

Werbeartikel im Kommunikations-Mix

Werbeartikel werden in Verbindung mit verschiedenen Instrumenten eingesetzt, wie die oben stehende Grafik zeigt. Gemäss einer Umfrage kommen sie am häufigsten bei direktem Kundenkontakt oder Messebesuchen zum Einsatz. Neben den Besuchs- und Messe-Streuartikeln sind vor allem Präsente an Weihnachten, Ostern usw. führend – dies, obschon viele Unternehmen die Werbeartikel durch Spenden ersetzen.



Ein ausgewogener Kommunikationsmix gehört für Unternehmen jeder Grösse zum Pflichtprogramm – die Märkte sind heute zu eng, als dass man sich auf laufenden Geschäften ausruhen könnte. Ein solcher Kommunikationsmix sieht zwar je nach Grösse des Unternehmens und je nach Konkurrenzsituation anders aus, ein Kommunikationsmedium findet sich aber nahezu überall: der Werbeartikel. Werbeartikel begleiten häufig andere Werbemittel und unterstützen deren Werbewirkung in vielerlei Hinsicht. Sie haben den grossen Vorteil, dass sie bei den Empfängern auf breite Akzeptanz stossen. Zudem können sie die Aufmerksamkeit bei Direktmailings erhöhen, wodurch sie höhere Responsequoten erreichen.

Ein zentrales Ziel der Unternehmenskommunikation ist häufig die Steigerung des Bekanntheitsgrades. Werbeartikel eignen sich perfekt, um bestehende Kunden zu binden und so künftige Geschäfte zu sichern: So trägt etwa ein Werbekalender, der 365 Tage im Büro des Empfängers hängt, zur dauerhaften Präsenz optimal bei. Jedes Kommunikationsmittel hat seine Stärken. Werbeartikel punkten durch ihre Langlebigkeit, ihre Akzeptanz und ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten.