

Werben in Zeiten der Krise

Alle Jahre wieder – kleine Präsente erhalten die Kundschaft

DINSLAKEN, 17. SEPTEMBER 2009

VON STEFAN GUTH

Die Wirkung von Werbeartikeln gewinnt gerade in Zeiten wirtschaftlicher Krisen an Bedeutung. Während Zeitungsanzeigen, Hörfunk- oder TV-Spots, nur zweidimensional sind und eher flüchtig wahrgenommen werden, bleibt ein geeigneter Werbeartikel, zum richtigen Zeitpunkt überreicht, langfristig in positiver Erinnerung. Denn auf der Basis dieses persönlichen Kontakts lassen sich bestehende Geschäfte leichter ausbauen und neue Beziehungen eher knüpfen.

Dies zeigt auch die jüngst durch den Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft (GWW) veröffentlichte Bilanz der Branche für 2008: rund 3,2 Mrd. Euro Umsatz! Selbst in der Krise, in der nach Angaben des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) der Werbemarkt seit 2008 mit einer Rezession zu kämpfen hatte, stieg der Umsatz mit Werbeartikeln gegen den Trend um 3,2 Prozent.

Besonders gefragt sind Textilien und vor allem die altbewährten Kalender. An diesem Werbeinstrument lässt sich die ungebrochen hohe Attraktivität von Werbemitteln sehr gut veranschaulichen. Denn mit diesem Instrument lässt man sprichwörtlich die Zeit für sich werben. Neben einer guten Nutzbarkeit und Übersichtlichkeit ist bei einem Werbekalender ein wesentlicher Platz für die Produkt- und Firmenpräsentation vorgesehen. Dazu ergänzend sind auch zahlreiche Personalisierungsmöglichkeiten, wie die Integration wichtiger branchen- und unternehmensrelevanter Termine direkt in das Werbemittel möglich.

Kalender sind als Werbemittel in verschiedenen Varianten erhältlich, wie zum Beispiel 3- und 4-Monatskalender, Tisch- oder Buchkalender. Und der Kalender ist ein nahezu optimales Werbemittel, Tag für Tag. Die Kombination aus Wandschmuck und hohem Informationswert ist in dieser Form einmalig und bietet zielgruppengenaue Werbung ohne Streuverluste. Ist es daher verwunderlich, dass viele Unternehmen auf Kalender als Werbemittel setzen, um Werbebotschaft an Ihre Kunden zu transportieren?

Heute ist der vergleichsweise geringe Einstandspreis ein wichtiger Vorteil. So lassen sich zum Beispiel über den Werbemittelspezialisten PROSOURCES – unter www.werbearti-

kel2.de – zu Stückpreisen von unter einem Euro unterschiedliche Monats-Wandkalender zeitnah online bestellen. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen lässt sich so ein erfolgreicher Start in das neue (Werbe-)Jahr begehen, auch oder insbesondere in Zeiten von Wirtschaftskrise und knapper Werbeetats.

Der Unternehmer und Publizist Karl-Heinz Söhler (1923 – 2005) hat einmal geschrieben:

*„Wenns alte Jahr erfolgreich war,
Mensch freue dich aufs neue,
und war es schlecht,
ja, dann erst recht!“*

Ob Geschenk, Merchandisingartikel, Give Away, klassisches Werbemittel, Zugabeartikel, Deko- oder POS-Artikel - der Werbemittelspezialist PROSOURCES aus Meerbusch entwickelt, beschafft und fertigt individuell gestaltete Werbeartikel für seine Kunden. Unter **www.werbeartikel2.de** bietet das Unternehmen ein Produktsortiment mit über 25.000 Artikeln online zum Kauf an.

Kontakt:

prosources

Oststraße 39

40667 Meerbusch

Fon +49 (0) 21 32 96 94 70.0

Fax +49 (0) 21 32 96 94 70.1

www.werbeartikel2.de

info@prosources.de

Autor:

Stefan Guth

conversionmedia GmbH & Co. KG

Hünxer Straße 389

46537 Dinslaken

Fon +49 (0) 20 64 62 599.122

Fax +49 (0) 20 64 62 599.444

www.conversionmedia.de

presse@conversionmedia.de