

Werbeartikel: Das unterschätzte Marketinginstrument

28. November 2014

Kugelschreiber, Kalender & Co - sind diese Werbemittel noch zeitgemäß?

Das digitale Zeitalter hat uns eingeholt: Technik und fast alle Lebensbereiche befinden sich im Wandel. Auch unser Marketing-Denken hat sich unweigerlich verändert. Social Media-, E-Mail- und Online-Marketing finden Einzug in die riesigen Werbekampagnen und unterstützen die typischen Massenmedien in ihrer Wirkung bei der angesprochenen Zielgruppe. Alt bewährte Marketinginstrumente bleiben dabei auf der Strecke – zu Recht?

Eines dieser Instrumente sind Werbeartikel. Häufig werden diese im Medienvergleich als veraltet, gerade zu mittelalterlich abgetan. Belächelt wird die angebliche Werbewirkung, aber halten Sie sich mit Ihrem vorschnellen Urteil zurück. Denn unzählige Studien unabhängiger Institutionen und Gesellschaften sagen Gegenteiliges:

Werbeartikel wirken.

So tickt Deutschland



95%
(76 Mio.) der Deutschen besitzen Werbeartikel.

93%
der Empfänger nutzen die Werbeartikel.

76%
der Deutschen freuen sich immer über Werbeartikel.

73%
sind der Meinung, viel zu selten Werbeartikel zu bekommen.

Warum werden Werbemittel behalten?

Nutzbarkeit

Attraktivität

nur 21%
fühlen sich von Werbeartikeln gestört
– geringster Wert im Medienvergleich



41%
der Deutschen verwenden Werbeartikel zuhause.

37%
der Befragten gaben an, dass Werbeartikel bei der Entscheidung für das Unternehmen eine Rolle gespielt haben.

Brand Impressions



56%
verschenken Werbeartikel, wenn sie diese nicht behalten wollen.

Beliebtheit der Werbeartikel in Deutschland

