zukunftsInstitut

WORKSHOP

PR

www.zukunftsinstitut-workshop.de

Die deutsche Medienlandschaft benutzt als

OTOTYPE

„to think" & „to test"

Schnappen Sie sich einen Stapel alte Zeitungen und Zeitschriften, eine Schere und Kleber, und basteln Sie zu Ihrer Idee verschiedene Titelseiten-Collagen.

Wie würden Sie Ihre Idee in einem Tweet beschreiben?

- Wie würde die Bildzeitung über Ihr Produkt berichten?
- Wie titelt der SPIEGEL?
- Wie schafft es Ihre Idee auf das Cover der GEO Wissen?
- Mit welchem Aspekt landet Ihr Produkt in der Vogue?
- Warum könnte sich National Geographic für Ihre Idee interessieren?
- Wie landet Ihr Produkt in der Apotheken-Umschau?
- Was findet die GALA an Ihrer Idee interessant?