

# Werbung für LAU?

Besonders kleine und mittelständische Unternehmen hadern oft mit ihrem Werbebudget. Ein Wiesbadener Unternehmen hat nun eine geniale Geschäftsidee etabliert und tauscht Werbekontingente gegen Wareneinsatz. Das Ganze nennt sich Media Bartering.

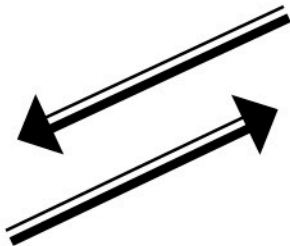
Das amerikanische Modell des Bartergeschäfts wird von der XLS Media Group für Firmen in Deutschland interessant gemacht. Klassische Werbekampagnen und Medialeistungen in TV und Radio sowie Print- und Onlinewerbung können so ganz einfach mit Produkten oder Dienstleistungen finanziert werden. In den letzten 15 Jahren wuchs das Geschäft kontinuierlich. Bis heute setzte die XLS Media Group rund 550 Millionen Euro um, handelte etwa 15.000 Automobile und kaufte 44.000 Radiospots sowie 55.000 TV-Spots ein. Durch die Zusammenarbeit mit beinahe allen namhaften Mediaagenturen können unterschiedlichste Marktsegmente (u.a. Konsumgüter, Elektronik, Automobile) von Media Bartering profitieren. \_stj

→ [www.xls-group.com](http://www.xls-group.com)

## WAS IST BARTERING?

*Barter-Geschäfte sind Gegengeschäfte und haben ihren Ursprung im Tauschhandel, der ältesten Handelsform der Wirtschaft. Prominentes Beispiel: 1628 erwarb Peter Minuit im Tausch gegen Perlen eine Insel, die heute als Manhattan bekannt ist.*

*Media-Bartering entstand im Zweiten Weltkrieg in den USA, als Unternehmen noch selten über ausreichend Geld verfügten, um damit in Werbung zu investieren, und die jungen TV-Sender bereit waren, Ware als Zahlungsmittel zu akzeptieren.*



Klaus Westrick,  
Gründer und Geschäftsführer  
XLS Media Group