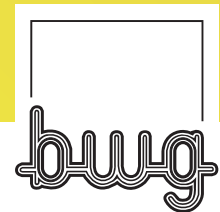


# WISSEN, WAS WIRKT: WERBEARTIKEL ALS MODERNE MARKENBOTSCHAFTER



Bundesverband der  
Werbemittel-Berater  
und -Großhändler e.V.

Die in der vorliegenden Broschüre verwendeten Daten entstammen der Studie „Werbewirkung von Werbeartikeln“, die im Auftrag des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft 2012 von der Dima Marktforschung GmbH durchgeführt wurde. Im Zeitraum von Juni bis August wurden 2.002 Online-Interviews geführt und ausgewertet. Die Studienergebnisse im Volltext finden Sie auf [www.bwg-verband.de](http://www.bwg-verband.de)

# WERBEARTIKEL WIRKEN.

Liebe Marketing-Profis,

die Welt der Werbung ist vielfältiger geworden, und der moderne Marketingmix bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten. Und doch gibt es ein Marketing-Instrument, das sich von anderen Werbemaßnahmen abhebt:

Der Werbeartikel mit seinem konkreten Nutzen bietet Ihnen eine langfristige Werbewirkung über die reine Werbebotschaft hinaus. Durch seinen regelmäßigen Gebrauch genießt er bei Kunden eine hohe Akzeptanz, weil er in Erinnerung bleibt.

Werbeartikel wirken. Dies belegen die gewonnenen Daten und Fakten aus unserer in 2012 abgeschlossenen Studie ganz eindeutig.

Informieren Sie sich kompakt auf den folgenden Seiten, was Werbeartikel zu modernen Markenbotschaftern macht. Profitieren Sie bei deren Einsatz von der Kreativität und beratenden Kompetenz der im bwg zusammengeschlossenen Werbeartikel-Händler.

Ihr bwg-Vorstand



Bundesverband der  
Werbemittel-Berater  
und -Großhändler e.V.

# LÜFTCHEN?



# ODER STURM!

## LANG ANHALTENDES HOCHDRUCKGEBIET FÜR IHRE WERBEBOTSCHAFT

Im Duell der Auflagen-Könige, Reichweiten-Weltmeister und Zielgruppen-Spezialisten siegen Werbeartikel bei jeder Wetterlage: durch ihr Preis-Leistungsverhältnis. Und vor allem durch ihre starke Wirkung.

## WIRKUNGLÄNGE UND BETRACHTUNGSDAUER VERSCHIEDENER MEDIEN IM VERGLEICH



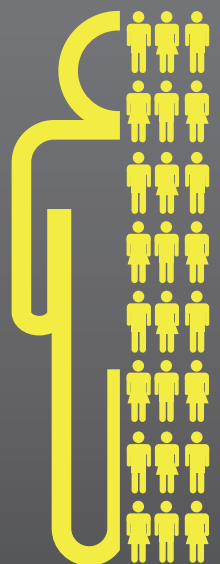
**DIREKT-MAILING PRINT\*\*\*\***  
einmal, 30-40 Sekunden

**ONLINE-AD\*\*\***  
einen Tag, 3-15 Sekunden

**MAGAZIN BUNDESWEIT\*\***  
eine Woche, 10-15 Sek.

**REGIONALZEITUNG\***  
einmal 10-15 Sekunden

**KLASSISCHER WERBEARTIKEL\*\*\*\*\***  
täglich, über 1 Jahr lang



1.000 Menschen

**DIREKT-MAILING PRINT\*\*\*\***

650 EUR TKP

**ONLINE-AD\*\*\***

105 EUR TKP

**MAGAZIN BUNDESWEIT\*\***

45 EUR TKP

**REGIONALZEITUNG\***

40 EUR TKP

**KLASSISCHER WERBEARTIKEL\*\*\*\*\*** 5,75 EUR TKP

**WIE VIEL MUSS ICH  
BEZAHLEN, UM  
1.000 MENSCHEN ZU  
ERREICHEN?**

- \* ca. 100.000 Auflage, Aachener Zeitung
- \*\* 1,35 Millionen Auflage, DER SPIEGEL
- \*\*\* 300.000 Ad-Impressions, wetter.de, Home
- \*\*\*\* 2.000 Empfänger, Agentur-Full-Service inkl. Versand
- \*\*\*\*\* 2.000 Qualitätskugelschreiber, Full-Service, täglicher Kontakt über 1 Jahr
- TKP Tausender-Kontakt-Preis

