
Studie: Werbeartikel rocken

Veröffentlicht am: 30.04.2015, 13:07

Pressemitteilung von: **allbranded GmbH // Marco Kraemer**

Schlüsselbänder, Sonnenbrillen, Powerbanks oder USB-Sticks: Immer mehr Unternehmen verschenken Werbeartikel an ihre Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner. Dass der Einsatz von Werbe-Präsenten eine große Wirkung hinterlässt, belegt eine Studie. Die Ergebnisse sind erstaunlich: Denn kaum ein anderes Medium bietet eine ähnlich hohe Reichweite, wie Werbegeschenke.

Im Gegensatz zu klassischen und digitalen Werbeformaten, die meistens in ein redaktionelles Umfeld eingebettet sind und daher vom Konsumenten als störend empfunden werden, erfreuen sich Werbeartikel einer großen Beliebtheit. Bei praktischen Alltagshelfern, leckeren Snacks oder witzigen Gadgets greift ein Großteil der Bevölkerung sehr gerne zu. Tatsächlich besitzen 95% der Deutschen Werbeartikel, das entspricht rund 76 Mio. Menschen. 76% der Deutschen sagen sogar, dass sie diese sehr gerne entgegennehmen und auch nutzen.

Werbeartikel wirken

Dass Werbeartikel wirken, wissen auch Werbeprofis in Agenturen oder Marketingentscheider in Unternehmen und investieren - teilweise beträchtliche - Budgets. Mit rund 3,48 Mrd. Euro (2013: 3,44 Mrd. Euro) erreichte der Umsatz der deutschen Werbeartikelbranche 2014 laut Werbeartikel-Monitor des GWW (Gesamtverband der Werbeartikelindustrie) eine neue Bestmarke.

Damit setzen Firmen z.B. in der Verkaufsförderung und bei der Bindung von Kunden deutlich stärker auf Werbeartikel als auf Online-Werbung, Hörfunk oder Print. Besonders kleine Betriebe mit weniger als 10 Mitarbeitern investieren einen höheren Betrag Ihres Werbeetats in Werbegeschenke und rechnen auch weiterhin mit steigenden Ausgaben für Werbeartikel. Doch erzielen diese Ausgaben auch ihre gewünschte Wirkung? Der Gesamtverband der Werbeartikelindustrie bejaht die Frage in einer Studie zur Werbewirkung von Werbeartikeln. Bei einer Online Befragung von rund 2.000 Konsumenten wurde herausgefunden, dass nicht nur die Reichweite groß ist, sondern auch die mit 30 angegebene durchschnittliche Anzahl der im Besitz befindlichen Werbeartikel.

Werbeartikel - die wichtigsten Eigenschaften

Um sein Unternehmen gekonnt in Szene zu setzen, müssen bei der Erstellung von Werbeartikeln verschiedene Punkte berücksichtigt werden. So legen die Beschenkten bei den Werbemitteln besonders großen Wert auf eine praktische Nutzbarkeit, eine einfache Handhabung und eine hervorragende Qualität. Weiter hinten rangieren Kriterien wie ein ausgefallenes Design, eine originelle Erscheinung und ein Markenartikel.

Langlebigkeit von Werbeartikeln

75% der Werbeartikel sind bereits über ein halbes Jahr im Besitz der Beschenkten, 37% der Produkte transportieren auch nach 2 Jahren die Werbebotschaft und das Firmen-Logo beim Empfänger. Hochwertig verarbeitete Werbeartikel, die verlässlich und oft genutzt werden, können somit nachhaltig Vertrauen schaffen und ihre Wirkung langfristig entfalten. Das werbende Unternehmen profitiert in diesem Fall von einer hohen Weiterempfehlungsrate, guten Sympathiewerten und einer positiven Kundenbeziehung.

Werbeerinnerung höher als bei TV-Spots

Laut den Ergebnissen der Studie können sich 58% der Werbeartikel Empfänger an den Marken- und Unternehmensnamen erinnern. Eine deutlich niedrigere Werbeerinnerung verzeichnen demgegenüber TV Spots mit 28% und Radio-Werbung mit 32%.

Dabei wird die Werbeerinnerung durch das Zusammenspiel der Einflussfaktoren hochwertiger Qualität, Originalität, auffälligem Werbedruck und der persönlichen Relevanz um mehr als das doppelte verstärkt.

Marco Kraemer, CMO von allbranded, erläutert: "Die Werbewirkungsstudie der GWW belegt eindeutig, dass hochwertige Werbeartikel, wie sie z.B. auf www.allbranded.de zu finden sind, ein positives Licht auf das werbende Unternehmen werfen. Als aufmerksamkeitsstarke Visitenkarten tragen sie zur Brand Awareness, Imagepflege und zur Vermarktung von Produkten und Services bei und sollten daher in einem professionellen Marketing-Mix auf keinen Fall fehlen."

Pressekontakt

Herr Marco Kraemer
CMO

allbranded GmbH
Müggenkampstrasse 79
20257 Hamburg, Deutschland

Telefon: 040605337355
E-Mail: marco@allbranded.de
Website: www.allbranded.de

Firmenportrait

allbranded ist der Spezialist für individualisierbare Werbeartikel. Die Geschäftsidee von allbranded ist es, den Werbeartikelmarkt mit kreativen Ideen aufzufrischen. Im allbranded Online Shop unter www.allbranded.de können Firmenkunden auf rund 50.000 Artikel zugreifen. Neben einer großen Auswahl beliebter Streuartikel wie Kugelschreiber, Schlüsselbänder, Feuerzeuge, Becher, Taschen, T-Shirts und Sonnenbrillen führen wir auch zahlreiche kreative Werbegeschenke jenseits der Norm wie Popcorn-Maschinen, Design Sitzsäcke oder aber Tischkicker. Aufgrund einer optimierten digitalen Auftragsentwicklung und dem Versand direkt vom Händler ist allbranded in vielen Fällen günstiger und schneller als der Wettbewerb. Innerhalb eines Jahres konnte bereits ein Kundenstamm von 1000 zufriedenen Unternehmen aufgebaut werden, darunter so renommierte Marken wie, Reebok, IKEA, Google, Telekom, Mercedes Benz, Citroën, Nokia, Opodo.

Weitere Informationen finden Sie auch unter: www.allbranded.de

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>