

WerbeTrend

Die Trend-Themen im Marketingbusiness

Ein Informationsservice von AdCoach | www.adcoach.de

Juli 2012

Werbeartikel für Events

Die beliebtesten Werbegeschenke für Messen und Events

Welche Give-aways kommen bei (potenziellen) Kunden am besten an?

Werbeartikel wecken Emotionen und können das Besuchererlebnis bis zu zwei Jahre über die eigentliche Veranstaltung hinaus verlängern. Nicht umsonst sind sie auf Messen und Events ein unverzichtbares Marketingtool der Veranstalter, Aussteller und Sponsoren.

Laut einer Studie des Advertising Speciality Institutes (USA) handelt es sich bei Werbeartikeln um besonders effiziente Werbeträger. Im Vergleich zur klassischen Werbung erzielen sie eine deutlich höhere Werbewirkung zu einem relativ niedrigen Preis. Die durchschnittlichen Kosten von Streuartikeln liegen durchschnittlich bei 5 Cent pro Blickkontakt, wobei die meisten Views Werbetaschen gefolgt von T-Shirts und Caps erzielen.

Wer glaubt, dass nur besonders extravagante Werbeartikel eine hohe Werbewirkung erreichen, der irrt. Die beliebtesten Werbeartikel in den USA sind echte Klassiker: Stifte, Shirts und Kalender. Männer und Frauen zeigen dabei geschmackliche Unterschiede: Während Männer eher T-Shirts und Caps bevorzugen, lieben Frauen Taschen, Schreibgeräte und Gesundheitsprodukte. In Deutschland gilt der Werbekuli als der beliebteste Werbeartikel. Der ISZ Industrieverband Schreiben, Zeichnen, Kreatives Gestalten e.V. hat herausgefunden, dass kein anderes Werbegeschenk bezogen auf die Erfolgsfaktoren (1) Häufige Nutzung, (2) Beachtung und (3) Sympathiesteigerung so gute Werte erzielt wie der werblich bedruckte Kugelschreiber.

Laut einer im Januar 2012 veröffentlichten Studie zur Effizienz von Werbeartikeln, durchgeführt vom GWW Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft, hat der konkrete Gebrauchsnutzen eines Werbeartikels für die Empfänger die höchste Relevanz, gefolgt von einfacher Handhabbarkeit, Hochwertigkeit sowie Originalität. Die Studie zeigt auch, dass Werbeartikel Erinnerungswerte von bis zu 76% erzielen können,

WerbeTrend

Die Trend-Themen im Marketingbusiness

Ein Informationsservice von AdCoach | www.adcoach.de

sofern sie die Gütekriterien (1) Likability/wird gerne genutzt, (2) Originalität, (3) Hochwertigkeit sowie (4) auffälliger Werbeaufdruck gleichsam gut erfüllen. Zudem liefert die Studie Hinweise darauf, dass sich die Vergabe von Werbeartikeln positiv auf die Beurteilung des werbenden Unternehmens als sympathisch, qualitätsbewusst und serviceorientiert auswirkt.

Give-aways, die auf Messen und Events verteilt werden, sind besonders wirksam, wenn sie einen klaren Bezug zur Veranstaltung haben oder eine konkrete Funktion im Rahmen des Events erfüllen. Ein Beispiel sind gebrandete Video-Brillen, mit denen die Gäste ihre ganz individuellen Eindrücke von der Veranstaltung filmen und z.B. auf Facebook hochladen können (das Einverständnis etwaig betroffener Akteure, Aussteller und Besucher vorausgesetzt). Der originellste Film wird anschließend prämiert. Wer seine Gäste mit einem passend zum Eventmotto kreierten (Frucht-)Cocktail begrüßt, kann das Rezept zusammen mit Probierportionen der notwendigen Zutaten schön verpackt in einer Box verteilen und sich über den kulinarischen Genuss immer wieder in Erinnerung bringen. Im Trend liegen auch so genannte Goody Bags, die nicht nur jährlich die Prominenz der Oscar-Verleihung begeistern, sondern sich auch bei Business-Events wachsender Beliebtheit erfreuen. Die Tüten voller Geschenke, gesponsert von Kooperationspartnern des Veranstalters, bieten viel Platz für Infotainment-Material, Produktproben und Werbeartikel der Sponsoren (und damit dem Veranstalter eine zusätzliche Werbefläche als Einnahmequelle). Die begehrten Wundertüten sollten am besten persönlich überreicht oder (zumindest) prominent auf der Eventfläche platziert werden. Positive Stimmung und eine Verlängerung der Eventwirkung weit über den Termin hinaus sind garantiert.

Beispiele für hochwertige und originelle Werbeartikel kann man sich u.a. auf der Website des Promotional Gift Award ansehen. Mit diesem Award werden laut Initiator Produkte ausgezeichnet, die in hervorragender Weise das Anforderungsprofil eines modernen, kommunikationsstarken Werbeartikels erfüllen. Wichtige Bewertungskriterien sind Design, Haptik, Anmutung, Vielseitigkeit der Anwendungsbereiche, Zweitnutzen, Preis-Leistungs-Verhältnis, Verpackung und Begehrlichkeit. (Infos unter: <http://www.promotionalgiftaward.de>)

Noch mehr kreative Eventideen ...

Veranstaltungstipp: Praxisseminar Eventmanagement

Das Tagesseminar Eventplanung und Eventmanagement (Veranstalter: AdCoach Academy www.adcoach.de) vermittelt nützliches Wissen, Tools und Arbeitshilfen sowohl für die professionelle Eventkonzeption als auch für die perfekte Eventorganisati-

WerbeTrend

Die Trend-Themen im Marketingbusiness

Ein Informationsservice von AdCoach | www.adcoach.de

on - von der Entwicklung innovativer Programmideen bis zur aktivierenden Eventeinladung und perfekten Gästebetreuung. Informationen zum Seminar unter:

http://www.adcoach.de/Academy/Seminar_Eventmanagement.html

Buchtip: Der Kreativ-Coach für die Tasche

Kreatives Intermezzo - Das Workbook der Ideenfindung (AdCoach Publishing, 2012) präsentiert eine neue Denk- und Arbeitsmethodik, die u.a. Marketing- und Eventmanagern hilft, ihr kreatives Potenzial zu erweitern und neue Ideen für Events, Veranstaltungen, Messen, innovative Marketing- und Werbekampagnen, Vertriebs- und Verkaufskonzepte sowie für Projekte aller Art step-by-step zu entwickeln. Informationen zum Buch unter: <http://www.books4biz.de/Buecher/Buch-Kreatives-Intermezzo.html>

Über AdCoach Academy:

Die AdCoach Academy zählt zu den renommierten deutschen Weiterbildungsanbietern für Management, Marketing, Werbung und Vertrieb. Hier werden die Kernkompetenzen für erfolgreiches Marketing praxisnah, aktuell und effizient trainiert. Intelligente Denkttools helfen, die Herausforderungen im Marketingbusiness kreativ und strukturiert zu meistern. Das aktuelle Seminarprogramm mit allen Themen und Terminen ist unter <http://www.adcoach.de> verfügbar.

Quelle: AdCoach Academy (www.adcoach.de), Juli 2012