## EIN ARTIKEL – HUNDERTE KONTAKTE

Als Marketingexperte kennen Sie eine Vielzahl an Möglichkeiten, die Kunden Ihres Unternehmens anzusprechen. Werbeartikel sind eine außergewöhnlich effektive Form der Werbung. Sie erzielen im Vergleich mit allen anderen Möglichkeiten der Markenkommunikation den größten Langzeiteffekt, denn sie werden von Ihren Besitzern durchschnittlich einmal am Tag benutzt. Aus einer kleinen Aufmerksamkeit entstehen somit hunderte Kontakte.

Werbeartikel können echte Problemlöser und Helfer im Alltag sein. Die nützlichen Eigenschaften eines Werbeartikels versprechen nicht nur eine hohe Kontakt-Frequenz, sondern insbesondere auch eine außergewöhnliche Kontakt-Qualität. Um die optimale Werbewirkung zu erreichen, muss bei der Auswahl der Werbeartikel passgenau die Zielgruppe adressiert werden. Bei rund 1,5 Millionen verschiedener Werbeartikel – in unzähligen Qualitäts- und Ausführungsvarianten – ist dies eine Aufgabe, für die Expertenrat nötig ist: von Ihren Beratern in den Mitgliedsunternehmen des bwg.

**VERGESSEN?**

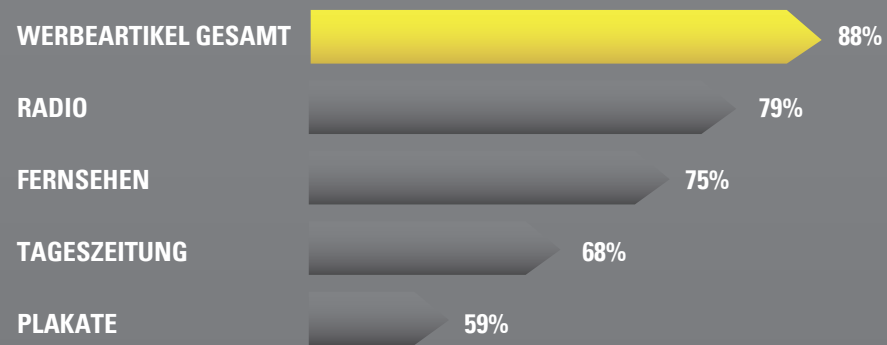


**ODER VERLIEBEN!**

**EIN LIEBESBRIEF AN  
94% ALLER DEUTSCHEN**

**Echte Liebe beginnt mit tiefer Sympathie. Und nützliche  
Werbeartikel sind einfach sympathisch. Schenken Sie Ihren  
Kunden Gründe, sich immer wieder neu zu verlieben.**

