach dem Geschäftsmodell (Michael Grabner), dagegen wurde argumentiert, dass Glaubwürdigkeit und Werbewirkung nichts mit der Bezugsart zu tun haben (Gerhard Turcsanyi). Bericht siehe bitte auf [www.horizont.at](http://www.horizont.at). *hs*



**Kauf versus Gratis: Jörg Horstmann, Christian Pöttler, Michael Grabner, Judith Löffler, Markus Hartl, Georg Wiedenhofer, Gerhard Turcsanyi.**

© Jeuter