

Neues & Interessantes aus der Werbebranche

Werbeartikel wirken !

Eine Studie belegt: Unternehmen beurteilen Werbeartikel als nachhaltig.

Seit Jahren liegt der Umsatz von Werbeartikeln auf hohem Niveau. Rund 3,5 Mrd. Euro gaben deutsche Unternehmen 2013 für sie aus. Nur beim Fernsehen läuft es mit über vier Mrd. Euro noch besser. Doch worin liegen die Stärken der Werbemittel gegenüber TV-, Print- oder Radiowerbung?

Was also funktioniert an Werbeartikeln so gut? Lohnt es sich für Unternehmen, auf die Produkte zu setzen?

Die Antwort ist laut dem aktuellen Werbeartikel-Monitor ganz eindeutig: Ja!

Geiz ist nicht immer geil

Ob Klein- oder Großunternehmen - viele Firmen investieren in Werbeartikel. Je größer das Unternehmen, desto häufiger werden Kugelschreiber und Co. eingesetzt. Dass immer wieder viel Geld für den Bereich ausgegeben wird, hat gute Gründe.

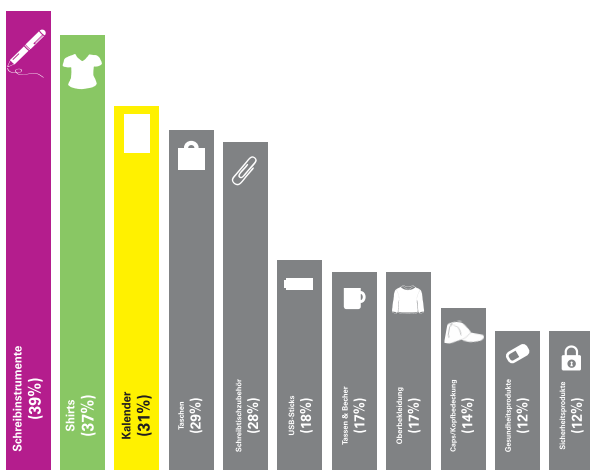
80 Prozent der Unternehmen investieren in Werbeartikel, da ein nachhaltiger Werbeeffekt erreicht werden kann.

Doch das kann nur gelingen, wenn die Produkte innovativ und praktisch sind und der Kunde sie immer wieder benutzt. Je höher ihr Alltagsnutzen, desto mehr Aufmerksamkeit schenken ihnen die Verbraucher und desto häufiger werden die Produkte eingesetzt.

Qualität vs. Nutzen - beides muss stimmen

Wer jedoch glaubt, mit besonders billigen Stofftaschen den größten Langzeiteffekt zu erzielen, liegt falsch. Denn wenn die Tasche schon nach kurzer Zeit kaputt geht, fällt dies nicht auf den eigentlichen Hersteller, sondern auf das werbende Unternehmen zurück. Die Qualität von Werbeartikeln spielt in Kombination mit dem praktischen Nutzen eine große Rolle und nur wenn sie stimmt, wird auch eine optimale Wirkung erzielt. Tipps zum richtigen Einsatz finden Sie beim Verfasser oder in den nächsten News.

Beliebtheit der Werbeartikel in Deutschland



Quellen: GWW - Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft e.V., BWG Bundesverband der Werbeartikel-Berater und -Großhändler ZWA Zentralverband der dt. Werbeartikelwirtschaft e.V., ASI Acvertisind Speciality Institut

Fakten zu Werbeartikeln

(aus der DIMA-Marktforschungsstudie im Auftrag der GWW)

- 94% der Befragten besitzen einen Werbeartikel
- 75% der Werbeartikel sind schon über ein halbes Jahr im Besitz
- 63% der Werbeartikel werden im privaten Umfeld übergeben
- 86% nutzten ihren Werbeartikel (durchschnittlich 1 x am Tag)
- Werbeartikel erreichen mehr Personen als Radio und Fernsehen
- Likeability, Qualität, Originalität und Werbeaufdruck vervierfachen die Werbeerinnerung
- Unternehmen die Werbeartikel verteilen, werden als besonders sympathisch und weiterempfehlenswert empfunden.

Wußten Sie eigentlich? Ein Kugelschreiber hat in der Zeit seiner Benutzung durchschnittlich 8 Besitzer!

Nachweisbar wird ein Werbeschreibgerät aus deutscher oder europäischer Produktion wesentlich länger und öfter verwendet, als z. B. ein billiges Asien-Produkt. Damit steigt der Impact (Einfluss) und die „Lebensdauer“ Ihrer Werbebotschaft.



Neuester Botschafter von PRODIR. Der DS 6

Oder der interessante PeakPen



Kugelschreiber haben einen großen Nutz- und Erinnerungswert. Das macht sie zu einem äußerst wirksamen Werbemittel. Frank Dangmann Lamy, Heidelberg



Ansprechende Farbpalette des neuen TRINITY GUM von UMA.

Werbeartikel lassen die Werbebotschaft positiv und nachhaltig auf den Empfänger wirken. Je nützlicher ein Werbeartikel ist, desto wirkungsvoller und nachhaltiger.



Präsent- & Werbe-Service
Franz Dennhardt
www.pws-dennhardt.de
SPEYER • Schwerdstr. 28
Fon: 06232-9190655



Wir machen Werbeartikel erlebbar!