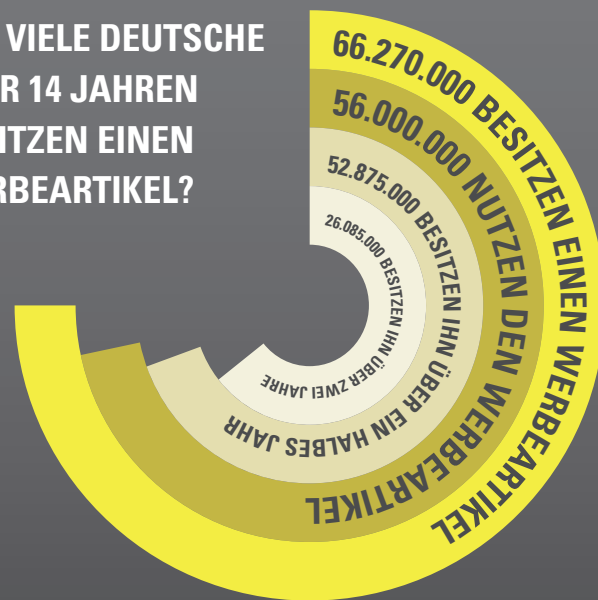
## REICHWEITE VERSCHIEDENER MEDIEN AN EINEM DURCHSCHNITTSTAG



# 75%

DER WERBEARTIKEL BLEIBEN  
ÜBER EIN HALBES JAHR IM  
BESITZ DES EMPFÄNGERS

## WIE VIELE DEUTSCHE ÜBER 14 JAHREN BESITZEN EINEN WERBEARTIKEL?



# 94%

ALLER BUNDESBÜRGER  
BESITZEN EINEN WERBEARTIKEL



## EINE LIEBE, DIE LANGE HÄLT: DIE DEUTSCHEN UND IHRE WERBEARTIKEL

Fernsehwerbung? Kostenintensiv. Hörfunk? Große Streuverluste. Zeitungswerbung? Mobilisiert für den Moment und bedarf häufiger Wiederholungen. Online-Marketing? Ist im dauernden Aufmerksamkeitswettbewerb mit anderen Ad-Formen. Besonders im Bereich der B2B-Kommunikation werden die verschiedensten Werbemethoden eingesetzt, aber keine ist so effektiv und vor allem so dauerhaft, wie der Einsatz von Werbeartikeln.

75% aller Werbeartikel sind bereits länger als ein halbes Jahr im Besitz ihrer Nutzer – über ein Drittel sogar schon länger als zwei Jahre. Wenn Sie nun einwenden, dass Besitzen nicht gleich Benutzen ist, so geben wir Ihnen recht. Doch auf die entscheidende Frage, ob die Deutschen ihre Werbeartikel auch regelmäßig einsetzen, antworteten 86% mit „Ja“. Danach hatten wir keine Fragen mehr. Und Sie?

**LAU?**



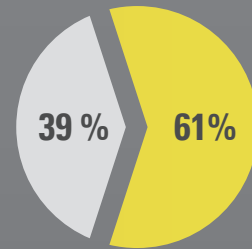
**ODER WOW!**

**ÜBERRASCHUNG!**

**ES IST NICHT DER KNALLEFFEKT,  
DER NACHHALTIG WIRKT.**

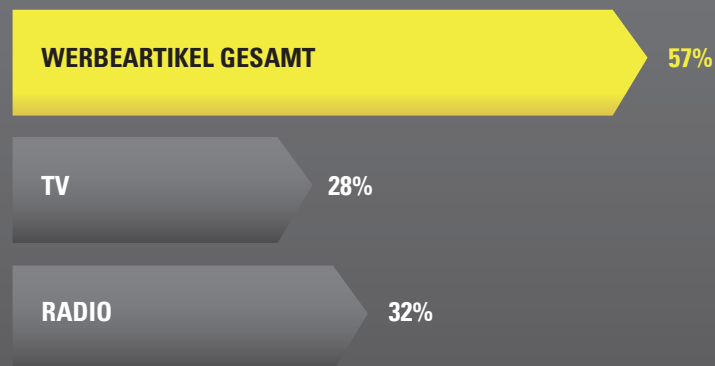
**Praktisch gut ist auch theoretisch besser. Denn Nutzung und  
Kundenbindung von Werbeartikeln gehen Hand in Hand.**

DIE MEHRHEIT DER WERBEARTIKEL-NUTZER  
SIND AUCH KUNDEN DES WERBENDEN UNTERNEHMENS



WERBEARTIKEL ERZIELEN EINE  
ZWEIFACH HÖHERE ERINNERUNGSQUOTE  
ALS TV-WERBUNG

Ja, ich erinnere mich an den (Marken-)Namen  
des werbenden Unternehmens



86 %

NUTZEN WERBEARTIKEL

## NUTZEN UND QUALITÄT SIND DER WAHRE „WOW!“-EFFEKT.

Wir haben Ihre Kunden befragt, welche Eigenschaften einen Werbeartikel besonders sympathisch machen. Einige der meistgenannten Attribute waren „praktisch“, „nützlich“, „handlich“, „ansprechend“, „solide“ und „hochwertig“. Die Geheimnisse eines erfolgreichen Werbeartikels sind demnach gar nicht so geheimnisvoll: Es sind Nützlichkeit und Qualität. Sind die richtigen Artikel im Einsatz, werden sie zu den besten Botschaftern für Kundenbindung. Mehr als 60% der Werbeartikelnutzer sind auch dauerhafte Kunden des werbenden Unternehmens.

