

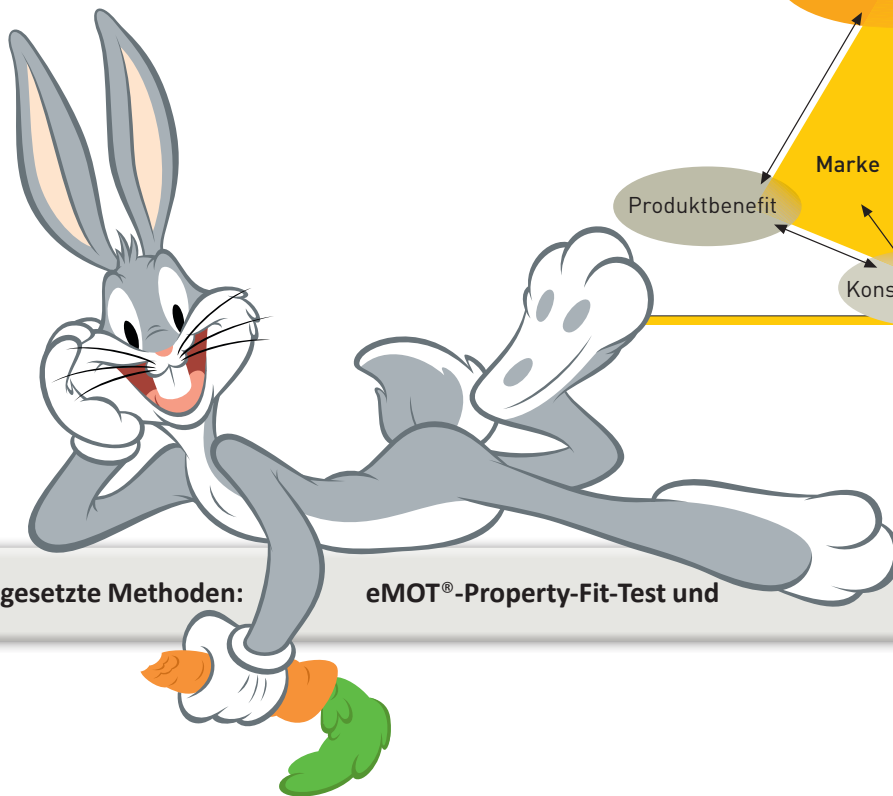
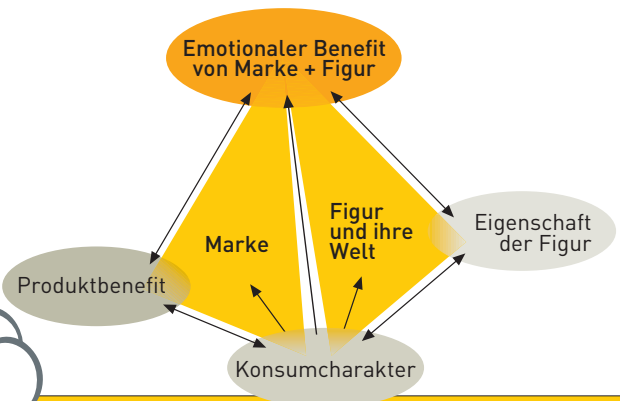


Warner Brothers: Wie man Cartoon Properties erfolgssteigernd einsetzt

Warner Brothers zeigt, wie man Entertainment Properties erfolgssteigernd in unterschiedlichen Kategorien nutzen kann. K&A hat speziell für die Auswahl der bestgeeigneten Cartoonfiguren oder auch von Testimonials einen innovativen Marktforschungsansatz entwickelt: Win-win-Situation

für Tom & Jerry, die Looney Tunes & Co. sowie die koalierenden (passenden) Markenartikler.

Mechanik eines idealen Property-Fit



Eingesetzte Methoden:

eMOT®-Property-Fit-Test und

K&A KinderPsychodrama

K. Hundhausen (Warner Bros.), 10. K&A MarkenErfolgsKongress
 K. Hundhausen; U. Lebok: Marken Cartoons: Bugs Bunny macht müde Marken munter, marketingjournal, 4 /2005, S. 24 ff.
 F. Klaus; U. Lebok: Wie die Kuh zum Osterhasen wurde. In: W&V Media 3/2008, S. 31