Gut ausgewählte Werbeartikel erinnern den Kunden permanent an seine gute Beziehung zu Ihrem Unternehmen oder Ihrer Marke. Der Effekt, der sich über den richtigen Werbeartikeleinsatz bei den Kunden erzielen lässt, ist messbar: Auf die Frage, ob man sich an den Marken- oder Unternehmensnamen auf einem eingesetzten Werbeartikel erinnert, antworteten nahezu 60% der Befragten mit „Ja“. An die Werbenden von TV- und Radiospots erinnerten sich nur ein Drittel.



**STUMPF?**



**ODER SCHARF!**

**EINPRÄGSAME MARKEN ZEIGEN EIN  
SCHARFES PROFIL. AUCH BEI IHREN  
WERBEARTIKELN.**

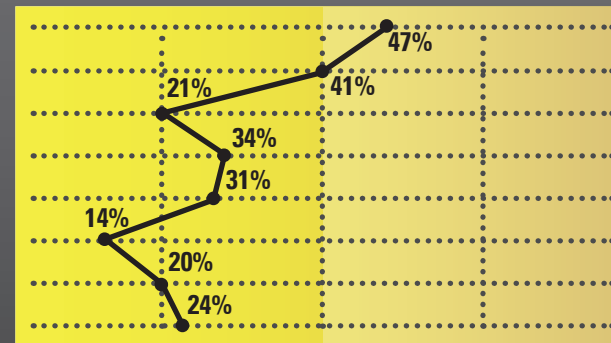
Erfolgreiche Unternehmen suchen kontinuierlich  
nach Unterscheidungsmerkmalen – insbesondere in  
ihrer Markenkommunikation.

DER KONKRETE NUTZEN HAT FÜR  
WERBEARTIKEL DIE HÖCHSTE RELEVANZ.



AUF WELCHE WERBEARTIKEL, DIE SIE NUTZEN,  
TREFFEN DIE FOLGENDEN AUSSAGEN ZU?

- ... NUTZE ICH SEHR GERNE
- ... HAT EINE HERVORRAGENDE QUALITÄT
- ... HAT EIN AUSGEFALLENES DESIGN
- ... HAT EINEN AUFFÄLLIGEN WERBEAUFDRUCK
- ... IST „MADE IN GERMANY“
- ... HAT EINE AUSSERGEWÖHNLICHE FORM
- ... IST ORIGINELL
- ... IST VON EINER BEKANNTEN MARKE



## DIE INNEREN WERTE MÜSSEN STIMMEN. ABER DAS AUGES ISST MIT.

Sich von der Konkurrenz abzuheben ist nicht immer einfach. Und reine Ausgefallenheit ist noch kein Kriterium für einen effektiven Werbeartikel. Verbraucher bewerten besonders Nutzen und Funktionalität als positiv. Kommt dann noch eine einfache Handhabung und eine hochwertige Herstellungsqualität hinzu, erreicht der Werbeartikel die höchsten Beliebtheitswerte bei

seinen Empfängern. Die zu Ihrer Zielgruppe passende Auswahl des Werbeartikels ist eine Aufgabe, bei der Sie auf Experten zurückgreifen sollten. Die im bwg zusammengeschlossenen Werbeartikel-Händler beraten nach einem gemeinsamen Qualitätskodex und haben ein Ziel für Sie im Blick: die höchste Wirksamkeit für Ihren Werbeartikel.

[www.bwg-verband.de](http://www.bwg-verband.de)  
[info@bwg-verband.de](mailto:info@bwg-verband.de)